

Presseinformation

BMW Group DesignworksUSA. Eine Tochterfirma der BMW Group.

Eine einzigartige Design-Philosophie und die enge Anbindung an die BMW Group machen DesignworksUSA zu einem weltweit gefragten Partner für Premium-Unternehmen der unterschiedlichsten Industriebranchen.

München, 17. September 2009... BMW Group DesignworksUSA ist ein internationales Designstudio mit Schwerpunkten in der strategischen Designberatung sowie im Transportation- und Produktdesign. Das Unternehmen, das Büros in Kalifornien, München und Singapur unterhält, liefert maßgeschneiderte Designlösungen für führende Unternehmen in Schlüsselbranchen auf der gesamten Welt. DesignworksUSA entwickelt strategisches Produktdesign, das ästhetisch und funktional höchsten Designansprüchen genügt, innovative Technologien erfasst, im Wandel befindliche Werte und Trends aufgreift und Marken durch eine unverwechselbare Identität im globalen Wettbewerbsumfeld positioniert. Mit seinem umfassenden Serviceportfolio spielt das Tochterunternehmen der BMW Group eine Vorreiterrolle bei der intelligenten und nachhaltigen Zukunftsgestaltung - nicht nur im Automobilbereich für die drei Marken des Mutterkonzerns, sondern in einer ganzen Bandbreite von Industrien.

Geschichte.

DesignworksUSA wurde 1972 von dem international renommierten Designer Chuck Pelly gegründet und hat seinen Hauptsitz in Newbury Park (Kalifornien) nahe Los Angeles. Seit 1995 ist das Studio ein Tochterunternehmen der BMW Group. Im Jahr 2000 eröffnete ein europäisches Studio mit Sitz in München, im Jahr 2006 folgte das Studio Singapur, das DesignworksUSA eine globale Präsenz, einen direkten Zugang zur Kultur Asiens und somit übergreifende Sichtweisen und beste Wissensvernetzung sichert. Unter seiner Präsidentin, Verena Kloos, beschäftigt DesignworksUSA heute weltweit über 100 Mitarbeiter in den Bereichen Designberatung, Multimedia oder Modellbau.

BMW Group
DesignworksUSA

European Office

Nymphenburger Str. 86
80636 München
Germany

Telephone
49 89 548493-0

Facsimilie
49 89 548493-99

www.designworksusa.com

Die Rolle von DesignworksUSA für die BMW Group.

Die BMW Group und DesignworksUSA stehen in einer einzigartigen Beziehung zueinander, einer Beziehung basierend auf einer tiefen Leidenschaft für Design. Schon seit den 80er Jahren hatte sich eine intensive und inspirierende Zusammenarbeit für die Marke BMW entwickelt. Die BMW Group erka
Wert der Expertise des DesignworksUSA-Teams, die sich durch das bi



gefächerte Kundenportfolio entwickelte und siedelte das Studio 1995 Inhouse an. Die Verbindung der beiden Firmen ermöglichte es fortan, Wissen, Erfahrungen, Prozesse, Ressourcen und Ideen optimal zu teilen. Heute kommt DesignworksUSA innerhalb der BMW Group Organisation die Aufgabe zu, Inspirationen in die Designstudios der Marken MINI, BMW und Rolls Royce einzubringen und dies durch eine intensive Arbeit für eine große Bandbreite an Kunden aus unterschiedlichen Industrien sicherzustellen.

Einzigartiges Designprinzip – Einzigartiges Design.

Speziell die Tatsache, dass das Studio auch als Tochterfirma der BMW Group weiterhin zu 50% für externe Kunden in der gesamten Welt arbeitet, ermöglicht es ihm, seiner Rolle als Inspirationsmotor und Katalysator für Design-Innovationen nachzukommen. Das Wissen über Zielgruppen, Technologien und Zukunftsszenarien, das in zahlreichen Projekten gewonnen wird, kommt in vielfältiger Form den unterschiedlichen Designteams der BMW Group zu Gute. Im Umkehrschluss lässt DesignworksUSA seine Kunden jenseits des Automobilbereichs teilhaben am Wissen, an Gedankenprozessen und Verbindungen aus der hoch-komplexen, visionären Automobilindustrie und an seiner einzigartigen Designkultur. Dieses „Cross Fertilisation“-Prinzip macht DesignworksUSA einzigartig in der Designwelt. Im Studio und in der BMW Group ist man überzeugt davon, dass nur eine größtmögliche Projektvielfalt eine umfassende Kreativität generieren kann. Darum arbeiten die Designer hier stets etwa zur Hälfte an Projekten für den Mutterkonzern und beschäftigen sich in der übrigen Zeit mit dem Design von Yachten, Zügen, Flugzeugen, Kaffeemaschinen, Lifestyleprodukten, Sportausrüstungen oder Möbeln für den öffentlichen Raum. So steht hinter der strategischen Konzeption und der Entwicklung der BMW X-Baureihe, hinter dem Visionskonzept GINA oder der Skulptur „The Art of Car Design“ in der Pinakothek der Moderne immer wieder auch der Name DesignworksUSA. Tatsächlich gibt es weltweit kaum ein Studio, das mit einer derart mannigfaltigen Leistungspalette aufwarten kann. Und weil konstante Fortentwicklung und Neuorientierung der komplexen Gestaltungswelt eigen ist, wird auch DesignworksUSA seinen Wirkungsbereich weiter vergrößern.

Design im Zeichen von Produkt und Marke.

Von einer „physical brand experience“ spricht man bei DesignworksUSA, wenn Markenwerte in eine konkrete Form münden, die idealerweise eine Marke nicht nur unterstreicht, sondern auch die Wahrnehmung für dieselbe schärft. Der kreative Fokus besteht darin, eine individuelle Markenerfahrung zu entwickeln. So unterstützt

DesignworksUSA seine Kunden darin, die emotionale Erscheinungsform eines Produktes strategisch zu entwickeln. Eine Marke durch Design erlebbar zu machen, das ist der Anspruch bei jedem Projekt, dessen sich das Studio annimmt. „Design“, bringt es Laurenz Schaffer, Leiter des europäischen Designworks-Studios auf den Punkt, „ist längst viel mehr als die optische Gestaltung eines Produkts. Für unsere Kunden bringen wir ein weitreichendes Verständnis über die Zukunftsentwicklung und die dazugehörigen Kontexte ein, um neue Perspektiven zu eröffnen, wie Produkte langfristig beschaffen sein sollen, welchen Kundennutzen Sie bringen und wie Sie zu einem gesamthaften Erlebnis beitragen. Wir glauben, dass exzellentes Design eine Verbindung aus unterschiedlichen Expertisen darstellt. In der Zusammenarbeit zwischen DesignworksUSA mit den Top Marken dieser Welt entstehen über Design die größten Businesspotentiale.“

Kundenauswahl.

Adidas, Atomic Snowboards, Airbus, BMW Group, Boeing, Gulfstream, Deutsche Bahn, Dornbracht, Head, Heidelberger Druckmaschinen, Haworth, Hewlett-Packard, John Deere, Magellan, Microsoft, Motorola, NASA, Nokia, Pilatus, Procter & Gamble, Scott/USA, Siemens, Sony, Saeco, Trico Sports, Villeroy & Boch, Whirlpool, Zeydon Yachts.

Industrien.

Automobil- und Yachtindustrie, Luftfahrt und Schienenverkehr, Lifestyle, Unterhaltungselektronik, Nutzfahrzeuge, Sportartikel, Telekommunikation, Haushaltsgeräte, medizinische Geräte, Büromöbel, Investitionsgüter...

Servicebereiche.

Produktdesign, Transportationdesign und Automobildesign, Modellbau, Designtechnik, Farbe & Materialdesign, Nachhaltigkeitsberatung, Ergonomie, Kommunikations-, Grafik- und Interface Design und weitere flankierende Services.

Das Team.

An der Spitze des Unternehmens steht seit 2004 die Verena C. Kloos, die für den Bereich „Design Vision“ und das Tagesgeschäft verantwortlich zeichnet und gemeinsam mit Laurenz Schaffer, Studioleiter München, und Magnus Aspegren, Studioleiter Singapur, die Geschicke des Unternehmens leitet. Das weltweite Team besteht aus Designern, Modelleuren, Ingenieuren, Design Strategen, Interface-, Farbe und Material Spezialisten und aus Experten für den Bereich Nachhaltigkeit. Die Mitarbeiter kommen aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen und aus insgesamt 25 Ländern.

Bei inhaltlichen Fragen oder Fragen nach Fotomaterial wenden Sie sich bitte an:

BMW Group DesignworksUSA

Birgit Pucklitzsch, Communications

Tel: +49 89 548 49361, Fax: +49 89 5484 9399

E-mail: birgit.pucklitzsch@designworksUSA.com

Website: www.designworksUSA.com

BMW Group, Corporate Affairs

Karin Elvers, Product and Design Communications / General Interest Media

Tel: +49 89 382 23742, Fax: +49 89 382 28017, E-mail: presse@bmw.de

Media website: www.press.bmwgroup.com