



Presse-Information  
Juni 2012

## **Design Talk anlässlich der internationalen Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé mit Olga Polizzi, Deputy Chairman und Director of Design der Rocco Forte Hotels, und Adrian van Hooydonk, Senior Vice President BMW Group Design. 5. Mai 2012, Hotel La Verdura, Sizilien.**

**Moderator: Lassen Sie uns vielleicht mit dem evolutionären Prozess im Design beginnen. Sie beschäftigen sich ständig mit Design. Was ist dabei Ihr Ausgangspunkt?**

**Olga Polizzi:** Mit der Planung eines neuen Hotels zu beginnen ist immer eine ziemliche Herausforderung. Wir haben Hotels von Manchester bis Abu Dhabi, und unsere Philosophie lautet, dass jedes Hotel wirklich zu seinem Standort passen muss. Wenn man in München ist, sollte man aufwachen und das Gefühl haben, in München zu sein; wenn man in Sizilien ist, sollte man beim Aufwachen das Gefühl haben, in Sizilien zu sein. Keines unserer Hotels ist wie das andere. Jedes einzelne ist äußerst durchdacht geplant. Wenn wir ein Hotel in Berlin eröffnen möchten, fahren wir nach Berlin, recherchieren und sehen uns vieles an. Ich gehe durch die Stadt und versuche zu verstehen, was Berlin ausmacht. Und ganz wichtig ist natürlich die Frage, in was für einer Art von Gebäude wir uns befinden. Ist es zum Beispiel ein altes Haus? Wir berücksichtigen also sowohl die Besonderheiten des Gebäudes als auch die seiner Umgebung. Hier in Sizilien ist das Klima sehr rau: sengende Sonne, heftige Winde und wenn es regnet, dann schüttet es. Das Meer ist stürmisches. Hier kann man nichts Nettes, Gefälliges machen. Das Ambiente muss selbst eine gewisse Strenge ausstrahlen. Deshalb haben wir hier Betonböden und ein sehr schlichtes Dekor. Zuallererst aber sehen wir uns die Umgebung und ihre Konturen an und überlegen dann, was man davon aufnehmen möchte. Viele denken, dass es bei Design nur um schöne Vorhänge, schöne Teppiche und dergleichen geht, aber es ist viel mehr als das.

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49-89-382-20961

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)



Presse-Information  
Datum: Juni 2012  
Thema: Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite: 2

**Adrian van Hooydonk:** Wow – stürmische Winde und Wellen! Die können auch für uns eine Inspirationsquelle sein. Doch beim Fahrzeugdesign kommen noch andere Dinge ins Spiel, die Inspirationen liefern. Zum Beispiel die Geschichte unseres Unternehmens. Automobile von BMW hatten seit jeher einen besonderen, sportlichen Charakter und sind für Menschen gemacht, die gerne Auto fahren. Diesen Aspekten möchten wir auch im Design Ausdruck verleihen. Wir möchten also nicht nur einen Gegenstand schaffen, der schön anzusehen ist. Vielmehr möchten wir erreichen, dass sich die Menschen ausmalen, wie es wohl wäre, dieses Fahrzeug zu fahren oder zu nutzen. Zu Beginn jedes Projekts setzen wir Designer und einige andere Experten uns zusammen und sprechen über den Charakter des Fahrzeugs. Wir versuchen ihn so zu beschreiben, als wäre er ein menschliches Wesen. Denn wir betrachten unsere Fahrzeugflotte als eine Produktfamilie. Deshalb muss es eine Familienähnlichkeit geben, die auch mit unserer Geschichte und Unternehmenstradition zu tun hat. Auf der anderen Seite hat aber auch jedes Produkt, jedes Fahrzeug seinen eigenen Charakter. Wie in einer echten Familie gibt es auch hier unterschiedliche Charaktere. Der jeweilige Charakter eines Produkts ist davon geprägt, was die Menschen erleben können, wenn sie es nutzen.

**Moderator: Können Sie das näher erläutern, Adrian? Welchen Charakter hat das neue Modell?**

**Adrian van Hooydonk:** Das BMW 6er Gran Coupé ist natürlich eines der Top-Modelle unserer Flotte. Und es ist fürs Reisen konzipiert. Man kann damit schnell oder weit reisen – und in jedem Fall mit Stil. Man kann es für Geschäftsreisen nutzen, aber auch wunderschöne Urlaubsreisen an Orte wie diesen hier genießen.

**Moderator: Ich würde nun unseren Fokus gerne auf den Premium-Aspekt richten. Welche Rolle spielt er für das Thema Luxus, sowohl in Ihren Hotels als auch beim Design eines neuen BMW?**

**Olga Polizzi:** Das ist schwer zu sagen. Das Verständnis von Luxus verändert sich gewissermaßen. Vor zehn Jahren galt ein 30-Quadratmeter-Zimmer mit einem geräumigen Bad schon als ziemlich luxuriös. Aber wir werden immer

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 3

verwöhnter. Wir reisen an immer mehr Orte, und heute verstehen wir unter Luxus ein 45-Quadratmeter-Zimmer mit getrennten Duschen und Bädern. Vielleicht auch noch mit separaten Ankleidebereichen und wir entwickeln uns hier immer weiter. Man muss sich bewegen, einfach nur, um immer ein kleines bisschen voraus zu sein. Ich habe ziemlich viel darüber nachgedacht, inwiefern sich Hoteldesign und Autodesign ähneln. Tatsächlich haben sie erstaunlich viel gemeinsam. Design – das ist ein und dasselbe. Es gibt viele Aspekte, die sich sehr stark ähneln. Ein Luxusfahrzeug muss eine luxuriöse Anmutung haben. Wenn man die Tür zuschlägt, muss man am Einschnappen hören, dass dies ein robustes und teures Automobil ist. In einem Hotel hat Luxus natürlich auch viel mit dem Service zu tun. Denn ein Hotel kann das Schönste der Welt sein – wenn der Service lausig ist, weiß man, dass man dort nie wieder absteigen will. Und genauso ist es mit einem Fahrzeug. Es kann absolut fantastisch aussehen, doch wenn es dann irgendwo mitten im Nichts plötzlich stehen bleibt, will man es nicht mehr wirklich haben. Man würde ihn liebend gern los werden. Diesen Aspekt haben Hotels und Fahrzeuge also gemeinsam.

**Adrian van Hooydonk:** Ich glaube auch, dass sich Luxus verändert. Er divergiert gewissermaßen. Aus meiner Sicht haben sich mittlerweile auf der Welt sehr verschiedene Ausprägungen von Luxus herausgebildet. Somit mag es schwieriger geworden sein, etwas zu entwerfen oder zu entwickeln. Luxus kann meiner Ansicht nach auch sehr minimalistisch sein. Dabei kommt es dann aber sehr auf die Details, auf die Materialien an. Und in anderen Zusammenhängen geht es eher darum, persönlichen Raum für sich zu haben. Ein Fahrzeug ist natürlich nicht so groß wie die Hotelzimmer, von denen Sie gesprochen haben, doch beim Autodesign kann sich Luxus auch auf sehr kleinem Raum entfalten. Der MINI bietet beispielsweise genau das. Dabei spielt aber der persönliche Raum eine große Rolle. Für vielbeschäftigte Menschen wird das Fahrzeug oft gewissermaßen zu einem persönlichen Rückzugsbereich. Es kann auch Entspannung und, wenn man gerne Auto fährt, eine Menge Freude bereiten. Deshalb geht es bei unserer Arbeit mehr und mehr um jedes kleinste Detail. Wenn man sich heute einen Scheinwerfer ansieht, dann besteht er aus 60 Teilen, die alle ihr eigenes Design haben. Er ist ein eigenständiges Designobjekt. Und wie gesagt: Ich glaube, dass Farben und Materialien heute eine wichtigere Rolle spielen als früher.



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 4

**Moderator: Welche Materialien, oder vielleicht welches Lieblingsobjekt – ein Gegenstand, etwas Besonderes –, muss es in einem Automobil, einem Hotelzimmer geben, um eine außergewöhnliche Atmosphäre zu schaffen?**

**Olga Polizzi:** Ich denke, dass es in einem Hotel immer etwas Außergewöhnliches geben muss. Es ist einfach schön, wenn man in ein Hotel kommt und etwas entdeckt, das man sonst noch nirgends gesehen hat. Etwas, das einen zum Lächeln bringt. Etwas, das entweder sehr luxuriös oder sehr ungewöhnlich ist.

**Adrian van Hooydonk:** Das sehe ich auch so. Wenn man mit seinem Gepäck ein Hotelzimmer betritt, will man allerdings zuerst wissen, wo die wichtigsten Dinge sind und wie man sie bedient. Wo ist der Lichtschalter? Wo ist das Bad? Gutes Automobildesign verstehen die Menschen schon von weitem. Es zieht sie aber auch an, involviert sie! Wir fügen unserem Design auch gerne ein paar Elemente hinzu, die man erst auf den zweiten oder dritten Blick entdeckt. So gibt es beispielsweise auf dem Dach oder der C-Säule des BMW 6er Gran Coupé ein paar Linien, die einem nicht sofort auffallen. Das Haupt-Designthema für den Außenbereich des Fahrzeugs besteht lediglich aus zwei Linien. Es ist also nicht übermäßig kompliziert. Was sich zwischen diesen beiden Linien abspielt, ist allerdings sehr kompliziert, doch das merkt man erst im Lauf der Zeit, wenn man mit dem Fahrzeug lebt. So kann es zum Beispiel passieren, dass man das Fahrzeug parkt, und während man im Weggehen auf den Schlüssel drückt und noch einmal über die Schulter blickt, fällt gerade ein bestimmtes Licht auf das Automobil, und dann sieht man wahrscheinlich ein paar Dinge, die man bisher noch nie gesehen hat. Die Idee ist, dafür zu sorgen, dass der Kunde sich immer wieder aufs Neue in dieses Objekt verliebt. Und so, denke ich, entsteht moderner Luxus beziehungsweise etwas, das seinen Wert über einen längeren Zeitraum hinweg behält.



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 5

**Moderator: Wir erleben heute so viel und glauben, von allem eine Ahnung zu haben. Wie wichtig ist angesichts dessen heute Qualität? Spielt sie vielleicht sogar eine noch größere Rolle als früher?**

**Adrian van Hooydonk:** Funktionalität ist heute die Eintrittskarte in die Welt des Luxus. Und natürlich auch Design. Design ist ein Wort, das vor 15 bis 20 Jahren vielleicht noch nicht bei so vielen Menschen präsent war. Heute ist es dagegen in aller Munde. Daher muss man als Designer, der sich mit dieser Art von Projekten beschäftigt, heute darauf achten, dem Wort „Design“ eine Bedeutung zu verleihen. Aus unserer Sicht geht es dabei vor allem um die Details. Letztendlich um jedes noch so kleine Detail. Denn wenn zwar das Gesamtbild überzeugt, die Details dann aber nicht funktionieren, verpufft die ganze Wirkung. Dann dürfte den Kunden völlig klar sein, dass das kein gutes Design ist. Ich gebe zu, bei dem Fahrzeug, das wir hier präsentieren, haben wir natürlich nichts ausgelassen. Wir haben sogar im Fahrzeuginneren Nähte in einer Kontrastfarbe angebracht. So etwas kann man sich nur erlauben, wenn man sehr genau weiß, wie die Linien verlaufen. Dann kann man tatsächlich so ein Detail hinzufügen, das den Blick des Kunden auf sich zieht. Ich glaube also, dass Qualität extrem wichtig ist, dass es dabei aber heute um viel mehr geht als nur um Funktionalität.

**Olga Polizzi:** Aus meiner Sicht ist in einem Hotel der Komfort das Allerwichtigste. Man muss ein sehr bequemes Bett haben, komfortable Stühle, eine gute Beleuchtung. Ich glaube, dass Luxus sehr viel mit diesen Dingen zu tun hat. Alles muss sehr gut funktionieren, sehr komfortabel sein und sich an der richtigen Stelle befinden. Und das gilt für so viele Aspekte von Design. Jeder Stuhl wird genau geprüft: Passt er zu jedem Tisch, den man verwendet? Stimmt die Höhe? Oder die Klimaanlage – wo sind die Auslässe und wie funktionieren sie? Man muss auf unzählige Details achten.



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 6

**Moderator: Sie vermitteln in Ihren Zimmern und in Ihren Fahrzeug  
also ein bestimmtes Gefühl. Was macht das Autofahren heute zu  
einem exklusiven Erlebnis?**

**Adrian van Hooydonk:** Wir verkaufen Fahrzeuge auf der ganzen Welt, und nur sehr wenige Länder haben Autobahnen. In den meisten Ländern gelten Geschwindigkeitsbegrenzungen, und in vielen gibt es städtische Ballungsräume mit sehr dichtem Verkehr. Und trotzdem verkaufen wir auch dort Fahrzeuge. Somit kann ich sagen, dass ein BMW schon heute viel mehr ist als nur ein Automobil, mit dem man schnell fahren kann. Er ist ein sehr komplexes Objekt, das sich sehr, sehr gut steuern oder bedienen lässt. Alles funktioniert mit höchster Präzision, ob es nun die Schalter am Armaturenbrett sind oder das Öffnen oder Schließen einer Tür. Schon heute geht es bei unseren Produkten also um mehr als bloß ums Fahren. Ich habe zeitweilig auch in den USA gelebt. Dort gibt es eine Geschwindigkeitsbegrenzung, die ich einzuhalten versucht habe, doch manchmal braucht es nicht mehr als eine Abfahrt von einem Highway, um zu erkennen, was unsere Fahrzeuge von anderen unterscheidet. Es dreht sich also nicht alles nur um Höchstgeschwindigkeit. Man kann in vielen verschiedenen Situationen Freude am Fahren erleben. Aber heute geht es noch um mehr, nämlich auch um die Liebe zum Detail und um Präzision bei jedem Detail.

**Moderator: Was macht ein Hotelzimmer zu etwas Besonderem? Ein ganz besonderes Erlebnis oder eher das gesamte Umfeld?**

**Olga Polizzi:** Wir verwenden immer viele lokale Materialien oder Produkte. Nehmen wir zum Beispiel dieses Hotel hier. Wir haben hier sehr viel Stein verbaut, der direkt aus der Gegend kommt. Außerdem hatten wir sizilianische Fliesen aus verschiedenen Zeiten, teils Hunderte von Jahren alt und teils aus der Gegenwart. Als Haupt-Bezugspunkt diente uns eine Fliese aus dem 18. Jahrhundert. Wir haben sie für das Design von Lampenschirmen verwendet, auf Wänden, als tatsächliche Fliesen, für Krüge. Das schafft eine Atmosphäre, die sich durch das ganze Hotel zieht und ihm eine Art Einheit verleiht. Besonders schön ist es dann, wenn dir tatsächlich jemand schreibt und fragt: „Wo haben Sie dieses oder jenes her?“ Früher war das Allerletzte, was sich jemand gewünscht hätte, dass sein Haus wie ein Hotel aussieht.



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 7

Heute gestalten viele Menschen ihre Häuser nach dem Vorbild von Hotels. Wir haben uns also verändert, weiterentwickelt. Und vielleicht nehmen wir uns ja umgekehrt Privathäuser zum Vorbild. Wir haben zum Beispiel gerne Bücher in den Zimmern. Das, was den Gästen auffällt, sind erstaunlicherweise die kleinen Dinge. Manchmal gar nicht das Gesamtbild.

**Moderator: Adrian, wenn Sie in ein Hotelzimmer kommen, wonach halten Sie zuerst Ausschau?**

**Adrian van Hooydonk:** Als Erstes suche ich nach einem Platz, wo ich meinen Koffer abstellen kann, und nach den Schaltern. Nach den Basics eben. Denn die können zum Alptraum werden. Ich bin meistens in Eile oder schon für irgendetwas spät dran. Deshalb stelle ich gern schon vor dem nächsten Morgen fest, wie der Raum funktioniert. Dann sehe ich mich selbstverständlich um, schaue mir den Ausblick an und so weiter. Hier war es gestern Abend natürlich schon fantastisch, einfach nur ins Zimmer zu kommen und den Blick aufs Meer zu haben. Das war wirklich großartig! Von schönen Aussichten bekommt man nie genug. Auch heute Morgen war das sehr schön. Und da ich Designer bin, sehe ich mir natürlich jedes kleinste Detail genau an. Ich schaue mir viele interessante Gegenstände an. Und versuche herauszufinden, wer hat diesen Stuhl hergestellt, was für eine Lampe ist das? Aus diesem Grund reise ich heutzutage gerne, denn wie Olga finde auch ich, dass sich die Hotels sehr verändert haben. Auch Business-Hotels sind heute etwas ganz anderes. Wenn man viel auf Reisen ist, gewinnt das Hotel immer mehr an Bedeutung, selbst wenn es ein Business-Hotel ist.

**Moderator: Olga, was wünschen Sie sich und erwarten Sie von einem idealen Fahrzeug und was macht das Fahren für Sie interessant?**

**Olga Polizzi:** Ich bin überhaupt kein Automensch, auch wenn man das hier eigentlich nicht sagen darf. Aber natürlich gefallen mir Automobile optisch. Davon abgesehen will ich eigentlich nur ein Fahrzeug, das problemlos fährt. Für mich sind also die Funktionalität und das Aussehen wichtig. Ich gehe nicht besonders ins Detail, und das Handbuch lese ich nie. Ich drehe einfach den Zündschlüssel um und hoffe, dass alles funktioniert.



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 8

**Moderator: Adrian, beim neuen BMW 6er Gran Coupé haben Sie viele Ideen umgesetzt, aber können Sie uns erklären, wie Sie dabei vorgegangen sind?**

**Adrian van Hooydonk:** Wir werden alles noch einfacher machen. In unseren Fahrzeugen müssen Sie gar keinen Zündschlüssel mehr umdrehen. Sie drücken auf den Knopf und es funktioniert. Uns ist natürlich völlig klar, dass das Fahrzeug perfekt funktionieren muss. Und wenn man es dann länger fährt, gibt es noch viele andere interessante Dinge daran zu entdecken. Wir wissen, dass nicht alle unsere Kunden ständig am Limit fahren. Dank der modernen Technologie können wir allen Wünschen gerecht werden. Da gibt es zum Beispiel den Fahrerlebnisschalter, mit dem Sie von Komfort auf Sport umschalten können. Je nach Lust und Laune kann man also sogar dafür sorgen, dass das Fahrzeug unterschiedliche Dinge tut. Und die Bedienung ist dabei ganz einfach. Wir wissen, dass viele unserer Kunden im Automatikmodus bleiben, wenn sie in Gedanken woanders sind. Es gibt acht Geschwindigkeitsbereiche. Das Fahrzeug wählt sie für Sie aus. Was mehr kann man sich wünschen? Ich meine, dass wir dank dieser Technologie wirklich dafür sorgen konnten, dass das Fahrzeug den individuellen Bedürfnissen des Kunden besser entspricht. Sie können das BMW 6er Gran Coupé sehr sportlich oder sehr komfortabel fahren. Das lässt sich mühelos umschalten. Wir kommen jetzt also endlich an einen Punkt, an dem die Technologie das Leben tatsächlich leichter und schöner macht, und nicht unbedingt komplexer. Gleicher gilt für die Internetverbindung. Alle unsere Automobile sind damit ausgestattet. So kann man unterwegs vom Fahrzeug aus Hotels buchen oder sich Infos zu Orten holen, die man noch nicht kennt. Das Automobil kann Ihnen also tatsächlich wertvolle Hilfestellungen leisten, ohne dass Sie je ein Buch lesen, ein Handbuch studieren oder sich vorab über die Orte informieren müssen, an die Sie fahren wollen.

# **BMW**

## **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Presse-Information  
Datum Juni 2012  
Thema Design Talk anlässlich der Pressevorstellung des BMW 6er Gran Coupé in Sizilien.  
Seite 9

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **Presse – und Öffentlichkeitsarbeit**

Susanne Giuliani, BMW Group Design- und Lifestylekommunikation  
Tel.: +49-89-382-20961, Fax: +49-89-382-20626

Michael Rebstock, Leiter Produktkommunikation BMW Automobile  
Tel.: +49-89-382-20470, Fax: +49-89-382-20626

Media Website: [www.press.bmwgroup.de](http://www.press.bmwgroup.de)  
E-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>