



Presse-Information
März 2016

Veränderung als Konstante. Karim Habib im Porträt.



Karim Habib steht seit 2012 an der Spitze des BMW Designteams. Hier leitet der im Libanon geborene Kanadier ein Team von Designern und Entwicklern, die unter seiner Führung kontinuierlich an der Weiter- und Neuentwicklung des Designs von aktuellen und zukünftigen Automobilen der Marke BMW arbeiten. Das Evolutionäre, die Erweiterung seiner eigenen Fähigkeiten, und die seines Teams, liegt Karim Habib am Herzen. Dazu setzt sich der feinsinnige Designer, der in fünf Ländern mit stark differierenden Kulturen aufgewachsen ist, nicht nur aktiv mit seiner Umwelt auseinander; er schätzt vor allem auch den intellektuellen Aspekt seiner Arbeit. Die Kunst, sich selbst herauszufordern hat er sich schon früh als Mitglied der kanadischen Fecht-Nationalmannschaft zu Eigen gemacht und in diversen Positionen seiner beruflichen Laufbahn bewiesen. Mit Ausnahme einer kurzen Auszeit von zwei Jahren ist Karim Habib seit 1998 Teil des Teams von BMW Design.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-0

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum März 2016
Thema Veränderung als Konstante. Karim Habib im Porträt.
Seite 2

Der Ruf der Leidenschaft.

Der Wunsch, seine eigene Ästhetik zum Ausdruck zu bringen, war bei Karim Habib früh ausgeprägt. Bereits als Kind entwickelte er für die von ihm so gerne gezeichneten Autos eine selbst erdachte Marke mit unterschiedlichen Modellen.

Habib studierte zunächst Maschinenbau an der McGill University in Montreal und fokussierte anschließend das, was seine wahre Leidenschaft werden sollte – Automobildesign. In der Schweiz und den USA absolvierte er ein Aufbaustudium an einer der wichtigsten Kaderschmieden der Automobilindustrie, dem Art Center College of Design. Während eines Kooperationsprojektes, das von einem Dozenten der BMW Group betreut wurde, kam der angehende Designer mit der freien Geisteshaltung von BMW Design in Berührung und konnte mit einem mutigen und innovativen Entwurf überzeugen. Die Bereitschaft eines Automobilherstellers dieser Größenordnung, bewährte Denkmuster konstruktiv zu hinterfragen, brachte Karim Habib gedanklich und letztlich auch physisch ein gutes Stück näher zu BMW: Nach Beendigung seines Studiums heuerte er bei BMW im Interieur Design Team an. Später folgten Stationen im Exterieur sowie im Advanced Design Team.

Design als Aufgabe, die Welt zu gestalten.

Dinge bewusst zu gestalten bedeutet für Karim Habib, die Welt nach seinen eigenen Werten zu formen. Dies impliziert für ihn eine intensive Auseinandersetzung mit seinem Umfeld und jedem einzelnen Parameter eines Produktes. Diese Denke spiegelt sich unter anderem in dem Design des Konzeptfahrzeuges BMW Vision Future Luxury wider – es verkörpert das Verständnis von modernem Luxus für die Marke BMW. Perfekte Proportionen sowie Präzision, Qualität und Eleganz in jedem Detail stehen im Einklang mit technologischen und funktionalen Innovationen, die optimal auf die Bedürfnisse aller Mitfahrer zugeschnitten sind – das Fahrzeug wird zu einem „Personal Space“. Um hier ein emotionales aber auch authentisches Design zu schaffen, muss das Fahrzeug schon am Zeichentisch mit einem umfassend vernetzten Kunden im Hinterkopf entworfen werden.



Presse-Information
Datum März 2016
Thema Veränderung als Konstante. Karim Habib im Porträt.
Seite 3

Wie bedeutend aber auch die Vergangenheit einer Marke für zukünftiges Design sein kann, zeigt Habib mit dem BMW 3.0 CSL Hommage. Die Konzeptstudie überträgt den Charakter des BMW 3.0 CSL, einer zeitlos klassischen BMW Coupé-Ikone der 70er Jahre des letzten Jahrhunderts, in Form von intelligentem Leichtbau und modernen Materialien in die heutige Zeit. Durch die eher fühlbaren als sichtbaren Design-Zitate erhält das visionäre Fahrzeug eine starke Emotionalität.

Das Grundsätzliche in Frage zu stellen ist für den Kanadier nach wie vor einer der wichtigsten Ansatzpunkte einer gelungenen Entwicklung. Dem Subtilen Raum zu geben, ist Karim Habib besonders wichtig. Das Evolutionäre in der Gestaltung ist unerlässlich. Nur, wer sich ständig herausfordert und bisweilen auch neu definiert, kann auf Dauer bestehen und letztlich immer besser werden. Besonders aufregend findet er hier technische Innovationen, die auch dem Design ganz neue gestalterische Möglichkeiten bieten – wie zum Beispiel das vernetzte und autonome Fahren.

Um einen ständigen Drang nach Vorne im Design zu gewährleisten, pflegt der Automobildesigner in seiner Funktion als Leiter Design BMW Automobile eine Arbeitshaltung, die kreative Freiheit lebt und fördert. Großen Wert legt er auf die Integration aller am Designprozess beteiligten Seiten – vom Designer bis zum Ingenieur. Erst dann kann wegweisendes Design gelingen. Die treffende Beschreibung seiner Rolle findet er im BMW Design Leitmotiv „Präzision und Poesie“ formuliert – als Moderator im Spannungsfeld von definierter Qualität und gestalterischer Ambition.

Persönliches.

Karim Habib bevorzugt einen reduzierten Stil. Er schätzt die Designarbeiten von Ronan und Erwan Bouroullec oder Patricia Urquiola, Architektur von Rem Koolhaas, Herzog & DeMeuron oder Zaha Hadid. Auch die minimalistischen Werke von Mark Rothko sind für den Designer eine Quelle der Inspiration. Habib beschäftigt sich zudem gerne mit Produktdesign im historischen Kontext. Die Neue Sammlung in München ist für ihn in diesem

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum März 2016

Thema Veränderung als Konstante. Karim Habib im Porträt.

Seite 4

Zusammenhang ein besonderer Ort der Produktkultur, den er regelmäßig besucht.

Karim Habib ist verheiratet und lebt mit seiner Familie in München.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum März 2016
Thema Veränderung als Konstante. Karim Habib im Porträt.
Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Matthias Bode, Pressesprecher BMW Group Design
Tel: +49-89-382-61742, Fax: +49-89-382-20626

Cypselus von Frankenberg, Leiter Innovations- und Designkommunikation
Tel: +49-89-382-30641, Fax: +49-89-382-20626

E-Mail: presse@bmw.de
Internet: www.press.bmwgroup.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2014 belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>