

Presse-Information  
15. Januar 2019

## **Progressiver Luxus trifft auf kreative Exzellenz. Eine Design-Kollaboration zwischen BMW und Patricia Urquiola.**

**München.** Um für die neuen Spitzenmodelle im Produktportfolio eine besondere Bühne zu schaffen, haben sich Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design, Patricia Urquiola, Mailänder Architektin und Designerin sowie die BMW Welt zusammengetan. Auf der entstandenen Ausstellungsfläche wird ab dem 16. Januar auch der neue BMW 7er zu sehen sein. Ein besonderes Highlight des Projekts ist die Gestaltung des Fußbodens, denn das Muster der 322 qm großen Fläche wurde mit modernster 3D-Drucktechnologie hergestellt und mit Terrazzo in einer zusammenhängenden Fläche gegossen. Vorhänge aus metallischem Mesh und eine Lounge mit Originalen von Patricia Urquiola bilden den Rahmen für diese außergewöhnliche Flächenpräsentation.

Die BMW Welt ist mit ihrer einzigartigen Architektur und ihrem besonderen Konzept der perfekte Ort für die Umsetzung einer Designkooperation. Sie ist nicht nur ein Vorzeigeort, in dem die Produkte und Marken in Ihren Markenerlebniswelten zum Leben erweckt und präsentiert werden, die BMW Welt hat auch den Anspruch, die Produkte in einem besonderen, einzigartigen Rahmen zu zeigen und inspirierende Momente für die Besucher zu schaffen. Um diesen Anspruch auch für die neuen Spitzenmodelle im Produktportfolio gerecht zu werden, geht die BMW Welt neue Wege und schafft in der Zusammenarbeit mit BMW Group Design und der Mailänder Architektin und Designerin Patricia Urquiola eine Ausstellung, die ein neues Verständnis von Luxus, inspirierender Ästhetik und selbstbestimmter Individualität verkörpert.

Adrian van Hooydonk und Patricia Urquiola kennen und schätzen sich seit Jahren. So lag es auf der Hand, dass niemand anderes als sie nach München eingeladen wurde, um ihr dieses besondere Projekt vorzustellen. Denn bei der Neugestaltung der Bühne für die neuen Spitzenmodelle war es BMW besonders wichtig, einen Partner zu finden, der das gleiche Verständnis für Luxus hat. So verstehen sowohl Adrian van Hooydonk als auch Patricia Urquiola unter Luxus eine gestalterische Arbeit, die dem Menschen etwas Besonderes bietet und Zeit schenkt, in der man entspannen und genießen kann.

Presse-Information  
Datum 15. Januar 2019  
Thema Progressiver Luxus trifft auf kreative Exzellenz.  
Seite 2

„Für mich bedeutet Luxus heute, Zeit zu haben. Die Zeit, die wir heute im Auto verbringen, wird immer persönlicher und wichtiger werden. Aus diesem Grund müssen wir die Umgebung so gestalten, dass die Zeit so angenehm wie möglich verbracht werden kann. Wenn wir heute über Luxus reden, sprechen wir über ‚modernen‘ Luxus, der immer auch eine Kombination aus Innovation und Technologie beinhaltet“, erklärt Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design.

Patricia Urquiola ergänzt noch den Begriff „Freiheit“, der für sie persönlich Luxus am besten beschreibt. Und genau diese Freiheit lässt BMW bei Designkooperationen gelten, denn der kreative Austausch steht bei der Einladung nach München immer im Fokus. Im Fall der Zusammenarbeit mit Patricia Urquiola ging es um das BMW Concept M8 Gran Coupé. Denn das Fahrzeug verkörpert für BMW die perfekte Kombination aus High Performance und Luxus. Seine exklusive Lackfarbe erinnert an Farbverläufe von mystisch-poetischen Polarlichtern. Passend dazu inszenierte BMW das Concept Car an einem blau-grün schimmernden Eissee. Diese moderne Inszenierung war es, die Patricia Urquiola als Inspirationsquelle für ihre Rauminszenierung in der BMW Welt nutzte.

Entstanden ist ein besonderes Design für die Präsentation der neuen Spitzenmodelle – einladend, modern und voller Wärme. Nicht zuletzt im Design des Fußbodens spiegelt sich genau diese Kombination aus Wohlbefinden und Menschlichkeit, Innovation und Technologie wieder. Klassisches Terrazzo vereint sich in der BMW Welt mit modernster 3D-Drucktechnologie und lässt den 3D-Druck wie organische Linien wirken.

BMW Design als Innovator für die Industrie, steht ebenso wie Patricia Urquiola für Fortschritt und das stetige Ausloten und Erweitern von Grenzen. Dieses Ausloten der Grenzen war es auch, was Patricia Urquiola an der Design-Kollaboration mit der BMW Welt und BMW Group Design besonders gereizt hat.

„Mir gefiel die Idee, mit einer neuen Technik eine Art neues Territorium auf der Fläche entstehen zu lassen. Also benutzte ich

Presse-Information  
Datum 15. Januar 2019  
Thema Progressiver Luxus trifft auf kreative Exzellenz.  
Seite 3

diese Filter in der Metallmasse, um eine Art von Bewegung zu kreieren. Es war für mich eine völlig neue, spannende Art, eine Oberfläche zu denken“, erläutert Patricia Urquiola.

Diese Herangehensweise aus einer anderen Perspektive beeindruckte auch Adrian van Hooydonk, als er die ersten Entwürfe Urquiolas sah. Mit ihrem Flächendesign übersetzte Patricia Urquiola ganz intuitiv die Inszenierung des BMW Concept M8 Gran Coupé auf der gebrochen wirkenden Eisfläche, dem je nach Lichteinfall changierenden Grünton und den Nordlichtern in eine luxuriöse Inhouse-Installation. Durch diese Offenheit, gepaart mit ihrer kreativen Kraft, erschafft Patricia Urquiola so Räume und Umgebungen für Menschen, die einen anderen Blick auf die Dinge eröffnen. Denn für Patricia Urquiola sind die Menschen und ihre Bedürfnisse Ansporn und Taktgeber zugleich im Designprozess – eine weitere Gemeinsamkeit, die sie mit BMW teilt.

Und so ist es nach 2010 bereits die zweite Design-Kollaboration zwischen Patricia Urquiola und BMW Group Design, um gemeinsam kreativ zu werden und bestehende Grenzen auszuweiten. Wie bereichernd diese erneute Zusammenarbeit mit Patricia Urquiola war, daran lässt Adrian van Hooydonk keinen Zweifel:

„Was ich an der Arbeit von Patricia bewundere, ist, dass sie Design aus einer menschlichen Perspektive angeht. Die Produkte, die sie erschafft, sind exquisite Produkte und luxuriöse Umgebungen – aber immer sehr warmherzig, menschlich und persönlich gestaltet. Das bewundere ich, denn es ist etwas, was wir bei BMW Design ebenfalls in unsere Designprozesse einfließen lassen. Patricia ist für mich nicht nur ein fantastischer Mensch, sie ist für mich auch ein hervorragender Partner im kreativen Austausch, den ich sehr schätze.“

Die kreative Zusammenarbeit zwischen BMW Group Design und Patricia Urquiola mit ihrem Mix aus Premiummaterialien und neuester Technologie ist ab sofort live in der BMW Welt in München zu erleben.

Presse-Information  
Datum 15. Januar 2019  
Thema Progressiver Luxus trifft auf kreative Exzellenz.  
Seite 4

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

Sophie Seidenath, BMW Group Innovations & Design Communication  
Tel: +49-89-382-27473  
E-mail: [Sophie.Seidenath@bmwgroup.com](mailto:Sophie.Seidenath@bmwgroup.com)

Steven Wörns, BMW Group Innovations & Design Communication  
Mobil: +49-151-601-16992  
E-mail: [Steven.Woerns@bmw.com](mailto:Steven.Woerns@bmw.com)

Benjamin Titz, Head of BMW Group Design, Innovations & Motorsports Communications  
Tel: +49-89-382-22998  
E-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.**

Die BMW Welt begrüßt jährlich über 3 Millionen Besucher. Mit ihrer ikonischen Architektur ist sie das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie beliebte Eventlocations für über 400 externe Veranstaltungen im Jahr. Die verschiedenen Restaurants der BMW Welt bieten ein vielfältiges kulinarisches Angebot bis hin zur Sterne-Gastronomie. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Globalität, Mobilität und Nachhaltigkeit.

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>