

Presse-Information
25. Juni 2019

Designworks: Mobility beyond. Stimulating ambitious visions of the future.

München. Designworks ist aus der Welt des Industriedesigns hervorgegangen und hat sich im Laufe von mehr als vierzig Jahren zu einer weltweit führenden, unabhängigen Designberatung entwickelt, die Innovationen vorantreibt. Das Unternehmen gehört zur BMW Group und ist Teil der Toolbox des Unternehmens: ein inspirierendes Studio, das Denkanstöße gibt und sowohl für die BMW Group als auch für externe Kunden arbeitet. Hier spricht Präsident von Designworks Holger Hampf über den kontinuierlichen Einfluss des Studios – und über dessen Rolle in der Zukunft der sich ständig verändernden Verkehrs- und Mobilitätsbranche.

1. Worin sehen Sie heute, vierzig Jahre nach der Gründung des Studios, die zentralen Werte von Designworks?

Holger Hampf: Das Wichtigste ist, dass wir uns dem ursprünglichen Konzept von Designworks, das für die BMW Group als Tochterunternehmen mit einem gesplitteten Geschäftsmodell agiert, verschrieben haben. Durch die Zusammenarbeit mit externen Kunden wird Wissen von außen in den Konzern eingebracht, unser Horizont erweitert sich und wir konzentrieren uns nicht ausschließlich auf das Automobildesign.

Ich denke, es ist wichtiger denn je, globale Trends und globale Veränderungen besser zu verstehen und gleichzeitig mit den Veränderungen in der Automobilindustrie bestens vertraut zu sein. Das schätzen auch unsere externen Kunden und Partner.

Presse-Information
Datum 25. Juni 2019
Thema Designworks: Mobility beyond.
Seite 2

2. Wie wichtig ist dieser Querschnitt durch die verschiedenen Branchen, mit denen Sie zusammenarbeiten?

Holger Hampf: Sehr wichtig. Wir beobachten, dass die Menschen ein zunehmend digitales Leben führen, und Vernetzung spielt eine zentrale Rolle. Es geht den Menschen darum, ein reibungsloses Zusammenspiel zwischen ihrem Berufs- und ihrem Privatleben zu erfahren. Die Automobilindustrie spielt zwar nach wie vor eine große Rolle, entwickelt sich aber immer mehr zu einem Mobilitätsanbieter. Damit das gelingt müssen wir auch verstehen, was sich außerhalb des Fahrzeugs abspielt.

Designworks hat in der Vergangenheit in vielen verschiedenen Branchen – im Gesundheitswesen, im Sport und in der Unterhaltungselektronik – sehr erfolgreiche Arbeit geleistet. Derzeit sind wir jedoch dabei, uns stärker auf mobilitätsrelevante Themen zu konzentrieren. Dieses Gebiet ist eine echte Paradedisziplin von Designworks und die Zugehörigkeit zur BMW Group ist eine großartige Bestätigung für unsere Arbeit und unsere Sichtweise. In Zukunft werden wir in diesem Bereich noch viel mehr unternehmen.

3. Wie sehen also die nächsten Trends aus? Wie sieht die Zukunft der Mobilität aus und welche Rolle spielt Designworks dabei?

Holger Hampf: Die Welt bewegt sich weg von einer objektorientierten und hin zu einer benutzerorientierten Betrachtungsweise. Das Auto wird in Zukunft mit einem viel größeren Öko-system aus Mobilität und Verkehr vernetzt sein und spielt darin nach wie vor eine zentrale Rolle. Aber dieses Ökosystem wächst und wird zunehmend komplexer: Die Menschen erwarten, dass sie mit dem Auto ohne Unterbrechungen aus einem Vorort in die Stadt fahren und dann die letzte Meile mit dem Zug oder Fahrrad zurücklegen können. Wir möchten dazu beitragen, diese Vernetzungen zu ermöglichen.

Presse-Information
Datum 25. Juni 2019
Thema Designworks: Mobility beyond.
Seite 3

4. Designworks betreibt Studios in Kalifornien, München und Schanghai. Wie wichtig ist dieser Blick auf die Welt?

Holger Hampf: Sehr wichtig. Wir haben 1972 unser Studio in Los Angeles eröffnet, 2000 unser Büro in München und 2006 unseren dritten Standort in Schanghai. Diese drei Standorte von Designworks beruhen allesamt auf strategischen Entscheidungen.

Kalifornien besitzt eine derart starke Auto- und Innovationskultur. Es war schon immer ein sehr wichtiger Ort, um Erkenntnisse über die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zu gewinnen. China entwickelt sich für BMW zu einem sehr starken Markt, den es auch von innen zu verstehen gilt.

Sowohl die Zentrale in Los Angeles als auch unser Studio in Schanghai spielen eine wichtige Rolle, da sie die BMW Group über Trends in diesen Märkten informieren. Das Münchner Studio erschließt gleichzeitig die europäische Designkultur und dient in unserem globalen Netzwerk als strategische Schnittstelle zu BMW. Zusammen bieten uns alle drei Studios einen sehr umfassenden Überblick.

5. Worin besteht Ihre Aufgabe als Präsident von Designworks?

Holger Hampf: Ganz einfach darin, auf positive Weise provokativ zu sein. Mein Ziel bei Designworks ist es, die Auswirkungen des Klimawandels, einer wachsenden Bevölkerung und einer zunehmenden Bevölkerungsdichte in den Städten anzugehen und eine positive Prognose und neue Lösungen anzubieten.

Design ist eine zukunftsorientierte und visionäre Disziplin. Bei Designworks müssen wir auf einige der Herausforderungen da draußen reagieren und sie mit positiver Energie angehen. Wir arbeiten mit einer lösungsorientierten Einstellung.

Presse-Information
Datum 25. Juni 2019
Thema Designworks: Mobility beyond.
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

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

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

Designworks

Designworks ist das Design-Innovationsstudio der BMW Group. Als unabhängiges Studio kurbelt Designworks ehrgeizige Zukunftsvisionen durch praktische Designstrategien und -studien an.

Es forciert zukünftige Erkenntnisse, die so sachdienlich und ambitioniert wie möglich sind. Designworks ist der „Architekt der Zukunft“ – für die BMW Group und andere Partner entwickelt das Unternehmen ganzheitliche Systeme, die die Welt, in der wir leben, prägen und verbessern.

Mit seinen drei Studios auf der ganzen Welt ist Designworks ein leistungsstarkes Instrument, das die BMW Group dabei unterstützt, in Sachen Design, Technologie und Innovationen ganz vorne dabei zu sein.

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 31 Produktions- und Montagestätten in 15 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 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>

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

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