

Presse-Information
16. Dezember 2019

Die Prozessfinderin: Laura Robin.

Interview mit Laura Robin, Leiterin des Designworks Studios Los Angeles.



München – Dezember 2019. Laura Robin ist Leiterin des Designworks Studios Los Angeles. Seit vielen Jahren ist sie für Designworks in verschiedenen Bereichen und Führungspositionen tätig, entwickelt neue Ansätze und leitet die Annäherung der Disziplinen. Da Laura sowohl in der Computergrafik als auch in der Designstrategie zu Hause ist, war ihre Arbeit schon zahlreiche Male Auslöser neuer Prozesse. Laura ist eine treibende Kraft, um Design als Influencer für zukünftige Geschäftsstrategien zu etablieren. Heute leitet sie ein Team von mehr als 50 Kreativen und Strategen in Newbury Park in Kalifornien.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 3820 27473

Internet:
www.bmwgroup.com

Als passionierte Vordenkerin unterrichtete Laura viele Jahre am Art Center College of Design in Pasadena, bevor sie zu Designworks kam, und war in beratender Funktion für

Presse-Information

Datum 16. Dezember 2019

Thema Die Prozesserfinderin: Laura Robin.

Seite 2

den Lehrplan der oberen Semester im Bereich Digital Media beteiligt. Darüber hinaus hat sie mehrere angesehene Designpreise gewonnen.

Wie sieht die Zukunft der Mobilität aus und welche Rolle spielt dabei Designworks?

Robin: Für die „Zukunft der Mobilität“ zu gestalten heißt, Störungen zu gestalten. Neue Technologien explodieren geradezu und ermöglichen Produkte und Dienstleistungen, von denen man bislang nur träumen konnte. Von On-Demand-Lufttaxis bis hin zu Frachtdrohnen, von Hyperloop-Kapseln, die mehr als 480 km/h schnell sind, bis hin zu Ladediensten für Elektroautos. Der Grad der Veränderung, Neuheit und Komplexität nimmt ständig zu. Die Rolle von Designworks in diesem Bereich ist es, Systeme zu entwerfen, die unsere wachsenden Ansprüche an Flexibilität, Freiheit und Premium-Mobilität in dieser dynamischen Landschaft unterstützen.

Die Designworks Studios sind auf der ganzen Welt vertreten. Wo liegt der besondere Fokus des Studios in Los Angeles, das Sie repräsentieren?

Robin: Das Designworks Los Angeles Studio zieht seine Stärke aus seinen kalifornischen Wurzeln. Der Großraum LA ist traditionell ein Ort von Lifestyle-Experimenten und Offenheit und ist heute führend bei den Innovationen urbaner Mobilität. Wir lernen davon, im Zentrum von aufkommenden Mobilitätstrends zu stehen, und haben eine aktive Laborkultur, um mit unserer Stadt als Hintergrund einen Prototyp für die Zukunft zu schaffen.

Wo sehen Sie Designworks in der Zukunft und welche Entwicklungen möchten Sie als Leiterin des Studios fördern?

Robin: Das Designworks der Zukunft ist ein ständig lernendes Labor. Ich sehe eine lebendige Designkultur, die durch Experimente in physischer/digitaler Konvergenz angeheizt wird. Der Bedarf an „natürlichen Schnittstellen“, die die menschlichen Beziehungen zu Robotern, intelligenten Assistenten oder einfach dynamischen Informationen verwalten, wird weiter wachsen. Wie wir unsere Menschlichkeit und das

Presse-Information
Datum 16. Dezember 2019
Thema Die Prozesserfinderin: Laura Robin.
Seite 3

Design für unsere Sinne, unsere Moral und Ethik erhalten – das werden die wichtigen Fragen für das Design im digitalen Zeitalter sein.

Was ist Ihr Design-Ethos? Welche Inspirationsquellen sollten wir im Bereich Design zukünftig mehr nutzen?

Robin: Gutes Design ist aussagekräftig. Und um aussagekräftig zu sein, berücksichtigt Design, für wen es ist und in welchem Kontext es verwendet wird. Es ist von Natur aus auf Menschen zentriert. Für das Design der Zukunft ist zwingend Weitsicht notwendig. Wir arbeiten hart daran, die aufkommenden Phänomene, Einstellungen und Verhaltensweisen zu finden, um eine Momentaufnahme des zukünftigen Kontextes zu skizzieren. Da sich die Facetten unserer Zukunft immer neu verschieben und verändern, ist eine Konstante für gutes Design die Notwendigkeit, dass die Lösung beim Empfänger emotional nachhallt.

Was macht Designworks einzigartig?

Robin: Designworks ist anders als andere Designagenturen, weil wir eine Designkultur haben, die für Systeme entwickelt wurde. Wir verfügen über eine vielfältige Palette an Dienstleistungen, die sowohl allein als auch zusammen in multidisziplinären Projekten genutzt werden können. Wir entwerfen Zukunftsvisionen und haben die Fähigkeiten, diese auch zum Leben zu erwecken. Unser einzigartiger Ansatz, Zukunftsvisionen zu entwerfen und diese auf die heutigen Bedürfnisse zurückzurechnen stellt sicher, dass wir unsere Kunden zukunftssicher und ganzheitlich beraten können.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Konzernkommunikation

Sophie Seidenath, Pressesprecherin BMW Group Design
BMW Group Innovations- und Designkommunikation
Tel.: +49-89-382-27473, E-Mail: sophie.seidenath@bmwgroup.com

Benjamin Titz,
Leitung BMW Group Design-, Innovations- und Motorsportkommunikation
Tel.: +49-89-382-22998
E-mail: Benjamin.Titz@bmw.com

Presse-Information

Datum 16. Dezember 2019

Thema Die Prozesserfinderin: Laura Robin.

Seite 4

Designworks

„Als Architekt der Zukunft“ entwickelt das Design-Innovationsstudio der BMW Group ganzheitliche Systeme, die unsere Welt prägen und verbessern. Hier entstehen ehrgeizige Zukunftsvisionen, die wir in konkrete Designstrategien übersetzen und in anwendbaren Studien verwirklichen.

So ambitioniert wie möglich und so praktisch wie nötig gestalten wir die Erfahrungen von morgen. Unabhängig für die BMW Group und andere Partner. Weltweit in drei Studios in Los Angeles, München und Shanghai. Fokussiert darauf, Unternehmen in Sachen Design, Technologie und Innovation nach vorne zu bringen.

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/>