

Comunicat de presă

21 ianuarie 2026

Angajament pentru România – BMW România investește în modernizarea biroului propriu din Băneasa

"Efortul pe care îl facem pentru modernizarea biroului ne ancorează și arată angajamentul nostru pentru România, o piață tot mai importantă pentru BMW Group. Este în linie cu investițiile importante făcute împreună cu întreaga rețea de dealeri autorizați pentru modernizarea showroomurilor", Oliver Rademacher, Director General BMW Group România.

București. BMW Group este prezent în România de 19 ani ca reprezentat al mărcilor BMW, MINI și BMW Motorrad. Este prima dată când compania anunță o investiție importantă în modernizarea propriului sediu.

"Efortul pe care îl facem pentru modernizarea biroului ne ancorează și arată angajamentul nostru pentru România, o piață tot mai importantă pentru BMW Group. Este în linie cu investițiile pe care rețeaua de dealeri autorizați le face în modernizarea showroomurilor din întreaga țară. Nu doar prin gama de noi modele, întreaga imagine BMW Group trece printr-o transformare majoră", Oliver Rademacher, Director General BMW Group România.

Noul proiect de amenajare face parte din strategia globală „Connected Workplace Vision Identity”, un concept revoluționar prin care BMW transformă mediul de lucru într-un ecosistem modern, fluid și extrem de eficient. Partenerii în materializarea acestei viziuni au fost arhitecții de la Outline Architecture Office, care au reușit să armonizeze standardele globale riguroase de corporate identity, cu amprenta locală și designul sustenabil.

O experiență imersivă pentru angajați și vizitatori

Încă de la intrare, spațiul îi ghidează pe vizitatori printr-un parcurs vizual intuitiv, marcat de jocuri de culori și finisaje premium. O apariție neașteptată este spațiul de prezentare al unei motociclete, un element care supliniază identitatea dinamică a mărcii, cu o istorie bogată.

Zona de acces a fost extinsă și transformată într-un punct central de interacțiune, ce integrează o sală de discuții dedicată presei. Acest „living space” informal oferă o flexibilitate maximă: pereții vitrați asigură o transparență totală și luminozitate, în timp ce draperiile acustice pot transforma instantaneu zona într-un spațiu intim pentru întâlniri private.

Comunicat de presă

Titlu

Angajament pentru România – BMW România investește în modernizarea biroului propriu din Băneasa

Pagina

2

Designul este punctat de elemente calde, precum placajul vertical din lemn (riflaje), care conduce vizitatorii către recepția marcată de identitatea iconică BMW și, mai departe, către zonele de lucru.

Versatilitate și colaborare

Noul birou este configurat pentru a susține diferite stiluri de lucru. De-a lungul peretelui interior, arhitecții au creat o suită de spații versatile, de la săli de consiliu clasice, până la un mic amfiteatru modern destinat prezentărilor și lucrului în echipă. Aranjamentul de tip amfiteatru, o apariție neobișnuită într-un spațiu cu un singur nivel, dincolo de atmosfera informală pe care o oferă, evocă o serie de spații emblematice BMW Group cu o soluție similară – BMW Welt Forum și noul centru de training BMW Group.

Pentru momentele care necesită concentrare sau discuții telefonice, au fost integrate cabine individuale izolate, toate fiind unite vizual prin compartimentări din sticlă fonoizolantă, care mențin senzația de unitate și deschidere.

Punctul central de socializare: Bistro-ul Urban

„Surpriza” noului sediu este zona de relaxare de 65 mp, situată strategic pe colțul clădirii. Conceput sub forma unei cafenele de tip bistro urban, acest spațiu dispune de o insulă de bar modernă și mobilier flexibil. Cu o atmosferă caldă și primitoare, acest „hub” social încurajează interacțiunile spontane și prezentările ad-hoc, oferind echipei BMW un loc unde creativitatea poate apărea în afara biroului tradițional.

„Prin acest nou sediu, BMW România nu doar că adoptă un standard global de eficiență, dar creează o comunitate. Am dorit ca fiecare element de design, de la materialele sustenabile până la fluiditatea spațiului, să reflecte plăcerea de a inova, pe care o regăsim în fiecare automobil al mărcii noastre”, a Oliver Rademacher.

Transformare generală a rețelei de dealer BMW Group România

BMW Group România anunță o etapă majoră în evoluția mărcii pe plan local: transformarea completă a zonelor de prezentare și showroom-urile rețelei de dealeri. Trecând dincolo de conceptul tradițional de „galerie auto” (car gallery), noile spații sunt regândite pentru a pune clientul și interacțiunea umană în centrul atenției, într-o atmosferă caldă și primitoare, inspirată de designul unui

Comunicat de presă

Titlu Angajament pentru România – BMW România investește în modernizarea biroului propriu din Băneasa

Pagina 3

living modern.

O nouă filosofie: designul primitiv și digitalizarea aduc clientul în prim plan. Noua abordare înlocuiește zonele administrative și birourile clasice cu spații de discuții deschise și zone de prezentare relaxate. Showroom-ul devine astfel un spațiu de tip „living room”, unde vizitatorii se pot bucura de universul BMW și MINI într-un mediu mai cald, care facilitează dialogul.

Flexibilitatea este cuvântul cheie: designul unitar implementat în toate zonele – de la expunerea modelelor BMW și MINI, până la zona de After Sales – permite echipelor să reconfigureze ușor spațiul și să răspundă rapid oricărei nevoie, oferind o experiență fluidă și coerentă pe tot parcursul vizitei.

Inovația nu se oprește la estetică. Soluțiile digitale de ultimă generație asigură o tranziție fără efort între mediul online și cel fizic. Un client poate începe configurarea automobilului dorit acasă și o poate continua în showroom, pe orice dispozitiv, fie într-o zonă de lounge, fie chiar lângă mașina expusă. „Partenerii noștri realizează o investiție majoră pentru a ridica standardul experienței oferite clienților. Acest efort completează pachetul nostru de servicii digitale, unde am marcat deja o premieră globală prin lansarea «BMW Digital Service Only». Îmbinăm tehnologia de vârf cu un design de excepție pentru a crea, cu adevărat, o experiență memorabilă în fiecare showroom”, a declarat Oliver Rademacher, Director General BMW.

Grup West Oradea: Primul pas către noua eră

Primul centru care a finalizat investiția în modernizarea la noile standarde de design este Grup West Oradea. Cu această ocazie, partenerul din Oradea a inaugurat și primul showroom dedicat exclusiv mărcii MINI în această regiune a țării. Până la finalul acestui an, cea mai mare parte a rețelei BMW din România va finaliza aceste investiții de modernizare.

Arhitectura și identitate

Pentru BMW, arhitectura a fost întotdeauna mai mult decât o necesitate funcțională; este un pilon de identitate de peste jumătate de secol. De la sediul central din München, inaugurat în 1973 (opera arhitectului Karl Schwanzer), până la spectaculosul BMW Welt (semnat de Wolfgang Prix și Coop HimmelB(l)au în 2012), marca a setat repere vizuale emblematiche la nivel global. Noua identitate a showroom-urilor din România continuă această tradiție, aducând excelența vizuală mai aproape de comunitatea locală de

Comunicat de presă

Titlu Angajament pentru România – BMW România investește în modernizarea biroului propriu din Băneasa

Pagina 4

clienți și pasionați.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România

Alexandru Șeremet

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com

BMW Group

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare premium. Rețeaua de producție a BMW Group cuprinde peste 30 de facilități de producție la nivel mondial; compania are o rețea globală de vânzări în peste 140 de țări.

În 2024, BMW Group a vândut, la nivel mondial, peste 2,45 milioane de automobile și peste 210.000 de motociclete. În anul fiscal 2024, profitul brut a fost de 11 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 142,4 miliarde de euro. La 31 decembrie 2024, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 159.104 de angajați.

Dintotdeauna, succesul economic al BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Dezvoltarea sustenabilă este un element important al strategiei corporate a BMW Group și acoperă toate produsele, de la lanțul de aprovizionare, trecând prin producție, până la finalul fazei de utilizare.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

Instagram: <http://www.instagram.com/bmwromania>

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

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

X: <http://www.x.com/bmwromania>

Site de presă: press.bmwgroup.com/romania