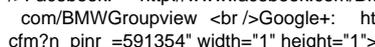




BMW Group DesignworksUSA ändert seinen Namen zu Designworks.

BMW Group DesignworksUSA ändert seinen Namen zu Designworks. Am 8. April ändert BMW Group DesignworksUSA, eine Tochtergesellschaft der BMW Group, ihren Namen zu Designworks. Die Umbenennung reflektiert die Entwicklung des Unternehmens von einem Designstudio zu einer weltweit führenden Kreativberatung und trägt den veränderten Geschäftsbeziehungen innerhalb und außerhalb der BMW Group Rechnung. In Verbindung mit dem neuen Namen wird Designworks eine neue Webseite lancieren. Seit 1995 gehört Designworks zum BMW Group Design und belebt mit externen Impulsen, ungewohnten Sichtweisen und neuen Denkansätzen die Innovations-Kultur der BMW Group. Die Tochterfirma arbeitet jedoch auch für eine Vielzahl von Kunden aus anderen Industrien, die auf das breit gefächerte Portfolio aus Design- und Kreativberatung mit besonderem Fokus auf Mobilität und digitales Leben zurückgreifen. An den Herausforderungen der globalen Wirtschaft ist Designworks gewachsen. Das Unternehmen hat seine Prozesse, Strukturen, Kompetenzen und Services weiter entwickelt. Heute beinhaltet das Angebot neben klassischem Produktdesign auch Kreativ- und Nachhaltigkeitsberatung, Research und Strategieentwicklung, Materialberatung, Branding und User Interface Design. Mit der Umbenennung, der neuen Firmenwebseite und einer neuen Corporate Identity trägt Designworks den Veränderungen der vergangenen Jahre Rechnung und setzt ein Zeichen Richtung Zukunft. Lernen von BMW Group Denkprozessen Die Geschichte von Designworks begann in den 1970er Jahren mit der Gründung einer Garagenfirma in Malibu. Heute verfügt die Kreativberatung über drei Standorte in Europa, Nord Amerika und Asien. Kunden aus der ganzen Welt wenden sich an Designworks, um zu erfahren, welche Phänomene das Design der Zukunft prägen, welche Möglichkeitsspielräume sich daraus ergeben und welche Visionen und konkreten Lösungen das Kreativteam für ihre speziellen Anforderungen entwickeln kann. Dabei greift Designworks auf ein Innovationsprinzip zurück, das auf dem Knowhow-Transfer zwischen Industrien und unterschiedlichen Branchen basiert: Die Kreativen nutzen Einblicke in die Innovationskultur der BMW Group und lassen Kunden außerhalb des Automobilbereichs an den progressiven Denkprozessen teilhaben. Gleichsam generiert Designworks bei der Zusammenarbeit mit Kunden aus anderen Industrien wichtige Außenperspektiven, die es in Innovationsprozesse der BMW Group einbringt. So entstehen kreative Potentiale, die für alle Seiten von Nutzen sind. Der Kundenstamm von Designworks war schon immer vielfältig. Er ist es heute umso mehr. Nicht nur Kundenanfragen verschiedener Branchen sondern auch unterschiedlichster Unternehmensabteilungen erreichen die drei Designworks Studios. Neue Denkmotive sind in der Produktentwicklung oder im Innovationsmanagement genauso gefragt wie in Entwicklungs- und Strategieabteilungen, im Marketing und im Eventbereich. Und mehr denn je bei abteilungsübergreifenden Projekten: Durch jahrelange Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Abteilungen bei BMW Group Innovationsprojekten verfügt Designworks über Erfahrungen als Koordinator, inhaltlicher Impulsgeber, als Katalysator und Moderator für Projektteams aus unterschiedlichen Disziplinen und unterschiedlichster Denkweisen. Mehr Informationen über Designworks erhalten Sie auf unserer neuen Website: www.bmwgroupdesignworks.com oder bei: Birgit Pucklitzsch, Designworks, Marketing Kommunikation, Tel: +49 89 548 49361 Fax: +49 89 5484 9399 E-mail: birgit.pucklitzsch@bmwgroupdesignworks.com Sophie Seidenath, BMW Group Innovations- und Designkommunikation, Telefon: +49-89- 382-27473 Fax: +49-89- 382-27473 E-Mail: presse@bmw.de Internet: www.press.bmwgroup.de Designworks ist eine Tochtergesellschaft der BMW Group mit Hauptsitz in Kalifornien und einem internationalen Studio-Netzwerk in Europa, Amerika und Asien. Schwerpunkte der Kreativarbeit liegen im Mobilitäts- und Produktdesign sowie in der strategischen Designberatung. Das ehemals selbständige Kreativstudio wurde von der BMW Group im Jahr 1995 übernommen. Designworks agiert als Impulsgeber für alle Marken des Mutterkonzerns und als Innovationsmotor für eine Vielzahl namhafter Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie der IT- und Unterhaltungselektronik, der Flugzeugtechnik, dem Medizin- und Umweltbereich oder der Lifestyle- und Sportbranche. Zum Kundenportfolio zählen namhafte Marken wie Coca Cola, Embraer, Hewlett Packard, Microsoft, Neil Pryde, Sennheiser und Siemens. 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 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

birgit.pucklitzsch@bmwgroupdesignworks.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

birgit.pucklitzsch@bmwgroupdesignworks.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik.

Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.