



**Expertin zu Perspektivenwechsel und Visionskraft
Strategin und Gestalterin, ehem. BMW Group**

Swantje Rößner ist eine leidenschaftliche Strategin, Gestalterin und Macherin mit einem Werkzeugkasten voller Methoden, um die Zukunft entschlossen anzugreifen. In ihren Reden fügen sich ihre Thesen und live gezeichneten Zukunftsbilder zu einer einprägsamen Story zusammen.

Swantje Rößner studiert Industrie Design an der Hochschule München sowie Design Development, Marketing und Psychology an der Ohio State University, USA. Von 1992 bis 2010 zeichnet sie sich bei der BMW Group als Designerin unter anderem durch das Interior Design der Modelle X5 und 7er sowie des Showcars Z9 aus und prägt damit eine neue Stilrichtung. Mit dem Wechsel in die Konzernstrategie liefert sie als Strategin maßgebliche Beiträge und Zukunftsbilder im Transformationsprozess der BMW Group.

Von 2011 bis 2020 leitet Swantje Rößner die Agentur Poetic Design und begleitet Unternehmen und Organisationen in den Bereichen Vision, Strategie und Innovation. Mit ihrem Ansatz, dass eine sinnstiftende und damit erfolgreiche Innovation nur dann stattfinden kann, wenn sich Ratio und Emotion verbinden und gegenseitig stützen, unterstützt sie nicht nur Zukunftsprojekte von Konzernen über öffentliche Träger bis hin zu NGOs, sondern liefert auch spannende und inspirierende Vorträge.

Zum Jahresbeginn 2021 gründet sie das Unternehmen Swantje Rößner Boxenstopp. Mit ihrer Fähigkeit des schnellen Perspektivenwechsels gelingt es ihr, Unternehmen und ihre Teams aufzutanken, präzise in die Zukunft zu steuern und mit deutlichem Vorsprung zurück ins Rennen zu bringen. Ihre Werkzeuge und emphatische Moderation befähigen auch sehr diverse Teams, in die gleiche Richtung zu laufen, die Unternehmensmission über das ganze Unternehmen zu entfalten und hoch motiviert neue Brücken zu ihren Kunden zu bauen.

Themen (Auswahl):

- Perspektivenwechsel - Unsichtbare Sehnsüchte
- Zukunftsbild - Motivation | Kreativität | Visionskraft
- Kulturwandel - Charakterstarke Unternehmenskultur
- Kundenzentrierung - Das Kraftfeld der Menschen
- Innovation - Emotion als Treiber von Innovation
- Motivation - Persönliches Wachstum statt Change
- Mobilität - Die dritte Haut