BMW Group
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
9. März 2011

Jubiläum: Die BMW Group feiert 40 Jahre internationales Kulturengagement.

München/Berlin. Seit 40 Jahren engagiert sich die BMW Group in aller Welt und nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung auch im Bereich der Kultur wahr. Schwerpunkte setzt das Unternehmen in der zeitgenössischen Kunst, der klassischen Musik und im Jazz sowie in Architektur und Design. Bei allem Kulturengagement setzt das Unternehmen auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen. Derzeit fördert die BMW Group mehr als 100 Projekte weltweit. Das Unternehmen feierte den runden Geburtstag in einer Gesprächsrunde in Berlin mit Partnern aus der Hauptstadt und der Publikation CULTURE des renommierten New Yorker Grafikdesigners und Grammy Award-Gewinners Stefan Sagmeister.

„Seit nunmehr vierzig Jahren fördert die BMW Group mehr als hundert Kulturprojekte weltweit. Bei jedwedem Engagement ist die Unabhängigkeit der Kunst für uns oberstes Gut. Wir setzen auf langfristig angelegte Formate, nicht auf kurzlebige Events. Damit nehmen wir auch im Kulturbereich unsere gesellschaftliche Verantwortung als Corporate Citizen nachhaltig wahr. Die Subtilität des Auftritts zeugt von der Souveränität des Förderers. Im Selbstverständnis der BMW Group ist das Engagement für Kunst und Kultur essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation – heute und auch in Zukunft.“
Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG

„Mit der Staatskapelle Berlin freue ich mich auf dieses ganz besondere Open-Air-Konzert. Ich finde es wunderbar, dass wir ein Jahr nach dem Umzug ins Schiller Theater auf den Bebelplatz zurückkehren und für das Berliner Publikum und Gäste aus aller Welt spielen werden. Besonderer Dank gilt BMW Berlin, die diesen Auftritt vor der eindrucksvollen Kulisse trotz Sanierung der Staatsoper Unter den Linden möglich macht.“
Daniel Barenboim, Generalmusikdirektor, Staatsoper Unter den Linden

„Seit 2006 begleitet uns BMW als Partner beim Preis der Nationalgalerie für junge Kunst mit außergewöhnlichem Engagement. Diese langfristige Partnerschaft prägte entscheidend die Weiterentwicklung dieses Preises. In kontinuierlich gutem Zusammenspiel ist diese Kooperation ein schönes Beispiel für die Interaktion des Vereins der Freunde der Nationalgalerie mit Partnern aus der Wirtschaft und Industrie.“
Prof. Dr. Christina Weiss, Vorsitzende des Vereins der Freunde der Nationalgalerie

„Der Preis der Nationalgalerie für junge Kunst gilt als einer der weltweit angesehensten Museumspreise. Dass das so ist, ist einerseits den Künstlern zu verdanken, auf deren große Kreativität und Weitsicht man immer vertrauen konnte, anderseits unserem Partner BMW, dessen Förderung von Beginn an sich auf eine lange Zukunft hin ausrichtete. Der

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-(0)89-382 24753

Internet
www.bmwgroup.com

> Austausch mit BMW, zwischen den Systemen Kunst und Wirtschaft, ist für mich dabei immer ein ehrlicher, aufrichtiger Dialog auf Augenhöhe. Kurz gesagt: Wir fahren schon eine geraume Wegstrecke sehr gut zusammen, was in einer schnelllebigen Zeit eine ganz besondere und vorbildhafte Auszeichnung ist.“
> Udo Kittelmann, Direktor Nationalgalerie, Berlin

Stefan Sagmeisters CULTURE zum 40-jährigen Jubiläum

„Für eine Publikation über die zahlreichen Kulturaktivitäten der BMW Group bot es sich an, vier versteckte Räder und eine Fernbedienung zu integrieren, die es den Lesern erlaubt, mit dem Buch selber herum zu fahren. Kultur bewegt.“
Stefan Sagmeister, Grafikdesigner, New York

Zum Jubiläum hat der international gefeierte Grafikdesigner und zweifache Grammy Award-Gewinner Stefan Sagmeister die Publikation CULTURE zur Darstellung der internationalen kulturellen Partnerschaften der BMW Group gestaltet. Die limitierte Auflage von 1488 unverkäuflichen, handsignierten Exemplaren wurde am 9. März in Berlin durch Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG, auf einer Pressekonferenz erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Das Konzept ist – typisch Sagmeister – unkonventionell und erfrischend neuartig: CULTURE ist nicht nur ein Buch zum Durchblättern, sondern mit integriertem, ferngesteuertem Auto auch ein Buch zum Fahren. Die numerische Anordnung aller Buchdeckel würde gesamthaft ein 7 x 7 Meter großes Quadrat ergeben, das eine grafisch abstrahierte Sicht auf den legendären BMW „Vierzylinder“ aus der Vogelperspektive zeigt – die Konzernzentrale in München, die 1972 von Karl Schwanzer erbaut wurde. Jeder Buchdeckel ist ein Unikat.

Perspektiven und Projekte

Die kulturellen Partnerschaften der BMW Group sind auf Jahre angelegt; zusätzlich kommen immer wieder zahlreiche neue Kooperationen hinzu. 2011 ist dies etwa das BMW Guggenheim Lab, eine gemeinsame Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group. Als mobile Struktur, die von Stadt zu Stadt von Nordamerika bis nach Asien reist, wird das BMW Guggenheim Lab sechs Jahre lang internationale Künstler und Wissenschaftler einladen, um eine öffentliche Plattform für den Austausch über Ideen für die urbanen Herausforderungen der Zukunft zu bieten. Das erste Lab organisiert sich unter dem Thema „Confronting Comfort: The City and You“; im August startet es in New York – auf einer dortigen Pressekonferenz am 6.5.2011 werden alle weiteren Details bekannt gegeben.

Ein Ausstellungsprojekt, das die BMW Group „erster Partner“ in diesem Jahr mit diversen Formaten fördert, ist die Schau „Die Kunst der Aufklärung“, die am 1. April in Peking eröffnet. Im Rahmenprogramm soll die Konzertreihe „Die Musik

der Aufklärung“, ein Kulturaustauschprogramm sowie ein Jugendkongress stattfinden. Gemeinsam mit dem National Museum of China präsentieren die Staatlichen Museen zu Berlin, die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden und die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen München knapp 600 Objekte – darunter Meisterwerke von Goya bis Gainsborough, Kostüme, Porzellan und wissenschaftliche Instrumente. So wirft die Ausstellung ein Schlaglicht auf die Entwicklung einer künstlerischen und geistigen Wissbegierde und Weltoffenheit, die prägend für diese Epoche der europäischen Geschichte war. In Asien wird zudem die Tournee von Daniel Barenboims „West-Östlichem Diwan“-Orchester gefördert. Zudem ist die BMW Group Partner der von Zaha Hadid gestalteten Nationaloper Guangzhou.

Im Bereich Musik kooperiert BMW seit diesem Jahr erstmals mit den Münchner Philharmonikern: Das Unternehmen ist dem Orchester schon lange verbunden, eine engere Kooperation für das Education Programm „SpielfeldKlassik“ entstand nun in Zusammenarbeit mit dem Intendanten Paul Müller und Lorin Maazel, dem designierten Chefdirigent des Orchesters ab der Saison 2012/13.

Selbstverständlich engagiert sich die BMW Group auch an seinen Standorten in Deutschland kulturell – die Förderung lokaler Projekte hat eine lange Tradition im Unternehmen. Die Spannbreite reicht vom Ergoldinger Kulturprogramm und den Afrikatagen Landshut über die Europäischen Wochen Passau bis zum Leipzig International Art Programme, dem Theaterfestival „euro-scene“ und zum Bach-Archiv Leipzig e.V..

Das kulturelle Engagement in Berlin (Auswahl)

Die BMW Group und Berlin verbindet eine langjährige und vielseitige kulturelle Partnerschaft. Das Engagement erstreckt sich über ein breites Spektrum in unterschiedlichsten kulturellen Bereichen. So entstand in Berlin das 16. BMW Art Car des Künstlers Olafur Eliasson und BMW ist seit 2006 Förderer des Jungkuratorenworkshops der Berlin Biennale. Gleichfalls seit 2006 unterstützt BMW als exklusiver Partner den Preis der Nationalgalerie, der mit 50.000 Euro eine der höchst dotierten Auszeichnungen für internationale zeitgenössische Kunst darstellt und in diesem Jahr zum sechsten Mal vergeben wird.

Der BMW Group ist daran gelegen, auch im kulturellen Bereich ihren Bildungsauftrag zu erfüllen. Und so ist „gratis und draußen“ das Motto der zwei überaus erfolgreichen Kooperationen „Oper für alle“ mit der Bayerischen Staatsoper München und „Staatsoper für alle“ mit der Staatsoper Unter den Linden. 2007 feierte diese Kooperation ihre überaus erfolgreiche Premiere. Zu den kostenlos zugänglichen Live-Konzerten und Opernübertragungen kamen auf Einladung von BMW an den Wochenenden der Folgejahre jeweils rund 60.000 Besucher. Inzwischen verbinden BMW und die Lindenoper noch weitere Partnerschaften, wie das Engagement für das Format „Kinderoper“ oder Gastspiele der Staatskapelle, wie zum Beispiel die Südamerika-Tour 2008.

Von Anfang an förderte BMW außerdem das Jugendorchestertreffen young.euro.classic in Berlin bis zu dessen 10-jährigem Jubiläum und engagiert sich seit 2010 im Rahmen der Berlinale, den Internationalen Filmfestspielen Berlin.
Zahlreiche Engagements wie beispielsweise der VIP Shuttle zum Gallery Weekend, der Kunstadventskalender oder weitere Kulturformate von BMW Kurfürstendamm ergänzen die Vielfalt. Engagements für Rahmenprogramme bei Ausstellungen der Nationalgalerie sind ebenfalls an der Tagesordnung.

40 Jahre weltweites Kulturengagement der BMW Group

Zeitgenössische Kunst

1972 entstanden drei von der BMW Group beauftragte, großformatige Gemälde: „Rot“, „Gelb“ und „Blau“, die der Künstler Gerhard Richter für das Foyer der Münchner Konzernzentrale anfertigte. In diese Zeit fallen auch die ersten kulturellen Engagements seitens BMW. Hervé Poulain initiierte die ersten BMW Art Cars, dessen nunmehr 17. Exemplar von Jeff Koons 2010 präsentiert wurde. Die Fotosammlung „AutoWerke“ mit Arbeiten von u.a. Thomas Demand, Thomas Struth, Candida Höfer und Rineke Dijkstra wurde 2005 im Rahmen der Neueröffnung des BMW Werk Leipzig dem dortigen Museum für Bildende Künste geschenkt. Formate zahlreicher Museen werden kontinuierlich weltweit unterstützt, die Akademie der Bildenden Künste München wird mit einem Ausstellungsraum gefördert, in dem Studierende ihre Werke und Installationen eigenständig kuratieren. Zur Förderung junger Kuratoren wurde 2011 die „MINI/Goethe-Institut Kuratorenresidenz Ludlow 38“ ins Leben gerufen, die Ausstellungsmachern aus Deutschland für den Zeitraum eines Jahres die Arbeit in New York ermöglicht. Damit setzen MINI und das Goethe-Institut ihre erfolgreiche Kooperation fort; gemeinsam hatten sie 2008 den Raum „Ludlow38“ für zeitgenössische Kunst in der Lower East Side eröffnet. Der „Prix BMW“ auf der Paris Photo, der „Premio de Pintura“ in Spanien, das Kuratorenstipendium der Berlin-Biennale – auch sie alle haben zum Ziel, junge Kunst zu fördern – so wie der Preis der Nationalgalerie in Berlin. 2011 werden die Partnerschaften mit internationalen Kunstmessen intensiviert: So kooperiert BMW 2011 unter anderem mit der Art Basel und Art Basel Miami Beach, mit der Frieze Art Fair in London, der TEFAF in Maastricht, der Hong Kong Fine Art Fair sowie der Art Toronto. Weitere internationale Institutionen für zeitgenössische Kunst, mit denen BMW in diesem Jahr zusammenarbeitet, sind u.a. das Centre Pompidou (Paris), das Museum für zeitgenössische Kunst in Rom MAXXI, die europäische Biennale „Manifesta 8“ (Spanien) und der National Photography Award (Spanien).

Klassische Musik und Jazz

Die BMW Group begründete bereits 1979 eine der ersten Public-Private-Partnerships in Deutschland – den „Spielmotor e.V.“. Zweck war die „Initiierung und Durchführung kultureller Veranstaltungen in München“. 1988 nahm der Spielmotor die Münchner Biennale für neues Musiktheater, 1995 das Festival

SPIELART ins Programm, ab 1998 das Festival DANCE für zeitgenössischen Tanz. Das preisgekrönte Projekt „Oper für alle“ entstand 1997 in enger Zusammenarbeit mit der Bayerischen Staatsoper und ist inzwischen laut Oberbürgermeister Christian Ude zum „Münchner Bürgerrecht“ geworden – mit jährlich mehr als 20.000 Besuchern. 2007 wurde das Format unter dem Titel „Staatsoper für alle“ auch in Berlin mit der Staatsoper Unter den Linden etabliert. Neben diesem Engagement pflegt die BMW Group eine Zusammenarbeit mit dem Münchner Kammerorchester.

Im Bereich Jazz werden Festivals und Konzerte in Brasilien, Japan, Polen, Tschechien, Rumänien, Ungarn, der Slowakei, Mexiko, Beirut, Prag, Südafrika und Deutschland unterstützt; der mit 15.000 Euro dotierte BMW Welt Jazz Award ergänzt diese Engagements. Die BMW Mitarbeiterinitiativen Dixi-Drivers, BMW Männerchor und BMW Kammerorchester zeigen bereits seit vielen Jahrzehnten das musikalische Engagement der Mitarbeiter auf. Internationale Kooperationspartner sind 2011 u.a. das Royal Concertgebouw Orchestra (Amsterdam), NHK Symphony Orchestra (Tokio), Nationaloper Lettland (LNA), das Festival für klassische Musik Österjöfestivalen (Schweden), Orchestre de Paris (Paris), La Scala (Mailand), das Slowenische Nationaltheater Oper und Ballett (Ljubljana), Opera Ireland (Dublin), Bolschoi Theater (Moskau), die Goh Ballet Academy (Vancouver) sowie die von Zaha Hadid gestaltete Nationaloper Guangzhou in China.

Architektur und Design
Bei der BMW Group entsteht Design seit knapp 100 Jahren von Menschen für Menschen. In enger Zusammenarbeit mit der Pinakothek der Moderne München wurde die Wandskulptur und Video-Installation „The Art of Car Design“ in der Neuen Sammlung geschaffen. 2006 eröffnete die eigenständige Tochtergesellschaft der BMW Group, Designworks USA, ihr drittes international agierendes Designstudio. Adrian van Hooydonk, seit März 2009 Direktor Design BMW Group, setzt die Designphilosophie, die auf emotionale und faszinierende Produkte zielt, mit seinem Team um. Im 2008 wiedereröffneten BMW Museum kann das Publikum die Synthese von Architektur und Design hautnah erleben: Im Mittelpunkt der Ausstellung stehen 125 Originalexponate in 25 Ausstellungsbereichen. Zahlreiche internationale Diskussionsforen und Projekte zum Thema Design bieten darüber hinaus die Möglichkeit zum Austausch zwischen Fachleuten und interessierter Öffentlichkeit. 2011 ist einer der internationalen Partner der BMW Group im Bereich Design das wichtigste Designmuseum Italiens, das Triennale Design Museum (Mailand), das im Rahmen des Concorso d’Eleganza den „BMW Group Design Talk“ ausrichtet. Bereits mit Karl Schwanzers Bau der Konzernzentrale, dem „Vierzylinder“ von 1972, setzte das Unternehmen bewusst auf eine dynamische Bauart, die sich später mit richtungsweisenden Gebäuden von Zaha Hadid in Leipzig und der BMW Welt in München von Coop Himmelb(l)au fortsetzen sollte. Dass die BMW Group auch bei der Förderung innovativen Architekten-Nachwuchses aktiv ist, zeigt der seit 1988 in Frankreich veranstaltete Concours d' Architecture.

Weiterführende Informationen sowie Bildmaterial erhalten Sie im BMW PressClub
www.press.bmwgroup.com und unter www.guggenheim.org/BMWGuggenheimLab
www.kunstderaufklaerung.de
www.preis2011.de
www.spielfeld-klassik.de
www.staatsoper-berlin.de/staatsoperfueralle

Mehr zum kulturellen Engagement der BMW Group unter www.bmwgroup.com/kultur

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Dr. Thomas Girst, Leiter BMW Group Kulturengagement
Telefon: 089-382-24753, Fax: 089-382-10881

Antonia Walther, Sprecherin BMW Group Kulturengagement
Telefon: 089-382-10422, Fax: 089-382-10881

Internet:
www.press.bmwgroup.com
www.bmwgroup.com/kultur
E-Mail: presse@bmw.de