

Presse-Information
28. Oktober 2011**BMW Guggenheim Lab beendet erfolgreich seine erste Station in New York City. Mehr als 300.000 Teilnehmer aus aller Welt. Nächster Standort der sechsjährigen Neun-Städte-Tour ist Berlin.**

New York/ München. Das erste BMW Guggenheim Lab in New York City konnte während seiner zweieinhalbmonatigen Laufzeit vom 3. August bis 16. Oktober 2011 54.000 Besucher aus 60 Ländern begrüßen. Zudem besuchten 329.000 Menschen aus 168 Ländern die Website bmwguggenheimlab.org. Diese Zahlen gaben Richard Armstrong, Direktor des Solomon R. Guggenheim Museum and Foundation, und Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG, nach Beendigung der ersten Station des Lab bekannt.

Standort des BMW Guggenheim Lab war ein innovatives, mobiles Gebäude im First Park, an der Houston Street, welches von dem aus Tokio stammenden Architekturbüro Bow-Wow entworfen wurde. Während der 53-tägigen Laufzeit fanden im BMW Guggenheim Lab – einer Kombination aus Ideenschmiede, öffentlichem Forum und Gemeindezentrum – 58 Vorträge, 48 Workshops, 28 Filmvorführungen, 24 Special Events, 21 Exkursionen und neun Vor-Ort-Veranstaltungen statt. Das gesamte Programm war vom New Yorker Lab Team in Zusammenarbeit mit den Kuratoren des Guggenheim Museums entwickelt worden und hatte zum Ziel, urbane Ideen und Strategien rund um das Thema „ConfrontingComfort“ zu untersuchen.

Neben den Website-Besuchern konnte das BMW Guggenheim Lab 45.000 Facebook-Likes und über 40.000 YouTube-Aufrufe verzeichnen. Das interaktive Online-Spiel, Urbanology, wurde mehr als 26.000-mal gespielt und knapp 3.000 Menschen haben Ideen zum interaktiven Logo des BMW Guggenheim Lab beigesteuert.

„Wir hätten uns niemals träumen lassen, dass das BMW Guggenheim Lab und sein Programm in New York City solch enormes Interesse erregen und zu einem derart enthusiastischen Ideenaustausch führen würde – sowohl vor Ort als auch online. Das Lab hat auf der ganzen Welt zahllose Diskussionen angestoßen, hat zwischenzeitlich einem Erdbeben, einem Hurrikan und metertiefem Regen getrotzt und sogar zu einem Heiratsantrag inspiriert“, so Richard Armstrong. „Ohne den Weitblick, die Unterstützung und das Vertrauen der Bewohner des East Village und der Stadt New York sowie unseres fantastischen Partners BMW hätten wir diesen Erfolg nicht erzielen können.“

„Wir freuen uns außerordentlich über die enorme Resonanz und Begeisterung, die das BMW Guggenheim Lab in New York hervorgerufen hat“, so Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG. „Dies war der perfekte Auftakt zu der sechsjährigen Reise, in deren Verlauf das mobile Labor in neun Megacities auf der ganzen Welt Station machen wird.“

Presse-Information
Datum 28. Oktober 2011
Thema BMW Guggenheim Lab beendet erfolgreich seine erste Station in New York City.
Seite 2

Im Verlauf der sechsjährigen Laufzeit, die bis Ende 2016 andauert, wird das BMW Guggenheim Lab in drei separaten, aufeinander folgenden Zyklen in neun Städte reisen, jeweils mit einer eigenen thematischen Ausrichtung und einer eigenen Architektur. So will das Lab dazu beitragen, Bewusstsein für wichtige Herausforderungen des städtischen Lebens zu wecken und die gewonnenen Erkenntnisse für Städte auf der ganzen Welt dauerhaft nutzbar machen. Als nächstes wird das Lab im Spätfrühjahr 2012 in Berlin gastieren, um dann Ende 2012 in Mumbai Station zu machen.

Die Kuratoren für das BMW Guggenheim Lab sind David van der Leer, Assistant Curator, Architecture and Urban Studies, und Maria Nicanor, Assistant Curator, Architecture.

Über das BMW Guggenheim Lab Online

Die Website des BMW Guggenheim Lab (bmwguggenheimlab.org), der Blog (blog.bmwguggenheimlab.org) und die Online-Communities bieten Menschen auf der ganzen Welt weitere Möglichkeiten zur Teilnahme an diesem multidisziplinären Experiment. Alle Besucher sind eingeladen, Mitglied der Social Communities des BMW Guggenheim Lab zu werden:

twitter.com/bmwgugglab und [#BGLab](https://twitter.com/BGLab)

facebook.com/bmwguggenheimlab

youtube.com/bmwguggenheimlab

flickr.com/bmwguggenheimlab

foursquare.com/bmwgugglab

2011: Die BMW Group feiert 40 Jahre internationales Kulturengagement

Die Kulturförderung der BMW Group mit über 100 Projekten weltweit ist seit 40 Jahren essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol und Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Thomas Demand und Jeff Koons mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen berühmte Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Gebäude und Werke des Unternehmens. 2011 eröffnet das BMW Guggenheim Lab in New York, eine sechsjährige gemeinsame Kooperation der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group. Die weltweit angelegte

Presse-Information
Datum 28. Oktober 2011
Thema BMW Guggenheim Lab beendet erfolgreich seine erste Station in New York City.
Seite 3

Initiative bietet mit mobilen Labors eine multidisziplinäre Plattform für urbane Experimente und öffentliche Veranstaltungen zur Schaffung zukunftsgerichteter Konzepte und Designs städtischen Lebens. Bei allem Kulturengagement setzt die BMW Group stets auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/culture, www.bmw.com/guggenheimlab

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2, 4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

◇ ◇ ◇

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 mittlerweile sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.