



Medien-Information

31. Juli 2012

BMW Guggenheim Lab beendet sechswöchige Laufzeit in Berlin.

Das sechswöchige Programm des BMW Guggenheim Lab Berlin, das sich mit Fragen über das Stadtleben auseinandersetzte, ist abgeschlossen. Vom 15. Juni bis 29. Juli war das Lab im Pfefferberg-Komplex im Bezirk Prenzlauer Berg für die Öffentlichkeit kostenfrei zugänglich. Im Vordergrund stand die Bedeutung von aktivem Handeln für die Gestaltung und Veränderung unserer Städte. Das Projekt wird im Laufe von sechs Jahren weltweit in neun Städte reisen.

Berlin. Das sechswöchige Programm des BMW Guggenheim Lab Berlin, das sich mit Fragen über das Stadtleben auseinandersetzte, ist abgeschlossen. Vom 15. Juni bis 29. Juli war das Lab im Pfefferberg-Komplex im Bezirk Prenzlauer Berg für die Öffentlichkeit kostenfrei zugänglich. Im Vordergrund stand die Bedeutung von aktivem Handeln für die Gestaltung und Veränderung unserer Städte. Das Projekt wird im Laufe von sechs Jahren weltweit in neun Städte reisen. In Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, haben an 33 Tagen 27.144 Besucher an den Veranstaltungen teilgenommen. Durch ein breites Programmangebot zum Mitmachen – darunter 97 Vorträge, 101 Workshops, 14 Filmvorführungen, 5 Special Events und 27 Exkursionen in die Stadt – wurden praktische Möglichkeiten aufgezeigt, wie Bürger mit Hilfe von gemeinsam entwickelten Instrumenten und Ideen aktiv am Gestaltungsprozess ihrer urbanen Umwelt teilhaben können.

Die Programme wurden von den Berliner Lab-Team-Mitgliedern José Gómez-Márquez, Carlo Ratti, Corinne Rose und Rachel Smith in Zusammenarbeit mit der Guggenheim-Kuratorin Maria Nicanor im Rahmen des Hauptthemas des ersten Zyklus Confronting Comfort– Ideen für die Großstadt erarbeitet. Dazu gehörten u.a. von José Gómez-Márquez organisierte Workshops zur Entwicklung von Prototypen, Präsentationen von städtischen Transformationsprojekten unter der Leitung von Rachel Smith, von Corinne Rose organisierte Vorträge über Psychologie und Stadt sowie eine Podiumsveranstaltung über die viel diskutierte Berliner Liegenschaftspolitik, und Gespräche über die Bedeutung von temporärer Architektur unter der Leitung von Carlo Ratti.

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

Darüber hinaus wurden drei städtische Projekte unterstützt, die auch über die Laufzeit des Lab in Berlin hinaus weiterentwickelt werden: eine interaktive Fahrradkarte für Berlin, ein Nachbarschaftsgartenprojekt sowie ein mobiler Workshop und Online-Stadtplan zum Thema Liegenschaften mit dem Ziel, die Berliner hinsichtlich künftiger Nutzungen einzubinden.

Die Ergebnisse des Berliner Lab werden gegenwärtig ausgewertet und im Herbst veröffentlicht.

„In Berlin ist die Bürgerbeteiligung stark verwurzelt, was für jeden Aspekt des BMW Guggenheim Lab tiefgreifende Wirkung entfaltet hat“, sagte Kuratorin Maria Nicanor. „Wir hatten nicht nur die Gelegenheit, einige der Schlüsselthemen für Berlin zu diskutieren, sondern auch mit lokalen Gruppen vor Ort zusammenzuarbeiten und eine Vielzahl an aktiven Projekten zu unterstützen, von denen, so hoffen wir, die Berliner in den kommenden Monaten und Jahren profitieren werden.“

„Es war eine enorme Bereicherung, mit Berlinerinnen und Berlinern unterschiedlichster Ansichten und Hintergründe zu sprechen, zusammenzuarbeiten und ihre Ideen dazu zu erkunden, wie man den aktuellen Herausforderungen für die Stadt begegnen kann“, hieß es in einer gemeinsamen Erklärung des Berliner Lab-Teams. „Ihre Beteiligung war ein Gewinn für unsere Arbeit und für alle Programme des Lab, die ohne ihre Unterstützung nicht hätten stattfinden können.“

Die nächste Station des BMW Guggenheim Lab ist Mumbai. Am Ende des ersten Dreistädtezyklus wird eine Sonderausstellung im Solomon R. Guggenheim Museum in New York gezeigt, in der Fragen nachgegangen wird, die an den Projektstandorten in New York, Berlin und Mumbai aufgeworfen, untersucht und präsentiert wurden.

Das BMW Guggenheim Lab bietet durch ein globales Online-Forum unter bmwguggenheimlab.org, auf dem Projektblog Lab I Log sowie auf Twitter (@BMWGuggLab und #BGLab), Facebook, YouTube, Flickr und Foursquare weiterhin die Möglichkeit zum Ideenaustausch.

Über das BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Innerhalb von sechs Jahren wird das BMW Guggenheim Lab insgesamt neun Städte in aller Welt besuchen, wobei jeweils drei Zweijahreszyklen ihr eigenes Thema und ein eigenes Gebäude haben werden. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab im Winter 2012/2013 nach Mumbai reisen. Einzelheiten zu Mumbai sowie zum zweiten Zyklus des Lab werden diesen Herbst veröffentlicht. Das Lab wird von den Guggenheim-Kuratoren David van der Leer und Maria Nicanor geleitet.

Die vollständigen Pressematerialien erhalten Sie unter bmwguggenheimlab.org/presskits

Bildmaterial finden Sie unter bmwguggenheimlab.org/pressimages
Videomaterial finden Sie unter bmwguggenheimlab.org/pressvideos
Benutzername = photoservice, Passwort = presspass

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit mehr als 40 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit 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, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R.

Medien-Information
Datum 31. Juli 2012
Thema BMW Guggenheim Lab beendet sechswöchige Laufzeit in Berlin.
Seite 4

Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/kultur und
www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

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

Medien-Information

Datum 31. Juli 2012

Thema BMW Guggenheim Lab beendet sechswöchige Laufzeit in Berlin.

Seite 5



Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Website: www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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