

Presse-Information
15. Juni 2016**Erste Bekanntgabe der Designstudien und Renneinsätze für
18. und 19. BMW Art Car.**

Cao Fei und John Baldessari stellen ihre Ideen vor.

München. Heute präsentierte die BMW Group im Rahmen eines Art Talks mit Karim Habib, Leiter Design BMW Automobile, anlässlich der Art Basel erste Konzepte für die nächsten beiden BMW Art Cars. Die chinesische Künstlerin Cao Fei (*1978) und der amerikanische Meister der Konzeptkunst John Baldessari (*1931) geben Einblicke in den Designprozess und ihre konzeptionellen Ideen für das 18. und 19. BMW Art Car. Beide Künstler arbeiten mit dem BMW M6 GT3 als Rennmodell. Mit ihren Visionen rei- hen sich Cao Fei und John Baldessari in die Riege namhafter Künstler wie Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, David Hock- ney und Jeff Koons ein.

Harald Krüger, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG:

„Wir freuen uns sehr, bei der Gestaltung der nächsten BMW Art Cars mit zwei derart in- novativen Künstlern wie Cao Fei und John Baldessari zusammenzuarbeiten. Mit dem letzten Art Car hat Jeff Koons wirklich fantastische Arbeit geleistet. Daher erwarten wir gespannt die beiden darauf folgenden, sicherlich ebenso überzeugenden Entwürfe. Feis unermüdliche Neugier und Johns intuitiver Minimalismus werden die einzigartige BMW Art Car Collection ganz sicher auf bedeutende Weise ergänzen.“

Zwei Künstler, zwei Designansätze18. BMW Art Car von Cao Fei

„Ein wichtiges Thema des 21. Jahrhunderts ist die Tatsache, dass wir praktisch ein ‚Nie- mandsland‘ betreten – ein Leben geprägt von autonom fahrenden Autos und Flugzeu- gen sowie virtueller Realität. Meine Absicht ist es, das Themenfeld ‚Auto‘ zu erweitern und mich dabei neuen Ausdrucksformen zu widmen. Ich beziehe das nicht nur auf mich als Künstlerin, sondern auf die gesamte Öffentlichkeit.“

Cao Fei

Cao Fei wird von zahlreichen internationalen Medien als bedeutendste zeitgenössische Künstlerin Chinas bezeichnet. Ohne vorherigen Bezug zum Thema Automobil nähert sich Cao Fei für das BMW Art Car den Themen „Autofahren“ und „Fahrzeug“ als Objekt und Skulptur, verbunden mit intensiver Recherche. Diese starke Prozessorientierung ist

Presse-Information
Datum 15. Juni 2016
Thema Erste Bekanntgabe der Designstudien und Renneinsätze für 18. und 19. BMW Art Car.
Seite 2

typisch für ihre künstlerische Praxis. Sie beschäftigt sich zum einen mit der Darstellung des Automobils und dessen Zukunftsvisionen in der Popkultur und Kunstwelt. Dabei zieht sie ihre Inspiration aus Filmen wie David Cronenbergs „Crash“ und Arbeiten von Matthew Barney oder der BMW Art Car Künstlerin Jenny Holzer. Zum anderen sucht Cao Fei die Verknüpfung mit technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen des 21. Jahrhunderts, vor allem in Bezug auf ihre Heimat China. Bei Besuchen der BMW Werke in Shenyang, Tiexi und München interessierte sie vor allem der Einsatz und die Unabhängigkeit von Robotern bei der Fahrzeugproduktion.

19. BMW Art Car von John Baldessari

„Für mich ist das ‚Auto‘ eine Ikone der zeitgenössischen Kultur. Ich habe vor diesem Projekt bereits Skulpturen geschaffen, aber das Art Car ist in gewisser Hinsicht meine erste wirkliche Kooperation. Was darin begründet liegt, dass ich das Auto selbst nicht designt habe – ich habe vielmehr mit den Designern des Autos zusammengearbeitet. Ich glaube die Herausforderung liegt darin, etwas zu erschaffen, das in seinem Verständnis nicht auf eine Perspektive beschränkt ist, sondern aus einem ganzheitlichen Blickwinkel funktionieren muss. Meine bunten Punkte sind mittlerweile zu einer Art Markenzeichen von mir geworden, also musste ich sie unbedingt mit aufnehmen. Damit mache ich Werbung für mich selbst.“

John Baldessari

John Baldessari hat sich dem BMW Art Car Projekt in der für ihn typischen Manier genähert. Kunst aus dem Museum heraus zu bringen und die breite Öffentlichkeit direkt zu erreichen, war ihm schon immer ein Anliegen. Er bezeichnet sich selbst als überzeugter Minimalist, der gerne auf bewährte Stilmittel zurückgreift wie die Platzierung von farbigen Punkten. Dabei arbeitet er vorrangig mit den Grundfarben Rot, Gelb und Blau. Was sich auch in der ersten Designidee seines BMW Art Cars niederschlägt, bei dem ihn zusätzlich das Spiel mit Mehrdimensionalität und Typographie begeistert hat.

Premieren in der Kunstwelt und auf der Rennstrecke

#18 von Cao Fei:

Weltpremiere: museale Präsentation, Sommer 2017

Renneinsatz: wichtiges Rennen in Asien, 2017

Presse-Information
Datum 15. Juni 2016
Thema Erste Bekanntgabe der Designstudien und Renneinsätze für 18. und 19. BMW Art Car.
Seite 3

#19 von John Baldessari:

Weltpremiere: Art Basel in Miami Beach, 30. November 2016

Renneinsatz: Daytona, Januar 2017

Nach den internationalen Weltpremierer werden Cao Fei und John Baldessaris „rol-
lende Skulpturen“ die Renntradition der BMW Art Car Collection fortführen. Baldessaris
Auto muss sich auf der Rennstrecke von Daytona im Rahmen der Rolex 24 at DAYTONA
im Januar 2017 beweisen. Auf der anderen Seite des Globus nimmt der von Cao Fei ge-
staltete M6 GT3 dann in 2017 an einem wichtigen Rennen in Asien teil.

Jens Marquardt, BMW Motorsport Direktor: „Dieses Projekt und die Zusammenarbeit mit
Cao Fei und John Baldessari begeistern uns bei BMW Motorsport – und sicher auch die
Rennsport-Fans. Die ersten Designskizzen sind mehr als nur viel versprechend und ma-
chen Appetit auf mehr. Ich freue mich auf ein spannendes Jahr 2017 ganz im Zeichen
der 18. und 19. BMW Art Cars.“

Die Jury: 18. und 19. BMW Art Car

Richard Armstrong, Direktor, Solomon R. Guggenheim Museum (New York); Chris Der-
con, Direktor, Tate Modern (London); Juan Gaitán, Direktor, Museo Tamayo Arte Con-
temporáneo (Mexiko-Stadt); Gabriele Horn, Direktorin, KW Institute of Contemporary Art
(Berlin); Udo Kittelmann, Direktor, Nationalgalerie Staatliche Museen zu Berlin; Dr.
Matthias Mühling, Direktor, Städtische Galerie im Lenbachhaus (München); Hans-Ulrich
Obrist, Co-Direktor, Serpentine Gallery (London); Shwetal A. Patel, Kochi-Muziris Bien-
nale (Indien); Beatrix Ruf, Direktorin, Stedelijk Museum (Amsterdam); Bisi Silva, Direktorin,
The Centre for Contemporary Art (Lagos); Philip Tinari, Direktor, Ullens Center for Con-
temporary Art (Peking) und Adam D. Weinberg, Direktor, Whitney Museum of American
Art (New York).

Die BMW Art Car Collection

Seit 1975 haben Künstler aus aller Welt Art Cars auf Basis von aktuellen BMW Automobi-
len gestaltet. Die Sammlung entstand, als der französische Rennfahrer und Kunstlieb-
haber Hervé Poulain im Schulterschluss mit dem damaligen BMW Motorsportchef Jo-
chen Neerpasch seinen Künstlerfreund Alexander Calder bat, ein Automobil zu gestalten.
Das Ergebnis war ein BMW 3.0 CSL, der im Jahr 1975 das 24-Stunden-Rennen von Le
Mans bestritt und dort zum Publikumsliebling avancierte. Dies war die Geburtsstunde der

	Presse-Information
Datum	15. Juni 2016
Thema	Erste Bekanntgabe der Designstudien und Renneinsätze für 18. und 19. BMW Art Car.
Seite	4

BMW Art Car Collection. Mit dem Fahrzeug von Jeff Koons wurde 2010 der jüngste Beitrag zur Serie im Centre Pompidou in Paris vorgestellt. Die BMW Art Cars werden nicht nur in ihrer Heimat, dem BMW Museum in München, gezeigt, sondern sind im Rahmen internationaler Ausstellungen und Museumsauftritten mit Stationen in Asien, Europa und Amerika unterwegs. 2014 erschien die erste umfassende Publikation zur Serie. Mehr Informationen dazu unter: <http://bit.ly/1JSDssV>

Die BMW Art Car Collection im Social Web unter:

#BMWArtCar

<http://bmwartcars.tumblr.com/>

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit fast 50 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, in klassischer Musik und Jazz sowie 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, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann und Architektin Zaha Hadid mit BMW zusammengearbeitet. Aktuell gestalten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die nächsten beiden Fahrzeuge für die BMW Art Car Collection. Neben eigenen Formaten, wie BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten in Berlin, München und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Bei allem Kulturrengagement 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: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870/>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Presse-Information
Datum 15. Juni 2016
Thema Erste Bekanntgabe der Designstudien und Renneinsätze für 18. und 19. BMW Art Car.
Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen 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 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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>