BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
8. Februar 2021

„Verantwortung und Verlässlichkeit sind ein sehr hohes Gut.“

Die BMW Group feiert 50 Jahre internationales Kulturengagement.

München. Rot. Gelb. Blau. Alles begann mit den drei großformatigen Gemälden Gerhard Richters, die BMW 1971 bei dem Künstler in Auftrag gab. Heute engagiert sich das Unternehmen in aller Welt und nimmt seine gesellschaftliche Verantwortung auch im Bereich der Kultur wahr. So ist das globale Kulturengagement der BMW Group mit über 100 langfristigen Initiativen in der **Modernen** und **Zeitgenössischen Kunst**, in der **Klassischen Musik,** im **Jazz** und im **Sound** sowie in **Architektur** und **Design** fest etabliert.

Ilka Horstmeier, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Personal- und Sozialwesen, Arbeitsdirektorin: „Gerade im rapiden Wandel sind Verantwortung und Verlässlichkeit ein sehr hohes Gut. Genauso wie die Kultur. Als langfristiger Partner hat unser kulturelles Engagement seit einem halben Jahrhundert weltweit Bestand. Im Selbstverständnis der BMW Group sind unsere Kooperationen in Kunst und Kultur essentieller Bestandteil von sozialer Nachhaltigkeit – gestern, heute und in Zukunft. Gemeinsam erreichen und bewegen wir die Menschen seit jeher. Es ist mir eine riesige Freude, dass die BMW Group auf inzwischen 50 Jahre unvergleichliche Partnerschaften blicken kann, die uns mit den renommiertesten Kulturinstitutionen und Kunstschaffenden der Welt in gegenseitiger Wertschätzung verbinden.“

Vom Guggenheim Museum zur Tate Modern, vom Centre Pompidou zur Neuen Nationalgalerie. Von der Staatsoper Unter den Linden und der Mailänder Scala zum Moskauer Bolschoi Theater. Von der Art Basel zur Frieze und der Kochi-Muziris Biennale. Was das BMW Group Kulturengagement im Kern ausmacht ist dessen Haltung. **Corporate Citizenship** und **interkultureller Dialog** sind Grundlage für ein international erfolgreich agierendes Unternehmen. Seinen Partnern garantiert BMW bei allen Kooperationen die volle **kreative Freiheit** und alle Engagements sind dabei stets **nachhaltig** und **langfristig** angelegt. Die BMW Group versteht sich hierbei als **Förderer und Partner** und weniger als reiner Sponsor. Statt um eine rein monetäre Transaktion geht es um **Interaktion** bei Know-How, Netzwerk und Wissenstransfer.

1971 – Gerhard Richter erhält Auftrag für drei großformatige Gemälde

Den Grundstein des BMW Group Kulturengagement legten drei großformatige Auftragswerke des deutschen Künstlers Gerhard Richter. 1971 wurde dieser von Eberhard von Kuenheim, dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der BMW AG gebeten, drei Gemälde für das Foyer der damals neuen Münchener Konzernzentrale anzufertigen. Seit der Eröffnung des vom Architekten Karl Schwanzer entworfenen BMW Vierzylinders im Jahr 1973 sind die Werke mit den Titeln „Rot“, „Gelb“ und „Blau“ im dortigen Eingangsbereich zu sehen.

1973/74 – Das Werk Dingolfing und Ausstellungen bei der BMW Group

Der Auslöser, sich kulturell zu engagieren, hatte von Beginn an einen starken Mitarbeiter*innenbezug. Anfang der 70er Jahre eröffnete das BMW Werk in Dingolfing. Damals noch ohne Autobahnverbindung nach München, wurde der Standort für qualifizierte Mitarbeiter*innen attraktiv, indem das Unternehmen mit Kulturinstitutionen zusammenarbeitete und so Zugänge zur lokalen Kunst und Kultur schuf. Fast zeitgleich etablierte sich auf dem Gelände der BMW Group im Münchner Norden sowohl eine Galerie, in der einerseits Mitarbeiter*innen eigene Kunstwerke zeigen konnten, als auch ein Raum für Ausstellungen wie „Das Automobil in der

Firma
Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-20067

Internet
www.bmwgroup.com

zeitgenössischen Kunst", woraus später Kooperationen mit dem Haus der Kunst und den Pinakotheken entstanden.

1975 – Die Geburtsstunde der BMW Art Cars
Auf Initiative des französischen Rennfahrers und Kunstliebhabers Hervé Poulain und im Schulterschluss mit dem damaligen BMW Motorsport Direktor Jochen Neerpasch wurde der Künstler Alexander Calder 1975 gebeten, Poulains BMW Rennwagen zu gestalten. Das Ergebnis war ein bemalter BMW 3.0 CSL, der das 24 Stunden-Rennen von Le Mans bestritt und dort dank seiner auffälligen Gestaltung direkt zum Publikumsliebling avancierte. Seitdem haben 19 Künstler*innen aus aller Welt BMW Art Cars auf Basis von aktuellen BMW Automobilen gestaltet – von Roy Lichtenstein (1977, BMW 320i), Andy Warhol (1979, BMW M1) und Robert Rauschenberg (1986, BMW 635 CSi) über Esther Mahlangu (1991, BMW 525i), David Hockney (1995, BMW 850 CSi), Jenny Holzer (1999, BMW V12 LMR), Jeff Koons (2010, BMW M3GT2) und Ólafur Elíasson (2007, BMW H2R) hin zu John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) und Cao Fei (2017, BMW M6 GT3). Die „rolling sculptures" faszinieren an der Schnittstelle von Motorsport und Design, von Kunst und Technologie.

1979 – Eine der ersten kulturellen Public-Private-Partnerships Deutschlands
Gemeinsam mit der Landeshauptstadt München engagiert sich die BMW Group für den Spielmotor München e.V., eine der ältesten Public-Private-Partnerships in Deutschland. Ziel der Kooperation ist es, die Stadt als Kulturstandort überregional und international zu etablieren und weiter auszubauen. 1988 nahm der Spielmotor die Münchener Biennale für neues Musiktheater, 1995 das Festival SPIELART und ab 1998 das Festival DANCE für zeitgenössischen Tanz, ins Programm.

Highlights und Digitalisierung
In den vergangenen fünf Jahrzehnten haben nicht nur renommierte Künstler*innen BMW Art Cars gestaltet, sondern auf Initiative des BMW Group Kulturengagement Weltstars wie Daniel Barenboim und Anna Netrebko Zehntausende auf dem Berliner Bebelplatz mit Meisterwerken der klassischen Musik verzaubert und junge Künstler*innen wie Samson Young und Leelee Chan das Studio verlassen, um die ganze Welt zum Ort ihrer Inspiration zu machen. Gemeinsam mit ihren Partnern etablierte die BMW Group eigene Formate wie das BMW Guggenheim Lab, BMW Tate Live, BMW Open Work by Frieze, den BMW Welt Jazz Award, den BMW Art Guide by Independent Collectors, die BMW Art Journey und die kostenfreien Oper für alle-Konzerte in Berlin, München, Moskau und London. Mit dem Rolls-Royce Arts Programme und den Designkooperationen von MINI sind alle Marken des Unternehmens kulturell aktiv. Darüber hinaus fördert die BMW Group führende Museen, Kunstmessen und Orchester, Jazzfestivals und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Mit BMW OPERA NEXT, der Digitalpartnerschaft mit der Staatsoper Unter den Linden, werden seit 2019 die Möglichkeiten der Digitalisierung für einen leichteren Zugang zur Opernwelt für ein junges Publikum ermöglicht und die Hemmschwelle zur Hochkultur überwunden. Ob der mit dem Moskauer Garage Museum initiierte Art/Tech-Preis, hunderte Drohnen, die in Kooperation mit Studio Drift choreographiert durch den Nachthimmel des Golf von Mexiko fliegen, die strategischen Kooperationen mit Artsy und Acute Art oder Cao Fei, die ihr BMW Art Car mit App und AR im virtuellen Raum inszenierte: Als Technologieunternehmen trägt die BMW Group der digitalen Transformation im Kulturengagement auch zukünftig voll Rechnung.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Doris Fleischer
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Unternehmens- und Kulturkommunikation
Telefon: +49-89-382-27806
E-Mail: Doris.Fleischer@bmw.de

Daria Nikitina
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Unternehmens- und Kulturkommunikation
Telefon: +49-89-382-60340
E-Mail: Daria.Nikitina@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland
E-Mail: presse@bmwgroup.com

Das kulturelle Engagement der BMW Group

CORPORATE CITIZENSHIP – Oper für alle – Gerhard Richter Kochi-Muziris Biennale – BMW Art Cars – Berlin Biennale **NACHHALTIGKEIT** – Ólafur Elíasson – Art Basel – Max Hooper Schneider BMW Art Journey – Art D'Égypte – **INTERKULTURELLER DIALOG** Tate Modern – BMW Welt Jazz Award – Paris Photo – Zaha Hadid Premio de Pintura – **KONTINUITÄT** – BMW Open Work by Frieze Jenny Holzer – Les Rencontres d'Arles – Leelee Chan BMW Guggenheim Lab – **PARTNERSCHAFT** – Tefaf – Andy Warhol Artsy – Teatro alla Scala – Garage Museum of Contemporary Art **KREATIVE FREIHEIT** – Bayerische Staatsoper – Samson Young Art Dubai – Jeff Koons – Kyotographie – **INTERAKTION** Lu Yang – BMW Classics – Bolschoi Theater – Cao Fei BMW Art Guide by Independent Collectors – Esther Mahlangu

Warum Kultur? Warum nicht! Kultur ist reich an Erkenntnis, ein Hort der Schönheit und der Tiefe, der Sinnstiftung und der Anteilnahme. Ein inspirierender Zufluchtsort fernab des ruhelosen Alltags. Im besten Fall ergreifend, bisweilen verstörend. Als Corporate Citizen nimmt die BMW Group soziale Verantwortung wahr und engagiert sich seit 50 Jahren in hunderten kulturellen Initiativen weltweit, sowohl in der Kunst als auch in den Bereichen Musik & Sound, in der Architektur wie im Design. Kreativer Freiheit setzen wir keine Grenzen – diese Haltung ist unser Auftrag. Sie ist Garant für bahnbrechende Kunstwerke genauso wie für wichtige Innovationen in einem erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen.

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

Facebook: https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroupculture/
@BMWGroupCulture
#BMWGroupCulture

Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw-group/