

Presse-Information

5. Januar 2022

BMW bringt digitale Kunst erstmals ins Fahrzeug. Die Künstlerin Cao Fei kreiert Digital Art Mode.

Las Vegas. BMW stellt heute im Rahmen der Consumer Electronics Show (CES) den Digital Art Mode vor und bringt somit erstmals digitale Kunst ins Automobil. Die international renommierte chinesische Multimedia-Künstlerin Cao Fei kreierte den Digital Art Mode im 50. Jubiläumsjahr des BMW Group Kulturengagement. Auf der CES, die vom 5. bis 8. Januar 2022 in Las Vegas stattfindet, wird der Digital Art Mode erstmals im BMW iX M60 zu sehen sein.

Der Digital Art Mode ist Teil der neuen My Modes: Sie erweitern das BMW Fahrerlebnis um einzigartige Momente, die aus dem Zusammenspiel von Fahrzeugfunktionen und Innenraum-Ambiente entstehen. Je nach Fahrsituation und Stimmungslage lässt sich auf Tastendruck oder per Sprachbefehl ein sowohl funktional als auch emotional ganzheitliches Nutzererlebnis erzeugen. Dabei werden Antriebs- und Fahrwerkssteuerung, Lichtstimmung und Sound sowie das Layout, die Farbgebung und die Grafikdarstellung auf dem BMW Curved Display präzise aufeinander abgestimmt.

Ein Quantensprung für das Kulturengagement der BMW Group: Nach 50 Jahren und hunderten internationalen Kooperationen bringt BMW die Kunst jetzt ins Fahrzeug. Der neue Digital Art Mode bietet eine zusätzliche Möglichkeit, das Fahrerlebnis nach persönlichen Vorlieben und Interessen zu gestalten und dabei Kultur im mobilen Alltag zu erleben. Er entstand in einer intensiven kreativen Zusammenarbeit zwischen dem BMW Group Design und der chinesischen Multimedia-Künstlerin Cao Fei, deren digitale Kunst für besonders faszinierende und sinnlich immersive Momente sorgt. Cao Fei hatte mit dem M6 GT3 2017 bereits das 18. BMW Art Car gestaltet, das erste rein digitale Fahrzeug in der Geschichte dieser weltweit einzigartigen Sammlung mobiler

Kunstwerke. Mit der Premiere der Integration von digitaler Kunst im Automobil vollziehen sie und die BMW Group nun gemeinsam den nächsten Schritt.

Erste Vorstellung im neuen BMW iX M60: Ein digitales Kunstwerk als Symbol für die enge Verbindung zwischen Mensch und Natur.

Auf der CES 2022 ist der Digital Art Mode im neuen BMW iX M60 erstmals erlebbar. Die Markteinführung in Serienfahrzeugen von BMW wird im Laufe des Jahres 2022 erfolgen. In ausgewählten Fahrzeugen kann der Art Mode dann als Sonderausstattung ab Werk konfiguriert oder auch nachträglich mittels Remote Software Upgrade in das Bediensystem integriert werden. „Mit dem neuen Digital Art Mode erreicht das Kulturengagement der BMW Group eine neue und weltweit einzigartige Ausprägung“, sagt Christoph Grote, Senior Vice President Digital Car, BMW Group. „Erstmals bringen wir digitale Kunst als integrales Element des Fahrerlebnisses ins Automobil und machen Mobilität mithilfe von innovativer Technologie zu einer individuellen, hochexklusiven und emotionsstarken Erfahrung.“

Die von Cao Fei kreierte und auf dem BMW Curved Display dargestellte künstlerische Arbeit „Quantum Garden“ thematisiert die permanenten Wechselverhältnisse einer globalisierten und vernetzten Welt. Galaxien visueller Räume voller Punkte, Lichtstrahlen und Nebelschwaden bewegen sich endlos und in wechselnder Geschwindigkeit aufeinander zu und voneinander weg, während sie stetig wachsen und wieder schrumpfen. Sie verleihen den oft unsichtbaren, doch ständig wirksamen Beziehungen von Menschen, Gruppen und Systemen Ausdruck, die sich auch über größere Distanzen hinweg gegenseitig

beeinflussen und dabei ihre jeweilige Umwelt verändern. In ihrem für den Digital Art Mode produzierten Kunstwerk verknüpft Cao Fei ihre Reflexion über diese weltumspannenden Zusammenhänge und Abhängigkeiten mit dem Streben nach einer Form des Zusammenwirkens, die in asiatischen Kulturkreisen als gelungene Harmonie zwischen Mensch und Natur beschrieben wird und die die Künstlerin selbst wie folgt erklärt: „Der Wunsch nach Verbindung ist allgegenwärtig. Dabei geht es darum, wie wir mit der Welt in Verbindung treten, in Einklang mit der Natur leben und neue Kraft tanken können.“

„2017 war ein überwältigendes Jahr, in dem wir die Anfänge künstlicher Intelligenz erlebten. In dieser Zeit gestaltete ich mithilfe von Augmented Reality das 18. BMW Art Car, ein Fahrzeug mit einer ganz eigenen Ausstrahlung und durch neue Technologien bereichert. 2021 war ein schweres und außergewöhnliches Jahr. Während die Menschheit machtlos feststeckte, bewegte sich die Welt unaufhörlich auf das Metaversum zu, einem Zeitalter virtueller Immersion. Zu genau diesem Zeitpunkt lud man mich dazu ein, zu der Entwicklung des zukunftsweisenden BMW Digital Art Mode beizutragen“, so Cao Fei. „Meine Arbeit ‚Quantum Garden‘ gibt dem BMW-Fahrer die Möglichkeit, die sich stetig verändernde digitale Landschaft einer facettenreichen Bildschirmwelt zu erleben, in der abstrakte Dichtung und sensorische Pixel aufeinandertreffen. Dieses Netzwerk unendlicher Spektren verbindet unsere Herzen zu einem Aufruf nach Wohlwollen aus den Tiefen des Universums.“

Cao Fei beschreibt „Quantum Garden“ in ihren eigenen Worten als: „Eine poetische Sammlung verschiedener Universen, unzähliger Atome, Nebelschwaden und abertausender Lichtbündel, die mit höchster Geschwindigkeit aus

den Tiefen des Universums erstrahlen, ganzen Galaxien folgen, größer und wieder kleiner werden, sich überkreuzen und ausdehnen, sich miteinander verbinden und wieder trennen, einander wahrnehmen und hören und um eine Vielzahl sich ständig drehender Mittelpunkte kreisen. In einem multidimensionalen Universum verläuft eine Flugbahn nicht linear, hat eine Reise kein Ende sondern die Freiheit, zwischen Mikro- und Makrowelten hin und her zu wechseln, umherzuschweifen, zu erkunden und sich weiterzuentwickeln."

Kultur neu erleben: Die BMW Group leistet erneut Pionierarbeit.

Der Digital Art Mode wurde im Jubiläumsjahr des BMW Group Kulturengagements kreiert. Seit 50 Jahren übernimmt das Unternehmen mit Partnerschaften und Initiativen auf vielfältige Weise gesellschaftliche Verantwortung im Bereich der Kultur. Hunderte langfristige Kooperationen sind dabei zu einem essenziellen Bestandteil sozialer Nachhaltigkeit geworden. In einer Vielzahl von Projekten werden seit zahlreichen Jahren auch die Möglichkeiten der Digitalisierung in den Fokus gerückt, um das Spektrum des BMW Group Kulturengagement zu erweitern, neue Formen des künstlerischen Ausdrucks zu erschließen und zusätzliches Publikum zu begeistern.

Digitale Kunst von Cao Fei: Von der Rennstrecke auf das BMW Curved Display.

Mit dem von Cao Fei im Jahr 2017 gestalteten Art Car übernahm die BMW Group einmal mehr eine Pionierrolle bei der Gestaltung innovativer Kulturerlebnisse. Erstmals wurde ein Fahrzeug mithilfe von Augmented Reality zu einem rollenden Kunstwerk. Cao Feis BMW Art Car Projekt umfasst drei Kom-

ponenten: ein Video über einen spirituellen Zeitreisenden, einen carbon-schwarzen BMW M6 GT3 und eine aus vielfarbigen Lichtpartikeln bestehende Augmented Reality Installation, die über eine eigens zu diesem Zweck programmierte App sichtbar gemacht wird. Sobald die App in der Nähe des Rennwagens genutzt wird, zeigt das Bild auf dem Smartphone über dem BMW M6 GT3 und um das Fahrzeug herum schwebende und sich ständig verändernde Lichtstreifen. So spiegelt das 18. BMW Art Car die Geschwindigkeit des Wandels im Heimatland der Künstlerin wider.

Die Arbeit am neuen Digital Art Mode ist für Cao Fei eine konsequente Fortsetzung ihres kreativen Schaffens in Kooperation mit der BMW Group. Der Gestaltung eines Rennwagens mittels Augmented Reality folgt nun die Integration von digitaler Kunst in das Interieur von Serienfahrzeugen.

Unternehmenskommunikation**Presse-Information**

Datum 5. Januar 2022

Thema BMW bringt digitale Kunst erstmals ins Fahrzeug.

Seite 6

Über Cao Fei

Die 1978 im chinesischen Guangzhou geborene Cao Fei zählt zu den innovativsten Vertreterinnen der internationalen Kunstszene. Sie lebt in Peking und verbindet in ihren Filmen und Installationen Kommentare zu gesellschaftlichen Themen mit populärer Ästhetik, surrealistischen Referenzen und Konventionen aus dem Bereich der Dokumentation. Dabei reflektiert sie immer wieder die rasanten politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in ihrem Heimatland.

Cao Feis Arbeiten wurden auf einer Reihe von internationalen Biennalen und Triennalen gezeigt, darunter die Shanghai Biennale (2004), die 15. und die 17. Biennale von Sydney (2006 und 2010), die Istanbul Biennale (2007), die Yokohama Triennale (2008) und die 50., 52. und 56. Biennale von Venedig (2003, 2007 und 2015).

Außerdem wurden ihre Werke und Projekte weltweit in zahlreichen Institutionen ausgestellt, darunter Einzelausstellungen im MoMA PS1, New York (2016), eine Retrospektive im K21 Düsseldorf (2018), die Einzelausstellung im Centre Pompidou (2019) und die Einzelausstellung „Blueprints“ in der Serpentine Gallery, London (2020). Zu den jüngsten Projekten Cao Feis gehören eine große Retrospektive „Staging the Era“ im UCCA Center for Contemporary Art in Peking (2021) und eine Einzelausstellung im MAXXI, Nationales Museum der Künste des 21. Jahrhunderts in Rom (2021).

Cao Fei ist Professorin und Master Advisor an der School of Experimental Art an der Central Academy of Fine Art. Sie gehörte der Jury des Auswahlkomitees für das Kuratorium der 8. Berlin Biennale (2014), der Jury des Bonnefanten Award for Contemporary (2016) und der Jury des Hugo Boss Asia Art Prize (2019) an. Außerdem ist sie Nominatorin des Rolls-Royce Art Program Muse (2019). Im Jahr 2021 war sie Gewinnerin des Deutsche Börse Photography Foundation Prize. Die Art Review Rangliste der 100 einflussreichsten Persönlichkeiten in der Kunst führt sie für 2021 auf dem 7. Platz.

50 Jahre BMW Group Kulturengagement

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

Warum Kultur? Warum nicht! Kultur ist reich an Erkenntnis, ein Hort der Schönheit und der Tiefe, der Sinnstiftung und der Anteilnahme. Ein inspirierender Zufluchtsort. 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

Unternehmenskommunikation**Presse-Information**

Datum 5. Januar 2022

Thema BMW bringt digitale Kunst erstmals ins Fahrzeug.

Seite 7

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 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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/>