

BMW Group **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Presse-Information
November 2007

Art Basel Miami Beach: BMW präsentiert sein CleanEnergy Programm vom 6. bis 9. Dezember 2007. BMW ist Partner der wichtigsten Kunstmesse der Welt.

Miami / München. Vom 6. bis 9. Dezember 2007 findet die größte und renommierteste Messe für moderne wie zeitgenössische Kunst in Florida statt. Bereits zum sechsten Mal ist BMW offizieller Partner der Art Basel Miami Beach und stellt zudem den VIP Shuttle Service. Auf der Messe präsentiert eine exklusive Auswahl der 200 weltweit führenden Galerien über 1.500 Werke der Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts. Zu den ca. 50.000 internationalen Besuchern der Messe zählen berühmte Persönlichkeiten aus der Kunstwelt: Sammler, Kunsthändler, Kuratoren, Kunstjournalisten, Direktoren renommierter Museen und erfolgreiche Künstler. Aber auch der internationale Jetset findet sich jährlich auf der ABMB ein. Seitens der BMW Group engagieren sich erneut alle drei Marken – BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars Ltd. – bei verschiedenen Highlights rund um die Art Basel Miami Beach. Die BMW Repräsentanz innerhalb der VIP Lounge stellt das BMW Clean Energy Projekt in den Mittelpunkt und veranschaulicht wie BMW im Bereich der Wasserstoff-Technologie bisher langjährige Pionierarbeit geleistet hat. Rolls Royce Motor Cars Ltd. zeigt am 4. Dezember in Zusammenarbeit mit Gary Nader Fine Art Einzelausstellungen mit wichtigen Werken der Künstler Pablo Picasso, Frank Stella, Fernando Botero und Guillermo Muñoz-Vera.

BMW präsentiert mit BMW Clean Energy ein fahrbares Stück Mobilität von morgen.

Seit mehr als zwei Jahrzehnten setzt sich BMW intensiv mit dem Thema „Nachhaltige Mobilität“ auseinander und treibt als Vorreiter konsequent die Entwicklung der Wasserstofftechnologie voran. Langfristig soll Benzin durch Wasserstoff als Energieträger ersetzt werden. Die Technologie wird zunächst im BMW Hydrogen 7 und damit in der höchsten Fahrzeugklasse eingesetzt. Als technische Pionierleistung und weltweit erstes Fahrzeug seiner Art hat der BMW Hydrogen 7 dabei den herkömmlichen Serienentwicklungsprozess durchlaufen. In diesem Jahr wurde und wird das Fahrzeug an ausgewählte Vertreter vornehmlich aus den Bereichen Lifestyle, Kultur, Politik und Wirtschaft übergeben. Zunächst wurde eine Kleinserie von 100 Modellen produziert. Der BMW Hydrogen 7 vereint die vollständige Integration der Wasserstofftechnologie mit der BMW typischen Fahrdynamik, Laufkultur und Komfortausstattung.

Ritterschlag für MINI durch eine „eigene“ Ausgabe Visionaire.

Ab Dezember 2007 können sich Sammler des exklusiven Magazins Visionaire sowie MINI Fans gleichermaßen freuen: Die Visionaire Issue 53 SOUND wird als limitierte MINI Edition gelauncht. Die 100-minütige Komplilation ist auf 4000 nummerierte Kopien limitiert und für je \$250.00 erhältlich. Die Visionaire SOUND Edition besteht aus fünf rund 30 cm umfassenden, mit Bildern (Foto Discs) bedruckten Vinyl Schallplatten, die Audio Experimente, unveröffentlichte Songs, Materialproben und Sprechpassagen enthalten. Die Platten befinden sich in einem gewölbten Etui, zusammen mit einem maßgefertigten MINI Clubman



BMW Group **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Presse-Information

Datum Januar 2006

Thema Nachtmusik der Moderne. 4. Saison.

Seite 2

„Vinyl Killer“: eine batterie-betriebene Fahrzeugminiatur ausgestattet mit Nadel und Lautsprechern. Mit Hilfe des kleinen, entlang der Plattenpur fahrenden MINI Clubman Modells, spielt er die Schallplatten wie ein transportabler Plattenspieler mit integriertem Sound System. Die Ausgabe beinhaltet außerdem zwei CDs mit allen Titeln und ein Booklet mit Credits und Anleitungen. Mit der SOUND Issue feiern Visionaire und MINI gemeinsam den Launch des neuen MINI Clubman, der mit seiner aufregenden und ungewöhnlichen Erscheinung perfekt mit der neuen Visionaire Ausgabe harmoniert. Passend zum MINI Clubman Konzept, das einzigartiges Design mit einem hohem Grad an Individualität verbindet, unterstützt diese besondere SOUND Ausgabe das MINI typische Lebensgefühl.

Die BMW Group KulturKommunikation.

Kultur spricht viele Sprachen, von Land zu Land ist sie so einzigartig wie unverwechselbar. Die BMW Group KulturKommunikation hat es sich zur Aufgabe gemacht, kulturelle Projekte zu finden und zu fördern, welche die Ziele und Werte des Unternehmens auf globaler wie lokaler Ebene widerspiegeln und sich sowohl an Mitarbeiter als auch die interessierte Öffentlichkeit richten. Die BMW Group ist weltweit in über 120 Ländern vertreten und beschäftigt Mitarbeiter aus über 90 verschiedenen Nationen. Seit mehr als dreißig Jahren nimmt die BMW Group ihre Verantwortung als Corporate Citizen und Bestandteil der Gesellschaft auch in der Kultur ernst. Indem das Unternehmen diesen Auftrag gleichfalls für und über die Kultur definiert, legt sie großen Wert auf die aktive Involvierung bedeutender Persönlichkeiten und Projekte in der zeitgenössischen bildenden Kunst genauso wie in der modernen Musik, der Literatur oder in Architektur und Design.

Weitere Informationen:

www.bmwgroup.com/kultur

www.artbaselmiamibeach.com

Umfangreiches, hoch aufgelöstes Fotomaterial finden Sie unter www.press.bmwgroup.com

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Thomas Girst, Sprecher KulturKommunikation

Telefon: +49 89 382 24753, Fax: +49 89 382 28017

Holger Lapp, Leiter PR Kommunikation

Telefon: +49 89 382 17700, Fax: +49 89 382 25454

Firma: Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft
Internet: www.press.bmwgroup.com, www.bmwgroup.com/kultur
e-mail: presse@bmw.de

Postanschrift: BMW AG
80788 München

Telefon: +49 89 382 24753
Internet: www.bmwgroup.com

