

BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information
Januar 2010

Das Kulturengagement der BMW Group

Das Kulturengagement der BMW Group mit über 100 Veranstaltungen weltweit ist seit nunmehr fast 40 Jahren ein essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Immer dann, wenn sich die BMW Group kulturell engagiert, setzt sie voll auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – die in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke ist wie sie für die wichtigsten Innovationen in einem erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen steht. Schwerpunkte des kulturellen Engagements setzt die BMW Group in der Zeitgenössischen Kunst und der Musik sowie in Architektur und Design.

BMW Group und die zeitgenössische Kunst.

1972 entstanden drei von der BMW Group beauftragte, großformatige Gemälde, Rot, Gelb und Blau, die der Künstler Gerhard Richter für das neue Foyer der Münchener Konzernzentrale eigens anfertigte. In diese Zeit fallen auch die ersten kulturellen Engagements seitens BMW. Hervé Poulain initiierte die ersten BMW Art Cars, die allesamt auch Rennen fuhren. Und um qualifizierte Mitarbeiter für das neue Werk in Dingolfing zu gewinnen, ging man dort Kooperationen mit Museen und Theatern ein.

Zeitgenössische Kunst bildet eine wichtige Facette in der Ausrichtung der kulturellen Förderung. Das nunmehr 16. BMW Art Car von Olafur Eliasson ist 2007 erstmals präsentiert worden. Die Fotosammlung AutoWerke mit Arbeiten von u.a. Thomas Demand, Thomas Struth, Candida Höfer und Rineke Dijkstra wurde 2005 im Rahmen der Neueröffnung des BMW Werk Leipzig an das dortige Museum für Bildende Künste als Schenkung übergeben. Der Preis der Nationalgalerie in Berlin, der „Prix BMW“ auf der Paris Photo oder der „Premio de Pintura“ in Spanien – sie alle haben zum Ziel, junge Kunst zu fördern. Auch bei den wichtigsten Kunstmessen war oder ist BMW als Partner und mit VIP Shuttle vor Ort präsent.

Bei Produkteinführungen arbeitet die BMW Group immer wieder mit namhaften zeitgenössischen Künstlern zusammen. Formate zahlreicher Museen werden durch das Unternehmen kontinuierlich weltweit gefördert. Im eigenen Hause präsentieren Mitarbeiter seit knapp zwanzig Jahren ihre Kunst in der „Galerie 71“. Die Akademie der Bildenden Künste München wird

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
089-382-61611

Internet
www.bmwgroup.com



BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

Datum Januar 2010

Thema Das Kulturengagement der BMW Group

Seite 2

mit einem Ausstellungsraum seitens der BMW Group gefördert, in dem Studierende ihre Werke und Installationen eigenständig kuratieren. Der Sammlung selber ist es nicht daran gelegen, die Moderne und Gegenwart immer gleich zu präsentieren, sondern sie setzt bewusst Akzente an den jeweiligen Standorten – und gibt so junger Kunst fernab vom Markt die Möglichkeit der Präsentation.

BMW Group und die Musik.

Bereits seit 1979 wurde eine der ersten Public-Private-Partnerships in Deutschland begründet – der „Spielmotor e.V.“. Zweck war die „Initiierung und Durchführung kultureller Veranstaltungen in München“. 1988 nahm der Spielmotor e.V. die Münchener Biennale für neues Musiktheater, 1995 das Theaterfestival SPIELART ins Programm, ab 1998 das Festival DANCE für zeitgenössischen Tanz. Als Corporate Citizen nimmt das Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung auch in der Kultur wahr und ist international um die Förderung von Projekten aller Bereiche künstlerischen Ausdrucks bemüht.

Das preisgekrönte Projekt „Oper für alle“ entstand 1997 in enger Zusammenarbeit mit der Bayerischen Staatsoper und ist inzwischen laut Oberbürgermeister Christian Ude zum „Münchener Bürgerrecht“ geworden – mit jährlich über 20.000 Besuchern. „Mit Oper für alle hat die Bayerische Staatsoper als erstes Opernhaus neue Wege zur Öffnung für eine breite Öffentlichkeit beschritten“, so der jetzige Generalmusikdirektor Kent Nagano.

2007 wurde das Format unter dem Titel „Staatsoper für alle“ auch in Berlin gemeinsam mit der Staatsoper Unter den Linden etabliert. Der Generalmusikdirektor der Staatsoper Unter den Linden, Daniel Barenboim, sieht darin vor allem eine Gelegenheit, seinem Publikum zu danken. Die Veranstaltungsreihe wurde durch den Fachverband für Sponsoring und Sonderwerbeformen e.V. (FASPO) in Hamburg ausgezeichnet und als Kulturmarke des Jahres 2008 nominiert.

Neben diesem Engagement pflegt die BMW Group eine freundschaftliche Zusammenarbeit mit dem Münchener Kammerorchester bei der „Nachtmusik der Moderne“. Zudem wird seit 1998 gemeinsam mit dem Bayerischen



BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

Datum Januar 2010

Thema Das Kulturengagement der BMW Group

Seite 3

Rundfunk alle zwei Jahre der BMW Kompositionsspreis der musica viva an junge Komponisten vergeben, der mit insgesamt 25.000 Euro dotiert ist.

Im Bereich Jazz werden Festivals in der Slowakei, in Mexiko, Beirut, Südafrika und Deutschland unterstützt sowie die Konzertreihe „Jazz at the Castle“ in Prag. Durch den mit 15.000 Euro dotierten BMW Welt Jazz Award und den BMW Jazz Club Polen werden diese Engagements ergänzt. Die BMW internen Initiativen Dixi-Drivers, BMW Männerchor und BMW Kammerorchester zeigen bereits seit vielen Jahrzehnten das musikalische Engagement der Mitarbeiter auf.

BMW Group und Architektur.

Bereits mit Karl Schwanzers Bau der Konzernzentrale, dem „Vierzylinder“ von 1972, setzte das Unternehmen bewusst auf eine innovative, dynamische Bauart, die sich später mit richtungsweisenden Gebäuden von Zaha Hadid in Leipzig und der BMW Welt in München von Coop Himmelb(l)au fortsetzen sollte. 1986 entstand das Forschungs- und Innovationszentrum (FIZ) als eines der modernsten Entwicklungszentren der Automobilindustrie. 2004 wurde der dazugehörige Erweiterungsbau, das sogenannte „Projekthaus“, von Henn Architekten München abgeschlossen.

Auch an weiteren Standorten setzt das Unternehmen architektonische Maßstäbe und unterstreicht den hohen Anspruch an die Außendarstellung. So wurden Hauptgeschäftssitz und Werk der Marke Rolls-Royce in Goodwood von Sir Nicholas Grimshaw errichtet. Auch das architektonische Konzept der BMW Welt verbindet Design und Funktion harmonisch miteinander. Dass die BMW Group auch bei der Förderung innovativen Architekten-Nachwuchses aktiv ist, zeigt der seit 1988 in Frankreich veranstaltete Concours d' Architecture, der sich großer Beliebtheit erfreut. Mit Unterstützung des französischen Ministeriums für Kultur und Kommunikation wird in unregelmäßigen Abständen ein Architekturwettbewerb ausgeschrieben, an dem alle 24 Architektur-Hochschulen Frankreichs teilnehmen.



BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Presse-Information

Datum Januar 2010

Thema **Das Kulturengagement der BMW Group**

Seite 4

BMW Group und Design

Bei der BMW Group entsteht Design seit knapp 100 Jahren von Menschen für Menschen. Gemeinsames Ziel ist ein optimaler, stimmiger Entstehungsweg für das Design eines Fahrzeugs. In enger Zusammenarbeit mit der Pinakothek der Moderne München ist die Wandskulptur und Video-Installation „The Art of Car Design“ in der Neuen Sammlung entstanden, 2003 mit dem „Gold Award“ ausgezeichnet. 2006 eröffnete die eigenständige Tochtergesellschaft der BMW Group, Designworks USA, ihr drittes international agierendes Designstudio. Adrian van Hooydonk, seit März 2009 Direktor Design BMW Group, setzt die Designphilosophie, die auf emotionale und faszinierende Produkte zielt, mit seinem Team um. Perfektion und Innovation in Technik und Design sind identitätsstiftende Merkmale für alle Produkte der BMW Group. Im 2008 wieder eröffneten BMW Museum kann das Publikum die innovative Synthese von Architektur und Design hautnah erleben. Im Mittelpunkt der Ausstellung stehen 125 Originalexponate in 25 Ausstellungsbereichen.

Zahlreiche internationale Diskussionsforen und Ausstellungsprojekte zum Thema Design bieten darüber hinaus die Möglichkeit zum Austausch zwischen Fachleuten und interessierter Öffentlichkeit, wie zum Beispiel der Concorso d'Eleganza Villa d'Este am Comer See.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Micaela Sandstede, Sprecherin Kulturkommunikation
Telefon: 089-382-61611, Fax: 089-382-24418

Thomas Girst, Sprecher Kulturkommunikation
Telefon: 089-382-24753, Fax: 089-382-28017

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

