



Presse-Information
26. Oktober 2012

BMW Guggenheim Lab zum Preisträger des "Kulturmarken-Award 2012" gekürt. Ausgezeichnet als "Trendmarke des Jahres".

Berlin. Das BMW Guggenheim Lab hat einen der begehrten „Kulturmarken-Awards 2012“ gewonnen. Wie die Jury am gestrigen Abend verkündete, konnte sich das Projekt in der Kategorie „Trendmarke des Jahres“ gegen das Bundesjugendballett von John Neumeier in Hamburg und das Projekt Sing – Day of Song der Ruhr Tourismus GmbH durchsetzen.

Auch Frank-Peter Arndt, Mitglied des Vorstands der BMW AG, freut sich über die Auszeichnung: „Der immense Zuspruch für das BMW Guggenheim Lab freut uns ungemein. Neben zahlreichen internationalen Auszeichnungen bedeutet uns der Preis für die Trendmarke des Jahres 2012 viel, weil sich das Projekt in einer Expertenjury unabhängiger Kulturschaffender gegen eine starke Konkurrenz erfolgreich durchsetzen konnte. Die Vergabe im Rahmen des Kulturinvest-Kongresses in Berlin ist auch eine Rückkehr an einen wichtigen Standort des Labs bevor es Ende des Jahres in Mumbai eröffnet. Unser herzlicher Dank gilt neben dem Lab Team und dem Guggenheim Museum auch Causales und ESB sowie allen Mitgliedern der Jury“.

Damit reiht sich dieser Preis in eine Reihe von Anerkennungen für das Projekt ein. Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Goldenen Bulle 2012 (Art Investor) in der Kategorie „Kunst und Kultur“, mit einer Webby Award Nominierung für „Excellence on the Internet“, einem International Design Communication Award in der Kategorie „Bestes Logo“ und einer "CITATION" für Design Excellence der 2012 AIA New York State Design Awards Jury. Die Amerikanische Vereinigung der Museen verlieh außerdem dem Städteplanungsspiel der Lab-Webseite, „Urbanology“, den MUSE Award.

Die Ehrung der Preisträger fand am 25.10. im Rahmen der Kulturmarken-Gala im TIPI am Kanzleramt in Berlin statt. Mehr als 500 Entscheidungsträger und Meinungsbilder aus Kultur, Wirtschaft, Politik und Medien kamen auch in diesem Jahr wieder auf der Festgala zusammen.

Über das BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab ist ein Gemeinschaftsprojekt der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Es ist in einer mobilen Konstruktion des Tokioter Architekturbüros Atelier Bow-Wow untergebracht und wurde im Sommer 2011 in New York erstmals präsentiert. Nach Berlin, der zweiten Station des ersten Zyklus, wird das BMW Guggenheim Lab von Dezember 2012 bis Januar 2013 nach Mumbai reisen. Die grafische Gestaltung des Lab wurde von dem Grafikdesignteam Sulki & Min aus Seoul entwickelt. Das Lab wird von den Guggenheim-Kuratoren David van der Leer und Maria Nicanor geleitet.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-20067

Internet
www.bmwgroup.com

BMW **Unternehmenskommunikation**



Presse-Information

Datum 26. Oktober 2012

Thema BMW Guggenheim Lab zum Preisträger des "Kulturmarken-Award 2012" gekürt.

Seite 2

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit mehr als 40 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 sowie in klassischer Musik, Jazz, 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, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement 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

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagewerke in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

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>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Leiter Kulturengagement

Telefon: +49 89 382 24753, Fax: +49 89 382 10881

Leonie Laskowski

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Kulturengagement

Telefon: 089-382-45382, Fax: 089-382-10881

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-mail: presse@bmw.de