



Presse-Information
7. November 2012

Das BMW Guggenheim Lab Berlin veröffentlicht den Bericht "100 Urban Trends: Glossary of Ideas from the Berlin Lab".

Mit langfristig angelegten Projekten in Berlin und online fördert das Lab den öffentlichen Dialog über städtisches Leben.

Berlin. Das BMW Guggenheim Lab gibt die Veröffentlichung von „100 Urban Trends: A Glossary of Ideas from the BMW Guggenheim Lab Berlin“ bekannt, das wichtige Einblicke in städtisches Leben gewährt und als frei zugängliche Informationsquelle dienen soll. Entwickelt wurde das Glossar von der Kuratorin des BMW Guggenheim Lab, Maria Nicanor, ihrer kuratorischen Assistentin, Amara Antilla, und aus den Teilnehmerbeiträgen des Lab in Berlin. Das Graphikdesign wurde von dem renommierten Designer-Duo Sulki & Min entwickelt. Das englischsprachige Glossar kann online unter bmwguggenheimlab.org/what-is-the-lab/lab-learnings/berlin-lab-learnings heruntergeladen werden.

Das BMW Guggenheim Lab, ein mobiles Labor, das vom 15. Juni bis zum 29. Juli 2012 in Berlin geöffnet war, zog im letzten Sommer über 27.000 Besucher vor Ort und 640.000 Besucher online an. Seither wird dort der öffentliche Dialog über das urbane Leben auch auf der Plattform der im Lab gebündelten Ideen fortgeführt.

„Während der 33 Programmtage in Berlin lernten wir sehr viel von den Einwohnern Berlins, den örtlichen Vereinen und Städteplanern und dafür sind wir sehr dankbar“, so die Kuratorin des Lab Maria Nicanor. „Mit unserem neuen Glossar und mit den Projekten, die wir in Berlin ins Leben gerufen haben, wollen wir nicht nur die Stimmung in der Stadt zu genau dieser Zeit aufnehmen – Berlin im Sommer 2012 – sondern auch besser verstehen, was Städte waren, was sie sind und was sie sein können.“

Die Idee zu einem Glossar ergab sich aus den Erfahrungen des Berliner Lab, aus Diskussionen und Gesprächen in und um das Labor. Entstanden ist eine Sammlung der 100 meist diskutierten Trends, Schlagwörter und Ideen zum Thema städtisches Leben heute. Das Glossar wird zukünftig um Begriffe aus dem New Yorker Lab sowie aus dem Mumbai Lab erweitert. So entsteht eine Informationsquelle, die auf neuartige Weise erklärt, wie Menschen ihre Stadt wahrnehmen und wie sie in dieser leben. Die Sammlung dient außerdem dazu, das Konzept der Stadt als Ideen-Katalysator zu verdeutlichen.

Drei der aus dem Berlin Lab entstandene Stadtprojekte, Dynamic Connections, Free Space Berlin und Make Space, stehen nach wie vor im Dialog mit der



Presse-Information

Datum 7. November 2012

Thema Das BMW Guggenheim Lab Berlin veröffentlicht den Bericht "100 Urban Trends: Glossary of Ideas from the Berlin Lab".

Seite 2

Öffentlichkeit und fordern online zur Teilnahme auf. Diese klein angelegten Initiativen wurden in enger Zusammenarbeit mit Berliner Organisationen und Einzelpersonen entwickelt und sind als Initialzündung zu verstehen. Dynamic Connections ist eine interaktive „Sicheres-Radeln“-Fahrradkarte, die es Berlinern erlaubt, die Qualität der unterschiedlichen Radstrecken der Stadt zu kommentieren – bisher haben sich bereits mehr als 4.000 Besucher dort eingebracht. Auch Free Space Berlin, mobiler Workshop und Online-Karte zugleich, mit der man den Verkauf von Liegenschaften in Berlin recherchieren kann, ist eine Ressource, die von Berliner Bürgern weiterhin genutzt werden kann. Make Space ist ein bestehender Blog, in dem die Umwandlung von ungenutzten Flächen im Berliner Raum zu Nachbarschafts-Treffpunkten aufgezeichnet und beschrieben wird. Diese Projekte wurden bei den Konferenzen Google DatenDialog und Eine Welt Eine Zukunft vorgestellt und werden im November auch Teil der „MakeShift“-Konferenz an der Freien Universität Berlin sein.

Diese Initiativen haben die Entwicklung ähnlicher partizipativer Design-Projekte sowohl für die nächste Station des Lab, Mumbai, als auch online vorangetrieben. Hierzu gehören ein öffentlicher Wettbewerb zur Lösungsfindung für eine stark belastete Verkehrskreuzung in Mumbai sowie die Überlegungen, veraltete Infrastrukturen zu öffentlichen Plätzen und Raum für Fußgänger umzuwandeln.

„Für unsere Zeit in Berlin haben wir uns eine lebhafte öffentliche Diskussion gewünscht und die Stadt hat uns genau das geboten“, so Richard Armstrong, Direktor des Solomon R. Guggenheim Museums und Foundation. „Durch Gespräche mit den Teilnehmern des Berlin Lab haben wir wichtige Erkenntnisse gewonnen, die schon jetzt wegweisend für die zukünftige Präsentation unseres globalen Projekts sind.“

„Auch wenn das BMW Guggenheim Lab Berlin in seiner physischen Gestalt verlassen hat, leben die Ideen des Projekts hier in Berlin weiter - in den Gesprächen und Projekten, die es angestoßen hat“, sagte der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit. „Wir freuen uns darauf, den weiteren Weg des Labs rund um den Globus zu verfolgen und hoffen, dass die Erfahrungen, die in Berlin gesammelt wurden, der Weiterentwicklung dieser Initiative dienen werden.“

Das Berlin Lab bot ein umfangreiches, kostenfreies Programm – darunter 97 Vorträge, 101 Workshops, 14 Filmvorführungen, 5 Special Events und 27 Stadtexkursionen. So wurde gemeinsam mit den Berlinern Möglichkeiten aufgezeigt, wie es möglich ist mit Hilfe von gemeinsam entwickelten



Presse-Information
Datum 7. November 2012
Thema Das BMW Guggenheim Lab Berlin veröffentlicht den Bericht "100 Urban Trends: Glossary of Ideas from the Berlin Lab".
Seite 3

Instrumenten und Ideen aktiv am Gestaltungsprozess der urbanen Umwelt teilzunehmen.

Das BMW Guggenheim Lab, dessen Reise im Sommer 2011 in New York begann, wird vom 9. Dezember 2012 bis zum 20. Januar 2013 in Mumbai Station machen. In Zusammenarbeit mit dem Dr. Bhau Daji Lad Museum und unter Berücksichtigung der besonderen städtischen Voraussetzungen der geschäftigen 13-Millionen-Stadt Mumbai, bietet das Mumbai Lab im gesamten Stadtgebiet kostenfreie Programme und spricht so ein möglichst breitgefächertes Publikum an.

Zusätzlich zu den kostenfreien Teilnehmeraktivitäten an allen Lab-Veranstaltungsorten sind Interessierte eingeladen, die [Projekt-Website](#) zu besuchen, die neuesten Aktivitäten über den offiziellen Blog, [Lab11Log](#), zu verfolgen, Mitglied der Online-Communities Twitter ([@BMWGuggLab](#) und [#BGLab](#)), [Facebook](#), [YouTube](#), [Flickr](#), und [Foursquare](#), zu werden oder [den Newsletter zu abonnieren](#) und so über alle Programme informiert zu werden.

Das BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab ist eine Kooperation der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Kuratoren des BMW Guggenheim Lab sind David van der Leer und Maria Nicanor vom Solomon R. Guggenheim Museum. Die grafische Gestaltung des Lab wurde von dem Grafikdesignteam Sulki & Min aus Seoul entwickelt.

Auszeichnungen und Preise

Das BMW Guggenheim Lab wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem 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 Vereinten Nationen haben das Projekt als ein Vorzeigeprojekt anerkannt, durch das Menschen dazu anregt werden, sich an öffentlichen Diskussionen über wichtige urbane Themen zu beteiligen und sich in diesen Bereichen zu engagieren. Weiterhin wurde das Lab als eine Ressource auf der Website von TED, der City 2.0, genannt, die das Lab als ein ambitioniertes Projekt aufführt, das darauf ausgelegt ist, den weltweiten Dialog über urbanes Leben zu initiieren. Die Amerikanische Vereinigung der Museen verlieh außerdem dem Städteplanungsspiel der Lab-Webseite, „Urbanology“ den MUSE Award.



Presse-Information
Datum 7. November 2012
Thema Das BMW Guggenheim Lab Berlin veröffentlicht den Bericht "100 Urban Trends: Glossary of Ideas from the Berlin Lab".
Seite 4

Die vollständigen Pressematerialien erhalten Sie unter

bmwguggenheimlab.org/presskits

Bildmaterial finden Sie unter bmwguggenheimlab.org/pressimages

Videomaterial finden Sie unter bmwguggenheimlab.org/pressvideos

Benutzername = photoservice

Password = presspass

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 Montagestätten 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>

BMW

Unternehmenskommunikation



Presse-Information

Datum 7. November 2012

Thema Das BMW Guggenheim Lab Berlin veröffentlicht den Bericht "100 Urban Trends: Glossary of Ideas from the Berlin Lab".

Seite 5

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: +49 89-382-45382, Fax: 089-382-10881

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