



Presse-Information
Dezember 2012

LUXURY NOW.

Design Talk mit Martina Starke, Leitung Farb- und Materialdesign BMW Individual, Marina Gisich, Galeristin für zeitgenössische Kunst, und Boris Bernaskoni, Architekt.

26. Juli 2012, St. Petersburg. Highlight Summary.

Marina Gisich über die aktuelle Situation der zeitgenössischen Kunst in Russland.

“In den letzten 20 Jahren hat es eine enorme Bewegung im russischen Kunstmarkt gegeben. Dennoch gibt es aktuell nur fünf oder sechs professionelle Galerien, die über internationale Erfahrung verfügen. Ich denke, es bedarf noch einer großen Anstrengung und viel persönlichen Engagements, um zeitgenössische russische Kunst auf ein akzeptables Niveau zu heben. Wir arbeiten hart daran, das ist mir ein besonderes Anliegen.“

Boris Bernaskoni über die aktuelle Situation der zeitgenössischen Architektur in Russland.

“Wie Sie sich denken können, hat sich in den letzten 20 Jahren auch im Architekturbereich einiges getan: Wir haben viele verschiedene Wegbereiter der Architektur gefeiert und einige interessante zeitgenössische Bauten in Moskau, St. Petersburg und in anderen russischen Städten sind entstanden. Es gibt auch viele russische Architekten, die gar nicht hier arbeiten, sondern an internationalen Architekturwettbewerben teilnehmen. Also auch hier ist viel Bewegung zu spüren, ich denke, wir bewegen uns mit großen Schritten nach vorne.“

„Wenn Sie mir die Bemerkung erlauben: der zeitgenössische Architekturstil, so wie er international wiederzufinden ist, hat seine Ursprünge in Russland. Er entstand im Prinzip genau nach der Revolution. Heute haben wir die großartige Chance, eine neue Sprache für Architektur und Design zu schaffen. Ich bin also sehr guter Dinge, was moderne Architektur und modernes Design anbelangt.“



Presse-Information
Datum Dezember 2012
Thema Design Talk „LUXURY NOW“ mit Martina Starke, Marina Gisich und Boris Bernaskoni.
Seite 2

Marina Gisich über ihre persönliche Definition von Luxus.

„Für mich ist Luxus die Möglichkeit, in großen Räumen zu sein, in ihnen zu leben, sie zu genießen. Sie müssen mich schützen und mir das Gefühl geben, dass sie mir ganz allein gehören, dass sie groß, großartig und schön sind. Denn alles ist persönlich. Kunst ist aus meiner Perspektive Raum, den ich mit außergewöhnlichen Dingen gestalte. Ich kann entscheiden, was ich kaufe und womit ich mich umgebe. Das ist für mich Luxus.“

Martina Starke über Individualität im Automobildesign.

„Das Automobildesign ist ebenso vielschichtig wie die Architektur. Wenn wir etwa von der BMW 7er Serie sprechen, dann haben wir da diesen Wagen mit seiner eindrucksvollen Präsenz und dem vielen Platz, den man in dieser Klasse erwartet und von dem Marina bereits gesprochen hat. Wir bieten auch einige Sondereditionen für unsere Kunden, weil sie sich etwas Spezielles, Einzigartiges wünschen. Nur ein Beispiel: Wir hatten einen Kunden, der in seinem Wagen ein spezielles Holz von einem Baum in seinem Garten verarbeitet haben wollte. Ich denke, diese kleinsten Details bei der Herstellung sind ein Teil dessen, was unsere Fahrzeuge so individuell macht.“

Boris Bernaskoni über Luxus in der zeitgenössischen Architektur.

„Luxus in der Architektur bedeutet für mich zuallererst Schlichtheit im Gegensatz zu Komplexität. Das ist heute sehr wichtig, weil alles immer komplizierter wird. Zweitens, Energie. Genau gesagt Energie im Hinblick auf Effizienz, Einsparung. Es geht dabei um die Frage, wie man den zur Verfügung stehenden Raum effizient nutzen kann, ohne dafür eine Menge Energie zu verbrauchen. Womit wir bereits beim dritten Punkt wären – beim Raum und der Ergonomie des Raums, also bei der Art und Weise, wie man den Raum nutzt. Raum ist also etwas sehr Luxuriöses. Nummer vier wäre die Zeit, die in der in der Architektur oftmals als großer Luxus gilt. Jedes Bauwerk ist wie eine sehr lange Reise; manchmal vergehen mehr als zehn Jahre zwischen dem Planungsbeginn und der Umsetzung. Was aus meiner Sicht bedeutet, dass diejenigen Designer und Architekten, die ein Projekt schneller realisieren können, auch die Nase vorn haben werden. Weil die Kunden es in kürzester Zeit schneller, größer, besser



Presse-Information
Datum Dezember 2012
Thema Design Talk „LUXURY NOW“ mit Martina Starke, Marina Gisich und Boris Bernaskoni.
Seite 3

haben möchten. Und fünftens, und das ist für mich das Wichtigste, der Sinngehalt. Wir leben heute in einer Welt mit vielen verschiedenen Ideen, unterschiedlichen Botschaften und Geldgebern. Bei diesen Informationsflüssen geht es für mich immer um die Frage nach dem Sinn. Jeder Gegenstand, jedes Gebäude sollte so etwas wie eine Botschaft haben. Sehr, sehr wichtig, sehr klar und sehr interessant für jedermann.“

Martina Starke über die globale Universalität von Luxus bei BMW.

„Aspekte wie Geräumigkeit oder Leidenschaft für kleinste Details sind für jedes Land relevant. Aber wenn wir uns beispielsweise den chinesischen Markt ansehen, dann möchten die Kunden dort unbedingt rote Details im Wagen haben, weil Rot ihre Glücksfarbe ist. Oder sie wünschen sich spezielle Stickereien mit Symbolen. Geht man in den Nahen Osten, so gibt es andere Farbwünsche wegen der dortigen Lichtverhältnisse. Wenn wir es jedoch auf das Wesentliche reduzieren, dann wünscht sich jeder bei einem Wagen dieser Klasse Wertbeständigkeit und jene aufwändige, detaillierte Spitzenqualität, für die BMW international bekannt ist.“

Martina Starke über die Auswirkungen des Faktors Zeit auf das Automobildesign.

„Die Menschen verbringen heute viel Zeit in ihren Fahrzeugen, und deshalb ist es unser Ziel, Automobile herzustellen, die so komfortabel sind wie nur möglich. Wenn Sie lange in Ihrem Auto sitzen, wird es für Sie fast zu einer Art Wohnzimmer. Sie achten dann auch auf die kleinste Nuance. Sie sehen es, sie fühlen es. Liebe zum Detail ist also gerade im Innenraum eines Fahrzeugs sehr wichtig, weil man dort ja die Zeit verbringt.“

Marina Gisich über die zukünftige Entwicklung von Luxus in der Kunst.

„Ich bin mir sicher, dass uns die Kunst in Zukunft keinen großen Luxus bescheren wird. Doch ich weiß, dass wir in alles, was wir tun, unsere ganze Energie und unseren ganzen Optimismus investieren. Und dies wird hoffentlich das schwierige Vorhaben erheblich erleichtern, diese Bewegung voranzubringen und immer mehr Menschen in den Prozess einzubinden. Wenn sich Menschen



Presse-Information
Datum Dezember 2012
Thema Design Talk „LUXURY NOW“ mit Martina Starke, Marina Gisich und Boris Bernaskoni.
Seite 4

für Kunst zu interessieren beginnen, dann beginnen sie, ihr Herz dafür zu entdecken, Kunst zu kaufen und sich Luxus ins Haus zu holen.“

Boris Bernaskoni über die Entwicklung des Luxuskonzepts in der zeitgenössischen Architektur.

„Architektur sollte ein Teil unseres Lebensstils sein, denn Architektur ist wie eine zweite Haut, eine zweite Schicht Kleidung. Für mich ist es daher sehr wichtig, dass die Architektur als Teil der Gesellschaft betrachtet wird. Jeder Entwickler, jeder Architekt und überhaupt jeder, der etwas entwirft, sollte sich also zuallererst überlegen, was sein Design oder Bauwerk für die Gesellschaft bringen wird. Die Zukunft des Luxus in der Architektur ist dann erreicht, wenn die Architektur ein wirklich bedeutender Teil des Lebensstils wird. Jede Sekunde, jede Minute, jede Stunde, jeden Tag.“

Martina Starke über die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Vernetzung für die Zukunft von BMW.

„Die BMW Group ist seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes. Wir beschäftigen uns sehr eingehend mit Nachhaltigkeit und haben dies zu unserem großen Ziel für die Zukunft erklärt. Nächstes Jahr, 2013, bringen wir das erste Elektroauto auf den Markt. Ein weiterer wichtiger Bereich ist die Vernetzung. Heute vernetzen Smartphones jeden mit jedem. Gleichzeitig geben wir viel Geld für unsere Fahrzeuge aus, verbringen viel Zeit darin und wollen auch dort vernetzt sein. Ich kann versprechen, dass wir auch in Zukunft Wagen produzieren werden, bei denen das Fahren Spaß macht. Doch müssen wir das natürlich auf so effiziente und nachhaltige Weise realisieren, wie wir nur können.“

Marina Gisich über das Verhältnis der Russen zu Luxus.

„Ich bin sicher, dass die Russen Luxus lieben. Wir schätzen Luxus und Qualität, weil das in unserer Natur liegt. Wir lieben teure Dinge, die schick und schön sind. Luxusmenschen möchten zeigen, dass sie perfekt sind, was heute wie ein Fehler erscheinen mag. Aber es ist nicht immer ein Fehler. Russen zeigen Luxus auf extrovertiertere Weise.“

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum Dezember 2012
Thema Design Talk „LUXURY NOW“ mit Martina Starke, Marina Gisich und Boris Bernaskoni.
Seite 5

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Susanne Giuliani, BMW Group Design- und Lifestylekommunikation
Tel.: +49-89-382-20961, Fax: +49-89-382-20626

Ralph Huber, Leiter Produktkommunikation BMW Automobile
Tel.: +49-89-382-68778, Fax: +49-89-382-20626

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

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>