

Presse-Information
11. Oktober 2013

Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Ausstellungseröffnung im Guggenheim Museum, zu Themen und Ideen, die sich im Laufe der Weltreise des Lab heraus gebildet haben

New York/ München. Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab: Vom 11. Oktober 2013 bis zum 5. Januar 2014 zeigt das Solomon R. Guggenheim Museum eine Ausstellung über die Erfahrungen und Konzepte, die im Laufe der zweijährigen Reise des BMW Guggenheim Lab gesammelt wurden. Die Ausstellung ist gleichzeitig der Höhepunkt des Lab, eine Kombination aus urbaner Ideenschmiede, Gemeindezentrum und öffentlichem Forum, das von New York über Berlin nach Mumbai reiste, um innovative Ideen zum Thema urbanes Leben und neuartige Sichtweisen auf Städte zu initiieren. Zehntausende nahmen sowohl online als auch vor Ort an den kostenfreien öffentlichen Veranstaltungen des Lab teil, wirkten an städtischen Projekten und Forschungsinitiativen mit und nahmen so Einfluss auf die endgültige Form der Ausstellung. Das BMW Guggenheim Lab ist eine Kooperation der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group.

„Mit dem BMW Guggenheim Lab ist es uns gelungen, unseren Bildungsauftrag weit über die Grenzen des Museums hinaus zu erweitern. Dem Guggenheim haben sich so neue Wege erschlossen, unmittelbar mit dem Publikum in Kontakt zu treten, und unser Engagement im Bereich innovative Architektur und Urbanismus zu verdeutlichen“, so Richard Armstrong, Direktor des Solomon R. Guggenheim Museum und Foundation. „Das Lab hat einen wichtigen Dialog zum Thema Unterschiede und Gemeinsamkeiten städtischer Umgebungen angestoßen sowie über die Macht der Städte als Ideenschmieden. Die Ausstellung Participatory City führt die Ideen, die auf diesem Weg entstanden sind, zusammen und zelebriert so diese Reise und die besonderen Menschen und Orte, denen wir begegnet sind.“

„Mit einer Ausstellung in New York kommt das Abenteuer des BMW Guggenheim Lab wieder dort an, wo es begann. Im Laufe seiner Reise hat das Lab Menschen aus aller Welt miteinander in Verbindung gebracht, um so die Herausforderungen, denen sich viele der Millionenmetropolen schon heute gegenüber gestellt sehen, auch für die Zukunft anzugehen. All diejenigen, die aktiv an diesem Projekt beteiligt waren, ob online oder vor Ort, haben zum Erfolg des Lab beigetragen“, so Maximilian Schöberl, Bereichsleiter Konzernkommunikation und Politik der BMW Group. „Die Ausstellung gibt uns die Möglichkeit, das Lab in seiner Gesamtheit zu reflektieren, und so noch besser zu verstehen, wie diese Art und Weise des Denkens urbanes Leben nachhaltig beeinflussen wird.“

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2013

Thema Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Seite 2

Participatory City wird kuratiert von Maria Nicanor, Kuratorin des BMW Guggenheim Lab und Associate Curator für Architektur und Urbanismus.

Ausstellungsüberblick

Als Inspirationsquelle zu Participatory City dienten die 100 meistdiskutierten Ideen im Bereich urbanes Denken, die in den Labs in New York, Berlin und Mumbai erforscht wurden. Die Begriffe, auch Trends genannt, die in der Ausstellung gezeigt werden, entstammen einem Glossar, das insgesamt 300 Begriffe aus den drei Stationen des Lab beinhaltet: 100 Urban Trends: A Glossary of Ideas from the BMW Guggenheim Lab. Ob alt oder neu, bekannt oder aus Impulsen heraus entstanden, all diese Begriffe beziehen sich auf die Art und Weise, wie wir Städte verstehen, entwerfen und bewohnen. Jeder Begriff bezieht sich auf eine bestimmte Veranstaltung oder Erfahrung aus einem der Labs und hebt so partizipative Veranstaltungsprogramme, geführte Touren, Workshops, Filmvorführungen und urbane Forschungsprojekte hervor, die in den drei Städten angeboten wurden. Die Trends werden in Form einer digitalen Installation als Projektionen auf den Galeriewänden in Dauerschleifen gezeigt, gleich neben Zeichnungen, Skizzen und Kurzfilmen, die den jeweiligen Begriff illustrieren. In der gesamten Ausstellung erwecken außerdem Videos und Bilder aus den drei Städten das Lab zum Leben. Zusätzliche digitale Beiträge zum Thema 100 Urban Trends von internationalen Architekten, Akademikern, Designern und Künstlern finden Sie unter www.youtube.com/BMWGuggenheimLab.

Participatory City untersucht eine Vielzahl an Trends, von denen einige die Interaktion von Mensch und Stadt betrachten, darunter:

- **Participatory Urbanism**, ein Konzept, das die Veranstaltungsreihen in New York, Berlin und Mumbai wesentlich mitbestimmt hat. Es geht dabei primär um das Recht der Bürger, Daten zu sammeln und Ideen an Städteplaner weiter zu geben
- **Ostrich Effect**, ein in Mumbai diskutiertes Thema, das beschreibt, wie Menschen ihrer Gleichgültigkeit gegenüber den harten Lebensbedingungen des Alltags auf der Straße Ausdruck verleihen
- **Collaborative Urban Mapping**, Beispiel eines kleinen Eingriffs in die städtische Umgebung. Entstanden durch Zusammenarbeit und Nutzung von Open-Source-Daten in Berlin um die Grundbestandteile einer Lebensmittelkette aufzuzeigen
- **Suburban Sprawl**, das kontinuierliche Wachsen der Vorstädte
- und das Konzept **Happy City** und das geistige Wohlbefinden in urbaner Umgebung.

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2013

Thema Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Seite 3

Ebenfalls zu den Trends gehören die Revolution des **3D-Druckers**, die es ermöglicht, maßgeschneiderte Produkte herzustellen (**Customization**), **Arduino**, Hardware, die zur Bedienung von Robotern entwickelt wurde und urbane Konzepte wie unter anderem **10.000 Honks, Bottom-Up Urban Engagement, Collective Memory, The New Architect, Eviction, Food Distribution, Gentrification, Infrastructure of Waste** und **Non-Iconic Architecture**.

„Städte sind eine Ansammlung vieler Gebäude, Straßen, Verkehrssysteme und Infrastrukturen – und doch ist es der Mensch, der im Mittelpunkt des Diskurses über Urbanität steht. Und nur durch das Mitwirken und die aktive Beteiligung der Menschen werden Städte kontinuierlich zu dynamischen Zentren, in denen Ideen geboren werden, die unsere Welt gestalten“, so Nicanor. „Es ist dieses Gefühl des Miteinanders, das seit jeher urbanen Fortschritt vorantreibt, Idee für Idee. Participatory City dokumentiert die Reise des BMW Guggenheim Lab und definiert dabei einige der wichtigsten Herausforderungen für die Städte von heute und die Ideen, die zur Verbesserung beitragen können.“

Ebenfalls ausgestellt werden Prototypen der sogenannten „Water Bench“, ein Projekt, das im Mumbai Lab von Architekt Neville Mars von MARS Architects entwickelt wurde. Hinter dem Konzept der Sitzbank stehen die Themen Wasserknappheit und Bedarf an Entspannungsmöglichkeiten in Mumbai. So entstand eine Sitzbank, die sowohl Regenwasser sammelt, das zur Bewässerung genutzt werden kann, als auch öffentliche Sitzplätze bietet. Der Einsatz eines Prototypen der „Water Bench“ ist für den First Park in New York geplant, dem ersten Standort des Lab. Außerdem werden zur Zeit sechs weitere innerhalb der Stadt Mumbai errichtet.

Öffentliche Veranstaltungen

Zeitgleich zur Ausstellung Participatory City befasst sich eine öffentliche Veranstaltungsreihe mit einer Auswahl der 100 Urban Trends. Das Begleitprogramm weitet damit das Spektrum der Themen und Projekte aus, die bereits im BMW Guggenheim Lab untersucht worden sind.

Urban Data (Städtische Daten): Michael Flowers und Bürgermeister Bloombergs Abteilung für Strategie und Planung

Freitag, 11. Oktober, 18:30 Uhr

Michael Flowers, Direktor für Analytik der Abteilung für Strategie und Planung unter Bürgermeister Michael Bloomberg, spricht über die Rolle städtischer Daten in New York und wie diese bisher unangetasteten Daten und Informationen zur Optimierung von Abläufen in der Stadt genutzt werden können.

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2013

Thema Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Seite 4

Happy City (Glückliche Stadt): Charles Montgomery

Samstag, 2. November, 20:30 Uhr

Charles Montgomery, ehemaliges Lab Team-Mitglied und Autor von Happy City: Transforming Our Lives Through Urban Design, (Farrar, Straus and Giroux, 2013), präsentiert sein Buch und interessante Experimente in den Bereichen Vertrauen und Spiel und gewährt dabei Einblick in die erstaunliche Beziehung zwischen dem Aufbau unseres Gehirns und dem unserer Städte.

Rainwater Harvesting (Regenwasser Sammeln): Neville Mars

Sonntag, 1. Dezember, 18:30 Uhr

Neville Mars, Architekt, Gründer der Stiftung Dynamic City und ehemaliges Lab Team-Mitglied, erklärt sein Interesse an Designlösungen, die Wasser sparen, und wie diese Arbeit zu der Entwicklung der „Water Bench“ geführt hat, einer in Städten eingesetzten Sitzbank, die Regenwasser zu Wiederaufbereitzwecken sammelt.

Filmreihe: Kinoschauplätze

Jeden Freitag, 11. Oktober – 3. Januar (ausgenommen 29. November), 15 Uhr

Paul Dallas, verantwortlich für das Filmprogramm des BMW Guggenheim Lab in New York im Jahr 2011, hat eine Filmreihe ausgewählt, die anhand ausgesuchter Beispiele, unter anderem aus den Städten, in denen das Lab Station gemacht hat (New York, Berlin und Mumbai), die Beziehung zwischen urbaner Umgebung und kinematografischer Geschichtenerzählung thematisiert. Die Auswahl umfasst darüber hinaus Beispiele aus der ganzen Welt, wie zum Beispiel Kairo, Chengdu, Los Angeles, Recife, San Francisco, Teheran und Wien.

Eintrittskarten kosten 7 Dollar, der Preis für Mitglieder beläuft sich auf 5 Dollar und Schüler und Studenten haben nach Voranmeldung freien Eintritt. Filme werden im New Media Theater im Untergeschoss gezeigt und sind in Verbindung mit einer Museumskarte kostenfrei. Weitere Informationen und Eintrittskarten unter guggenheim.org/bglprograms oder per Telefon unter +1 212 423 3587.

Das BMW Guggenheim Lab

Das BMW Guggenheim Lab ist eine Gemeinschaftsinitiative der Solomon R. Guggenheim Foundation und der BMW Group. Gestartet wurde das Lab in New York (3. August – 16. Oktober 2011), wobei diese Station dem Thema "Confronting Comfort" gewidmet war. In Berlin (15. Juni – 29. Juli 2012) hieß das Motto „Making“. Im Fokus stand hierbei die Frage, wie aktive Bürgerbeteiligung das Stadtbild verändern kann. Auf seiner dritten Station untersuchte das Lab an verschiedenen Standorten in Mumbai (9. Dezember 2012 – 20. Januar 2013) das Thema „Privacy“ und das damit verbundene Thema der Nutzung des öffentlichen Raumes.

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2013

Thema Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Seite 5

Teilnehmer aus über 160 Ländern und Regionen nahmen online und vor Ort an den knapp 600 öffentlichen Veranstaltungen, Workshops, Vorträgen, Forschungs- und Stadtprojekten teil. Das globale Programm des BMW Guggenheim Lab schließt mit der Ausstellung Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab, die vom 11. Oktober 2013 bis zum 5. Januar 2014 im Guggenheim Museum in New York zu sehen ist. Kuratiert wurde das BMW Guggenheim Lab wurde von Maria Nicanor vom Solomon R. Guggenheim Museum und David van der Leer.

Die mobilen Strukturen des Lab wurden vom Tokyoter Architektenbüro Atelier Bow-Wow entwickelt. In New York und Berlin gehörte hierzu eine neuartige Architektur aus Carbonfaser, während in Mumbai mehrere Bambusstrukturen zum Einsatz kamen, die an unterschiedlichen Veranstaltungsorten innerhalb der Stadt aufgestellt wurden. Die grafische Identität des Lab, darunter ein interaktives Logo, wurde von den in Seoul arbeitenden Grafikdesignern Sulki & Min erstellt. In Zusammenarbeit mit den Kuratoren des Guggenheims entwickelten drei Lab Teams, bestehend aus Einzelpersonen aus unterschiedlichsten Disziplinen, speziell auf die jeweilige Stadt zugeschnittene Veranstaltungsprogramme.

Im Blog des Projekts, Lab I Log, werden Interviews mit den Beteiligten des BMW Guggenheim Lab gezeigt sowie die unterschiedlichen Aktivitäten des Lab vorgestellt. Interessenten sind eingeladen, Mitglied der engagierten Online-Communities zu werden: auf Twitter [@BMW_GuggLab](#) und [#BGLab](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [Flickr](#) und [Foursquare](#) oder den Newsletter zu abonnieren (bmwguggenheimlab.org/subscribe) und so über alle Projekte informiert zu werden.

Weitere Informationen über das Lab unter bmwguggenheimlab.org. Das gesamte Glossar 100 Urban Trends: A Glossary of Ideas from the BMW Guggenheim Lab finden Sie unter 100urbantrends.org.

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

Presse-Information

Datum 11. Oktober 2013

Thema Participatory City: 100 Urban Trends from the BMW Guggenheim Lab

Seite 6

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 und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 Bekennnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

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

www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de