

Presse-Information
24. Oktober 2013

BMW Tate Live Performance Room: Ragnar Kjartansson „Variation on Meat Joy“ Online-Übertragung der Performance am 24. Oktober 2013 um 20 Uhr GMT

London. Für BMW Tate Live Performance Room verbindet Ragnar Kjartansson am 24. Oktober Körperlichkeit und Theater in seiner neuen Online-Performance „Variation on Meat Joy“. Inspiriert wurde seine Arbeit von Carolee Schneemanns bahnbrechender Performance „Meat Joy“ aus dem Jahr 1964. **BMW Tate Live Performance Room** ist eine gänzlich neue Art, Performance-Kunst live im Internet zu erleben. Das internationale Publikum kann unter **www.youtube.com/user/tate/tatelive** die einzelnen Performances live verfolgen. BMW Tate Live ist eine auf vier Jahre angelegte Partnerschaft zwischen BMW und der Tate mit Fokus auf Performances, interdisziplinärer Kunst und der Kuratierung des digitalen Raums.

Ragnar Kjartansson verwandelt den Performance Room in einen Speisesaal im Rokokostil, in dem die aufwendig gekleideten Schauspieler Steaks speisen. Filmkünstlerisch aufgenommen und in Kombination mit Kulisse und Kostümen aus dem 18. Jahrhundert spielt dieses Arrangement mit der Modernität einer Internet-Performance. Strategisch positionierte Mikrophone verstärken die Essgeräusche der einzelnen Schauspieler und lenken so die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Kauen und Schlucken. Dadurch wird der normalerweise gut verborgene, tierische Aspekt des alltäglichen Akts des Essens betont.

Carolee Schneemanns Arbeit „Meat Joy“ aus dem Jahr 1964 ist die Grundlage für Kjartanssons neue Arbeit. Das Stück ist eine gefilmte Performance, in der acht teilweise unbedeckte Figuren tanzen und mit unterschiedlichen Substanzen spielen, darunter rote Farbe und rohes Fleisch. Schneemann selbst sagte, ihr Werk zelebriere die Materie Fleisch.

Ragnar Kjartansson (*1976) nimmt in seinen Arbeiten, darunter Videoinstallationen, Durational Performances, Zeichnungen und Malerei, Bezug auf Filmgeschichte, Musik, visuelle Kultur und Literatur. Er lebt und arbeitet in Reykjavik, Island, und war in zahlreichen Ausstellungen sowohl in Europa als auch in den USA vertreten. Im Jahr 2009 war er Islands Repräsentant bei der 53. Biennale in Venedig. 2013 wurde seine Arbeit bei der Biennale-Ausstellung „The Encyclopedic Palace“ im Venezianischen Arsenal gezeigt.

**BMW Tate Live Performance Room:
Ragnar Kjartansson „Variation on Meat Joy“
24. Oktober 2013, 20 Uhr GMT
Live-Übertragung unter: www.youtube.com/user/tate/tatelive**

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 20067

Internet
www.bmwgroup.com

Im zweiten Veranstaltungsjahr wurde BMW Tate Live 2013 um neue Online-Auftragsarbeiten für BMW Tate Live Performance Room und BMW Tate Live Performance Events – Live-Performances in der Tate Modern erweitert.

Presse-Information

Datum 24. Oktober 2013
Thema BMW Tate Live Performance Room: Ragnar Kjartansson „Variation on Meat Joy“
Seite 2

Kuratiert wird BMW Tate Live von Catherine Wood, Kuratorin für Zeitgenössische Kunst und Performance an der Tate, und von Capucine Perrot, kuratorische Assistentin an der Tate Modern.

BMW Tate Live Performance Room

Das Publikum ist dazu eingeladen, den BMW Tate Live Performance Room um 20 Uhr britischer Zeit über www.youtube.com/user/tate/tatelive zu besuchen, ebenso wie zur selben Zeit in allen Zeitzonen an den angegebenen Tagen – 15 Uhr an der amerikanischen Ostküste, 21 Uhr in Europa und um 23 Uhr in Russland. Die Zuschauer aus aller Welt sind eingeladen, sich während der Performance untereinander über die Kanäle der sozialen Netzwerke auszutauschen und Fragen an die Künstler oder Kuratoren zu stellen – Zugang besteht über ihre Accounts bei Twitter, Facebook und Google+. Aktuelle Updates gibt es unter: @TateLive mit #BMWTateLive, Tate Facebook oder Tate Google+.

BMW Tate Live

BMW Tate Live ist eine auf vier Jahre angelegte Partnerschaft zwischen BMW und der Tate mit Fokus auf innovativen Live-Performances und Veranstaltungen. Geboten werden Live-Übertragungen im Internet, Performances in den Museumsgalerien, Seminare und Workshops. BMW Tate Live zielt darauf ab, mit neuen Kunstformen ein internationales Publikum zu erreichen und dabei dessen veränderte Erwartungen und Interessen an der Kunst zu berücksichtigen. Die Veranstaltungsreihe schafft so Raum für neue Kollaborationsprojekte und ein anspruchsvolles Programm mit Performances, Filmvorführungen, Klangbildern, Installationen und neuartigen Lernerfahrungen. So entsteht für die KünstlerInnen ein Raum, in dem sie größere Risiken eingehen und frei experimentieren können. Im Rahmen des Programms wird Wandlung in all ihren Formen betrachtet und erforscht – Ziel dabei ist es, eine Diskussion darüber anzustoßen, auf welche Art und Weise Kunst intellektuellen, gesellschaftlichen und physischen Wandel beeinflussen kann. Weitere Informationen unter: www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/eventseries/bmw-tate-live-2013.

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 Schwazer, 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 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.



Presse-Information

Datum 24. Oktober 2013

Thema BMW Tate Live Performance Room: Ragnar Kjartansson „Variation on Meat Joy“

Seite 3

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 Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.comFacebook: <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: 089-382-24753, Fax: 089-382-10881

Jeanette Ward

Senior Press Officer, Tate

Telefon: +44 (0)20 7887 4942, E-mail: pressoffice@tate.org.ukInternet: www.press.bmwgroup.comE-Mail: presse@bmw.de