

Presse-Information
26. Mai 2015

BMW feiert 40jähriges Jubiläum der BMW Art Cars 2015 sind weltweite Präsentationen der „rollenden Skulpturen“ geplant

München. Lichtenstein. Warhol. Koons. Stella. Calder. Rauschenberg. Holzer. Eliasson. Seitdem vor genau 40 Jahren ein von Alexander Calder bemalter BMW 3.0 CSL beim 24 Stunden Rennen von Le Mans an den Start ging, fasziniert die BMW Art Car Collection Kunst- und Designliebhaber sowie Auto- und Technologiefans auf der ganzen Welt.

Mit der Erfindung des Automobils ließen sich Künstler vom Rausch der Geschwindigkeit, von Mobilität und dem Rennwagen als Skulptur der Moderne inspirieren. Seit 1975 spielen die BMW Art Cars hierbei eine zentrale Rolle. Die Idee dazu hatte der französische Rennfahrer und Kunstliebhaber Hervé Poulain: Vor 40 Jahren bat er Künstlerfreund Alexander Calder darum, dessen Rennwagen zu gestalten. In Zusammenarbeit mit dem damaligen BMW Motorsportchef Jochen Neerpasch war so das erste BMW Art Car geboren und avancierte auf der Rennstrecke sofort zum Publikumsliebbling. Seitdem wurde die Reihe in unregelmäßigen Abständen fortgesetzt und um einzigartige Kunstwerke von Künstlern wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, David Hockney oder Jeff Koons erweitert.

„Die BMW Art Cars begeistern an der Schnittstelle von Automobil, Technik, Design, Kunst und Motosport“, freut sich Maximilian Schöberl, Bereichsleiter BMW Group Konzernkommunikation und Politik. „Die vierzigjährige Geschichte unserer rollenden Skulpturen ist so einzigartig wie die Künstler, die sie gestaltet haben. Die BMW Art Cars sind essentieller Bestandteil und DNA unseres weltweiten kulturellen Engagements.“

Den Auftakt der Feierlichkeiten zum Jubiläumsjahr gaben Ausstellungen in Hong Kong, im Centre Pompidou, im BMW Museum sowie anlässlich des Concorso d'Eleganza am Comer See, wo die vier ersten BMW Art Cars von Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein und Andy Warhol sowie der M3 GT2 von Jeff Koons gezeigt wurden. Im Laufe von 2015 sind weitere Präsentationen in New York, Miami und Shanghai geplant.

Das gesamthafte Bildmaterial zu den BMW Art Cars erhalten Sie im BMW Pressclub unter: https://www.press.bmwgroup.com/deutschland/photoTeaserList.html?left_menu_item=node_9537

Videomaterial finden Sie unter:

https://www.press.bmwgroup.com/deutschland/tvFootageTeaserList.html?left_menu_item=node_9537

So international die bisherigen siebzehn Künstler sind, die seit 1975 Fahrzeuge für BMW gestaltet haben, so global ist das Interesse an den „rollenden Skulpturen“. Das BMW Museum in München als Heimat der BMW Art Cars präsentiert einige Exemplare in der ständigen Sammlung. Die restlichen BMW Art Cars reisen um den Globus – von Kunstmessen in Los Angeles, London und Hong Kong bis hin zu Ausstellungen im Louvre, im Guggenheim oder im Museum of Contemporary Art Shanghai.

Viele der bisher gestalteten Fahrzeuge bewährten sich nicht nur in Museen, sondern zuvor auch auf der Rennstrecke: Alexander Calder (BMW 3.0 CSL, 1975), Frank Stella (BMW 3.0 CSL, 1976), Roy Lichtenstein (BMW 320 Gruppe 5, 1977), Andy Warhol (BMW M1

Presse-Information

Datum 26. Mai 2015
Thema BMW feiert 40jähriges Jubiläum der BMW Art Cars
Seite 2

Gruppe 4, 1979), Ernst Fuchs (BMW 635CSi, 1982), Robert Rauschenberg (BMW 635CSi, 1986), Michael Jagamara Nelson (BMW M3 Gruppe A, 1989), Ken Done (BMW M3 Gruppe A, 1989), Matazo Kayama (BMW 535i, 1990), César Manrique (BMW 730i, 1990), A. R. Penck (BMW Z1, 1991), Esther Mahlangu (BMW 525i, 1991), Sandro Chia (BMW M3 GTR, 1992), David Hockney (BMW 850CSi, 1995), Jenny Holzer (BMW V12 LMR, 1999), Ólafur Elíasson (BMW H2R, 2007) und Jeff Koons (BMW M3 GT2, 2010).

Um das 40-jährige Jubiläum der rollenden Skulpturen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, kommuniziert die BMW Group das Thema auch auf ihren Social Media Kanälen. Interessierte Nutzer werden dazu aufgerufen, unter dem Hashtag **#BMWArtCar** ihre eigenen Ideen zu ‚Art of the Car‘ („Kunst am Auto“) zu teilen.

2014 erschien im Hatje Cantz Verlag außerdem die erste umfassende Publikation zur BMW Art Car Collection. Auf 200 Seiten bietet das reich bebilderte Buch einen Überblick über die Geschichte der seit 1975 bestehenden Automobilsammlung und stellt in Porträts und Interviews die Motive und Herangehensweisen der einzelnen Künstler dar.

Weitere Informationen zur BMW Art Car Publikation finden Sie unter:

<http://www.hatjecantz.de/bmw-art-cars-5319-0.html>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753

Leonie Laskowski
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-45382

Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an das BMW Group Kulturengagement:
Telefon: +49 (0)151-601-51468

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

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

Presse-Information

Datum 26. Mai 2015
Thema BMW feiert 40jähriges Jubiläum der BMW Art Cars
Seite 3

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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>