

Presse-Information
4. Juli 2016

Maurizio Cattelan gestaltet kein BMW Art Car noch schafft er „Kunst“ Welt premiere seines BMW i3 in Arles

Arles/München. Als langjähriger Partner von Rencontres d'Arles verkündet BMW anlässlich der Eröffnung des diesjährigen Fotofestivals (4. Juli bis 25. September) eine Kooperation mit „Toilet Paper“ – der Avantgarde-Bilderpublikation und Marke von Maurizio Cattelan und Fotograf Pierpaolo Ferrari – zur Gestaltung eines BMW i3 „Spaghetti Autos“.

Um Missverständnisse im Vorfeld auszuräumen: das Fahrzeug von Maurizio Cattelan ist keinesfalls Teil der offiziellen BMW Art Car Collection, auf Wunsch des Künstlers wird dessen Design nach dem Festival wieder abgenommen. Die Nachfolge von Jeff Koons und seinem BMW Art Car aus dem Jahr 2010 treten momentan die US-Legende John Baldessari sowie die junge Pekinger Multimedia-Künstlerin Cao Fei mit der Gestaltung je eines M6 GT3 an. Diese „rollenden Skulpturen“ feiern Ende 2016 und Anfang 2017 Welt premiere und müssen sich dann im Anschluss auf der Rennstrecke beweisen.

Maurizio Cattelan, der sich nach seiner Retrospektive im Solomon R. Guggenheim Museum in New York 2011 offiziell von der „Kunst“ zurückgezogen hat, gestaltete dennoch erst kürzlich eine Toilette aus purem Gold für die Institution an der New Yorker Upper East Side. Trotz seines vermeintlichen Ausstiegs aus der Kunstwelt stiegen Cattelans Auktionsergebnisse dieses Jahr auf über 15 Millionen Dollar, weswegen abzuwarten bleibt, wie lange er seinem Vorsatz treu bleiben wird, keine „Kunst“ mehr zu schaffen.

Cattelan äußerte sich wie folgt zu seinem „Spaghetti Auto“:

“★★★★★”

„Das ist bei Weitem das beste Spaghetti-Auto, das ich jemals probiert habe! Die ganzen Jahre der Perfektionierung zahlen sich definitiv aus! Absolut fantastisch!“

„Seit ich vor 37 Jahren mit dem Kochen begonnen habe, versuche ich erfolglos, eine gute Spaghetti-Sauce hinzubekommen.“

Serge Naudin, Präsident von BMW Frankreich, ist von der Zusammenarbeit ebenfalls begeistert: „Das langfristige Kulturengagement von BMW Frankreich fokussiert sich auf die Fotografie, weswegen wir Bewunderer von Maurizio Cattelan sind. Was seine „Kunst“ angeht, lieben wir alles, was er tut – genauso wie wir es lieben, wenn er absolut nichts tut.“

Das „Spaghetti Auto“ ist eine mobile Installation im Rahmen der Ausstellung „Hors Cadre / Out of context“ von „Toilet Paper“, die während des Festivals den öffentlichen Raum in Arles mit übergroßen Wandgemälden und Liegestühlen bespielt. Der BMW i3 wurde 2014 als Teil von BMW i eingeführt, eine Marke der BMW Group, die für visionäre Fahrzeugkonzepte und Technologien, vernetzte Mobilitätsdienstleistungen sowie ein neues Verständnis von Premium steht, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. Nachdem BMW bereits 2006 mit Maurizio Cattelan für die von ihm co-kuratierte Ausgabe der Berlin Biennale zusammengearbeitet hat, wurde ihm 2016 ein BMW i3



Datum 4. Juli 2016

Thema Maurizio Cattelan gestaltet kein BMW Art Car noch schafft er „Kunst“

Seite 2

anvertraut. Bereits seit 2010 ist BMW Frankreich Partner von „Les Rencontres d'Arles“ und gibt in diesem Jahr den nächsten Preisträger für das Résidence BMW Stipendium bekannt, das in Kooperation mit dem Musée Nicéphore Niépce verliehen wird. Die letzjährige Stipendiatin, Alinka Echeverría, zeigt ihre Arbeiten sowohl in Arles in der Commanderie Sainte Luce, als auch im Grand Palais in Paris während der Paris Photo im November 2016.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

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

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

Das 18. und 19. BMW Art Car von Cao Fei und John Baldessari.

Im Juni 2016 präsentierte die BMW Group im Rahmen eines Art Talks mit Karim Habib, Leiter Design BMW Automobile, anlässlich der Art Basel erste Konzepte für die nächsten beiden BMW Art Cars. Die chinesische Künstlerin Cao Fei (*1978) und der amerikanische Meister der Konzeptkunst John Baldessari (*1931) geben Einblicke in den Designprozess und ihre konzeptionellen Ideen für das 18. und 19. BMW Art Car. Beide Künstler arbeiten mit dem BMW M6 GT3 als Rennmodell. Mit ihren Visionen reihen sich Cao Fei und John Baldessari in die Riege namhafter Künstler wie Alexander Calder, Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Robert Rauschenberg, David Hockney und Jeff Koons ein.

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit fast 50 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, in klassischer Musik und Jazz sowie 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, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann und Architektin Zaha Hadid mit BMW zusammengearbeitet. Aktuell gestalten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die nächsten beiden Fahrzeuge für die BMW Art Car Collection. Neben eigenen Formaten, wie BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten in Berlin, München und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester und Opernhäuser auf der ganzen Welt. 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

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870/>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 Mitarbeiterinnen und



Datum 4. Juli 2016

Thema Maurizio Cattelan gestaltet kein BMW Art Car noch schafft er „Kunst“

Seite 3

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>