

Presse-Information
21. April 2017

BMW Group Japan und KYOTOGRAPHIE. Ausstellung von Andy Warhols BMW Art Car in Schloss Nijo und bei der BMW Group Tokyo Bay.

Kyoto. Mit der langfristigen Zusammenarbeit mit KYOTOGRAPHIE, Kyotos Festival für internationale Fotografie, stellt die BMW Group Japan ein weiteres Mal ihre fortlaufende Unterstützung von Kulturprojekten im Rahmen des Kulturengagements unter Beweis. Das Ziel der BMW Group Japan, in Zusammenarbeit mit KYOTOGRAPHIE als Hauptpartner, ist das Interesse an japanischer Kunst und Kultur zu fördern und dabei nachhaltige Mobilitätslösungen in Kyoto und ganz Japan zu unterstützen. Unter dem Motto „LOVE“ wird das fünfjährige Bestehen der KYOTOGRAPHIE im April mit einer Fülle von Künstlern und Sammlungen aus aller Welt gefeiert.

In diesem Jahr arbeitet BMW gemeinsam mit KYOTOGRAPHIE an der ersten posthumen Retrospektive von Arnold Newman in Japan. Als Meister der Portraitfotografie ist Newman für seine Aufnahmen von Stars wie Marilyn Monroe, Pablo Picasso und Igor Stravinsky sowie die einiger BMW Art Car Künstler bekannt. Seit 1975 beauftragt BMW im Rahmen des Kulturengagements Künstler aus aller Welt damit, BMW Art Cars zu gestalten. Das wohl berühmteste unter ihnen ist das BMW Art Car Nr. 4, ein von Andy Warhol bemalter BMW M1, eine Ikone der Popkultur und ein weiteres Motiv von Arnold Newman. Eben dieses BMW Art Car sowie Newmans Portrait von Andy Warhol werden derzeit bei der KYOTOGRAPHIE-Ausstellung im Weltkulturerbe Schloss Nijo gezeigt.

Darüber hinaus wird der bekannte, komplett elektrische BMW i3 ausgestellt, der von „Toilet Paper“, einer avantgardistischen Publikation und Marke vom italienischen Künstler Maurizio Cattelan und Fotografen Pierpaolo Ferrari, umhüllt ist. Diese Reproduktion des originalen „Spaghetti Car“ von Cattelan wird in Japan nur für kurze Zeit zu sehen sein. Während der einmonatigen Veranstaltung werden außerdem mit einer BMW i3-Flotte ein kostenfreier Shuttleservice sowie Carsharing-Fahrzeuge angeboten.

Der Stadt Kyoto wurde als Mitveranstalter der KYOTOGRAPHIE ebenfalls ein BMW i3 zur Verfügung gestellt. Der Präsident und CEO der BMW Group Japan, Peter Kronschnabl, übergab den Wagen als Symbol für die Harmonie zwischen der Stadt und BMW und für die gemeinsamen Ziele Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung höchstpersönlich an Kyotos Bürgermeister Daisaku Kadokawa.

Mit Blick auf die Zusammenarbeit sagte Kronschnabl: „Jedem ist Kyoto als Ursprungsort für das Kyoto-Protokoll ein Begriff. Und wie BMW ist auch die Stadt bekannt für ihre Kultur und Nachhaltigkeit, für Tradition und Innovation. Wir sind stolz darauf, KYOTOGRAPHIE zu unterstützen, und es ist uns eine Ehre, dass die Stadt Kyoto unseren BMW i3, das einzige Auto weltweit, das zu 95 % aus Recycling-Material besteht, hier einsetzen wird.“

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 20067

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum 21. April 2017
Thema BMW Group Japan und KYOTOGRAPHIE.
Seite 2

Das vierwöchige internationale Festival für Fotografie KYOTOGRAPHIE findet alljährlich während der touristischen Hochsaison im Frühjahr in Kyoto statt. In seiner Ausrichtung ist es in Asien einzigartig – Ausstellungen werden über die gesamte Stadt verteilt gezeigt, wobei sie an unterschiedlichen Orten, mal traditionell mal zeitgenössisch, inszeniert werden. So entstehen aus den Ausstellungen und Veranstaltungen neue Möglichkeiten und eine Zusammenkunft Menschen ganz unterschiedlichen Alters, Kultur und Herkunft. Mittlerweile gehört das Festival zu den führenden Fotografie-Events weltweit und hat seit dem Jahr 2013 rund 250.000 Besucher aus Japan und aller Welt angelockt.

Zum krönenden Abschluss der KYOTOGRAPHIE 2017 und um das Festival den Tokioer Kunstfreunden näher zu bringen, findet bei der BMW Group Tokyo Bay, der neuen Markenerlebniswelt im Herzen von Tokios Stadtviertel Odaiba, eine Sonderausstellung statt. Zusätzlich zu einer Vielzahl an Kundenveranstaltungen wird am 31. Mai im Rahmen der „BMW Art Beat Week“ eine besondere Finissage abgehalten werden. Darüber hinaus gibt es einen Ableger der Ausstellung „Arnold Newman by BMW“, in der ausgewählte Werke des gefeierten Fotografen, darunter auch sein Portrait von Andy Warhol, zu sehen sind. Besucher bekommen außerdem die seltene Gelegenheit, das von Andy Warhol gestaltete BMW Art Car persönlich in Augenschein zu nehmen und Filmmaterial von dessen Erschaffung zu erleben. Der Wagen gilt weithin als das eines der teuersten Autos der Welt und wurde vom Künstler in weniger als einer halben Stunde malerisch gestaltet, bevor es beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans 1979 den zweiten Platz seiner Klasse gewann.

Die mitten im Herzen Tokios liegende BMW Group Tokyo Bay umfasst zwei Ausstellungsräume, in denen die umfangreiche Kollektion neuester BMW und MINI Modelle gezeigt werden. Die innovative Anlage erstreckt sich über einen kompletten Block der Stadt, wobei ein BMW M-Testfahrgelände, ein wunderschönes Café, ein Konferenzzentrum, eine Werkstatt und ein Lifestyle-Shop dazu gehören. Um BMWs echte „Freude am Fahren“ zu erleben, können Besucher eine virtuelle Probefahrt mit dem BMW i3 machen oder eines der rund 100 verschiedenen Modelle direkt auf der Straße testen.

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

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



Presse-Information

Datum 21. April 2017
Thema BMW Group Japan und KYOTOGRAPHIE.
Seite 3

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 Kulturrengagement 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 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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>