Presse-Information
April 16, 2018

BMW und Artsy geben internationale Hauptpartnerschaft bekannt.

Kurzfilmreihe mit Trevor Paglen, Elizabeth Diller und Marcel Dzama zum Auftakt präsentiert.

München/New York. BMW und Artsy wollen ab sofort auch gemeinsam weltweit Kunst fördern. Den Auftakt ihrer Partnerschaft bildet die Kurzfilmreihe **The Future of Art**. In jedem der Filme, dessen erster 2017 veröffentlicht wurde, spricht ein Meinungsbildner aus der Kunstwelt über die Zukunft der Kunstproduktion sowie Innovation in der Kunst. In den ersten beiden Filmen stellten Trevor Paglen und Elizabeth Diller ihre Gedanken vor. Der dritte Kurzfilm mit Marcel Dzama setzt die Reihe fort und ist seit heute online zu sehen. Zusätzlich zu den Kurzfilmen planen BMW und Artsy die Entwicklung weiterer digitaler Plattformen.

Als Pionier im Bereich technologischer Innovation und als Vorreiter digitaler Entwicklungen, trifft BMW mit Artsy auf den passenden Partner im Bereich der Kultur. Seit fast 50 Jahren engagiert sich die BMW Group mit hunderten Kulturprojekten weltweit. Von nun an verbinden Artsy und BMW Know-How und Netzwerke, um gemeinsam sinnhafte Formate für die zeitgenössische Kunst zu entwickeln.

Wie sieht die Zukunft der Kunst aus? Wie wird sich die Rolle der Kunst in einer zunehmend digitalisierten, globalisierten und von Bildern überfluteten Welt verändern? Sowohl The Future of Art als auch zukünftige Kooperationen werden sich diesen Fragen widmen. Mit dem aktuellen Projekt, das in jedem einzelnen Film die einzigartige Vision eines Kunstschaffenden präsentiert, untersucht Artsy, wie sich Kunstproduktion zukünftig verändern wird. In einem Zeitalter der schnellen technologischen Veränderung, ist die Frage nach der Zukunftsfähigkeit tradierten Methoden stets allgegenwärtig - so diskutieren der Künstler Trevor Paglen, die Architektin Elizabeth Diller sowie der Maler, Zeichner und Filmemacher Marcel Dzama mögliche Wirkungsweisen neuer Werke – angefangen von Zeichnungen bis hin zu bahnbrechenden Gebäuden.

Sebastian Cwilich, Mitgründer, Präsident und COO Artsy:
„Es gibt eine ganz natürliche Synergie von Artsy und BMW. Als Vorreiter im Bereich Technologie und Design sowie als langjähriger Förderer der Kunst, ist BMW der perfekte Partner für Artsy, wenn es darum geht, die Debatte über Kunst und Kultur weiter voranzutreiben. Gemeinsam werden wir Geschichten kreativer Visionäre zum Leben erwecken. Wir freuen uns auf die Partnerschaft und all die kommenden Projekte und Innovationen an der Schnittstelle von Kunst und Technologie."

Jörg Reimann, Leiter BMW International Brand Experience: „Wir erachten es in unserer Kooperation mit Artsy für essentiell, Innovation und Ästhetik gemeinsam zu stärken und so einzigartige wie umfassende Erlebnisse zu schaffen. Als kultivierte Marke ist es unser Ziel, durch die langfristige Partnerschaft mit Artsy eine sinnhafte Verbindung mit einer der originellsten, digitalen Plattformen in der Kunst einzugehen."

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 20067

Internet
www.bmwgroup.com

Trevor Paglen
Obwohl innovative Technologie im Mittelpunkt von Trevor Paglens künstlerischem Schaffen steht, glaubt er, dass die Zukunft der Kunst fest in den Formen ihrer Vergangenheit verankert bleiben wird. In Zusammenarbeit mit dem Nevada Museum for Art entwickelte Paglen den „Orbital Reflector", eine Satelliten-Darstellung, die von der Erde aus zu sehen ist, und die die Beziehung zwischen Mensch und Umwelt fördern soll.

Elizabeth Diller
Die Grenzen überschreitende Architektin ist mit ihrem interdisziplinären Designstudio Diller Scofidio&Renfro für bahnbrechende Projekte bekannt, in denen sie unkonventionelle Materialien wiederverwendet und mit dem Raum spielt. Im zweiten Kurzfilm von The Future of Art wird Dillers Vision einer Zukunft der Kunst vorgestellt. So denkt Diller darüber nach, wie Gebäude mithilfe von Design zeitlos werden, aber dabei die stete Weiterentwicklung und Kunstformen berücksichtigen.

Marcel Dzama
Der Maler, Zeichner und Filmemacher Marcel Dzama ist für seine fantastischen, vom Surrealismus beeinflussten Zeichnungen von Hybridcharakteren in Tinte und Aquarell bekannt. In seinem skurrilen Studio in Brooklyn beschreibt Dzama die Spannungen zwischen den Künstlern, die neue Technologien in ihrem Schaffen akzeptieren, und denen, die sie ablehnen. Des Weiteren spricht er von seinem Wunsch nach Entschleunigung in einer Zeit, in der sich die Menschheit immer schneller und mit immer mehr Informationen konfrontiert sieht.

Artsy ist eine globale Plattform zum Sammeln und Entdecken von Kunst. Artsy ist Partner führender Museen, Galerien, Auktionshäusern und Kunstmessen, um so den weltweit größten Marktplatz für Kunst zu schaffen. Artsys Technologie fördert das Wachstum des gesamten Kunstmarkts, indem Angebot und Nachfrage global miteinander vernetzt werden. Mit mehr als 2.500 Partnern aus über 90 Ländern sowie der meistgelesenen Online-Publikation ermöglicht Artsy einem internationalen Publikum, über Kunst zu lernen, sie zu entdecken und zu sammeln. Artsy wurde im Jahr 2012 mit Hauptsitz in New York gegründet. Darüber hinaus ist Artsy mit weiteren Büros in London, Berlin, Hongkong und Los Angeles vertreten.

Die Kurzfilmreihe **The Future of Art** und weitere Informationen finden Sie unter:
https://www.artsy.net/series/artsy-editors-future-art

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Prof. Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753

Stefanie Jennes
BMWGroup Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24418

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

Pressekontakt Artsy:
Anna Carey
Anna@artsy.net
Media Relations

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. In den letzten beiden Jahren gestalteten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die beiden Neuzugänge der 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: https://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, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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