

Presse-Information
20. Mai 2019

Der BMW i8 als Automobilskulptur: Ein künstlerisches Experiment von Thomas Scheibitz. Premiere im Berliner Atelier des Künstlers.

Berlin. Der international renommierte Maler und Bildhauer Thomas Scheibitz hat im Dialog mit seinem langjährigen guten Freund Bernd Heusinger dessen BMW i8 umgestaltet. Dabei handelt es sich weder um eine Auftragsarbeit für BMW noch um ein BMW Art Car, sondern um ein eigenständig initiiertes Form- und Farbexperiment. Die daraus entstandene Automobilskulptur wurde am 18. Mai in Scheibitz' Berliner Atelier erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt.

Für den 1968 in Radeberg bei Dresden geborenen Künstler spielen die Oberflächen und die Farbgebung seiner Skulpturen eine besondere Rolle. So müssen für ihn Linie, Kontur und Volumen innerhalb der "bekannten Größen der dinghaften Welt" bestehen. Industriedesign ist für Scheibitz großer Gegenpart und gleichermaßen Inspiration. Für den Künstler sind Sportwagen gestaltete Skulpturen, bewegte Ergebnisse der Synthese von Technik und Kreativität.

Über sein Experiment Automobilskulptur „Scheibitz x Haysinger“ sagt Thomas Scheibitz: „Inhaltliche Radikalität ist eine Frage der Form. Klassische skulpturale Fragen wie Blickachsen, Detailansichten, räumliche Standpunkte, Reliefcharakteristik, Symmetrie und aufgelöste Symmetrie sowie Illusion, sind für meine Gestaltung der Karosserie eines modernen Fahrzeugs der Ausgangspunkt gewesen.“

Thomas Scheibitz ist bekannt für das Schaffen neuer Zusammenhänge durch das Spiel mit Versatzstücken und Verweisen in oft leuchtend farbigen Gemälden und Skulpturen. Die Farbfassungen, die er Stilelementen gleich auf das Design des BMW i8 appliziert, fügen sich als Bildordnung konsequent in das offene Oeuvre des Künstlers ein. Wobei die Dynamik der Linienführung gleichsam mit der zukunftsweisenden Oberflächenform der Karosserie spielt. Scheibitz geht noch weiter, indem er die innovative Karbonstruktur des Fahrzeugs mit der Gewebestruktur einer klassischen Leinwand optisch in Dialog setzt. "Größte Präzision bei größter Offenheit" hat Scheibitz einmal über sein Werk gesagt, was auf die Gestaltung der Automobilskulptur gleichfalls zutrifft.

Als Ausgangspunkt seiner Überlegungen zur Automobilskulptur diente ein im Jahr 2017 entstandenes, kleinformatisches Gemälde von Thomas Scheibitz, von dem sich gescannte und vergrößerte Fragmente nun in unterschiedlichem Kontext auf der Oberfläche des BMW i8 wiederfinden.

Seinem Arbeitsprozess von Untersuchungen und Schichtungen entsprechend, setzt sich Scheibitz bereits seit einigen Jahren mit dem Hybrid-Sportwagen auseinander: 2016 schuf er die mit Vinylfarben bemalte Röhrenskulptur „Holy Motors“, ausgestellt im Heckfenster des BMW i8. Auch diese Arbeit entstand im freundschaftlichen Dialog mit Bernd Heusinger, Autor, Regisseur und Gründer der Agentur „Zum goldenen Hirschen“ sowie CEO der Hirschen Group.

Für Thomas Scheibitz, der seit 2018 an der Kunstakademie Düsseldorf als Professor lehrt, finden bildnerische Fragen zur Malerei und Skulptur gleichwertige Beachtung. Nach einer Werkschau im Kunstmuseum Bonn zeigte die Galerie Sprüth Magers 2018 mit

Presse-Information

Datum 18. Mai 2019

Thema Automobilskulptur BMW i8. Thomas Scheibitz gestaltet einen Sportwagen.

Seite 2

„The Hunter in the Snow“ zahlreiche Gemälde und Skulpturen des Künstlers in Los Angeles. Vom 11. September 2019 bis 31. Januar 2020 präsentiert die Nationalgalerie der Staatlichen Museen zu Berlin in einer Sonderausstellung des Museum Berggruen „Picasso/Scheibitz“ mit jeweils über 40 Werken der beiden Künstler.

Weitere Informationen zu Thomas Scheibitz und Bernd Heusinger finden Sie unter:

Thomas Scheibitz

www.thomasscheibitz.de; www.spruethmagers.com/artists/thomas_scheibitz

Bernd Heusinger

www.twitter.com/berndheusinger, www.hirschen-group.com

High-res Bildmaterial, Clips und Footage zum Download finden Sie im **BMW PressClub** (Suchbegriff: „Thomas Scheibitz“) unter: www.press.bmwgroup.com

Produktinformation:

BMW i8 Coupé: Kraftstoffverbrauch kombiniert 1,8 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 14,0 kWh/100 km; CO2-Emissionen kombiniert 42 g/km

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Prof. 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 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. 2016 und 2017 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, Moskau und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester, Jazzfestivals 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>

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Presse-Information

Datum 18. Mai 2019

Thema Automobilskulptur BMW i8. Thomas Scheibitz gestaltet einen Sportwagen.

Seite 3

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 2018 erzielte BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>