

Presse-Information  
22. Oktober 2019

## Vierzig Jahre Spielmotor München e.V.

### München und BMW feiern das Jubiläum der ältesten Public Private Partnerschaft Deutschlands im Kulturbereich.

**München.** Vor 40 Jahren gründeten die BMW AG und die Landeshauptstadt München, gemeinsam mit der Münchener Olympiapark GmbH, den Verein Spielmotor München e.V. mit dem Ziel, besondere kulturelle Aktivitäten zu fördern und zeitgenössische künstlerische Projekte zu ermöglichen. Unter diesem Dach entstanden die Münchner Biennale, das DANCE Festival sowie das Theaterfestival SPIELART, das in diesem Jahr zum 13. Mal veranstaltet wird.

„Der Verein SPIELMOTOR steht für Innovation, Qualität und Interkulturalität. Als Vorsitzender des Vereins und als Kulturreferent der Stadt München möchte ich das 40. Jubiläum nutzen, BMW meinen herzlichen Dank für die langjährige hervorragende Zusammenarbeit auszusprechen. Auch nach 40 Jahren funktioniert diese einmalige Public-Private-Partnership im Dienste der internationalen Kulturförderung in München immer noch vorbildlich und ich freue mich auf die nächsten Jahre gemeinsamer Arbeit.“ **Anton Biebl**, Vorstand Spielmotor München e.V. und Kulturreferent der Landeshauptstadt München.

„Der Verein Spielmotor München e.V., ist ein beispielgebendes Modell einer erfolgreichen und stabilen Public-Private-Partnership: Paritätische Finanzierung durch die Landeshauptstadt München und die BMW AG, bei voller inhaltlicher Freiheit des Vereins – das ist uns beim BMW Group Kulturengagement ein wichtiges Anliegen. Seine Weltöffnung und sein internationaler Ansatz zeichnen Spielmotor vom ersten Tag an aus.“ **Maximilian Schöberl**, BMW Group Generalbevollmächtigter und stellvertretender Vorstandsvorsitzender Spielmotor München e.V.

Vom 25. Oktober bis 09. November 2019 wird München erneut Schauplatz des von Spielmotor ausgerichteten, internationalen Theaterfestivals SPIELART. Das Festival findet seit 1995 alle zwei Jahre statt und steht für ungewöhnliche, zeitgenössische Theaterkunst. Über 200.000 Besucher haben die bisher über 1200 Vorstellungen besucht, die von über 460 Projekten gezeigt wurden.

Unter der Leitung von Sophie Becker und Tilmann Broszat zeigt SPIELART in diesem Jahr 49 Produktionen aus 28 Ländern an 15 Münchener Spielorten. Dabei können wir uns auf vier Uraufführungen, neun Europäische und elf Deutsche Erstaufführungen freuen. Der programmatische Schwerpunkt wird auf die Länder Mosambik, Nigeria, Namibia, Kenia, Demokratische Republik Kongo und Kamerun gelegt.

Seit 1979 engagiert sich die BMW Group in Zusammenarbeit mit der Stadt München für den Spielmotor München e.V., eine der ältesten Public Private Partnerships in Deutschland. Die Zusammenarbeit ist damit ein Projekt der ersten Stunde und ermöglicht unter anderem die Umsetzung dieses Festivals.

Nach 25 Jahren verlässt **Tilmann Broszat** SPIELART. Zu seinem Abschied kommen treue künstlerische Weggefährten, die schon seit den frühen Jahren dabei waren: Hinter dem Label Hygiene Heute verbergen sich Stefan Kaegi und Bernd Ernst, seinerzeit noch Studenten der Angewandten Theaterwissenschaft in Gießen.

## Presse-Information

Datum 22. Oktober 2019

Thema SPIELART 2019.

Die Stadt München und die BMW Group feiern das 40 jährige Bestehen von Spielmotor München e.V.

Seite 2

Alle Details zum SPIELART Programm 2019 unter [www.spielart.org](http://www.spielart.org).

Vorverkaufsbeginn 16.9.2019

Verkauf über München Ticket, Tel. 089 – 54818181 | [www.muenchenticket.de](http://www.muenchenticket.de)

Eintrittspreise 5 – 18 Euro | ermäßigt 5 – 9 Euro | freier Eintritt bei einigen Veranstaltungen

Festivalabo 10 Tickets für 100 Euro | ermäßigt 50 Euro

NEW FREQUENCIES-Abo 10 Tickets für 30 Euro | ermäßigt 20 Euro

U20-Festivalpass 6 Tickets für 20 Euro | nur für unter 20-jährige

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

Prof. Dr. Thomas Girst  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kulturengagement  
Telefon: +49 89 382 247 53  
E-Mail: [Thomas.Girst@bmwgroup.com](mailto:Thomas.Girst@bmwgroup.com)

Stefanie Jennes  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Kulturengagement  
Telefon: +49-89-382-30804  
E-Mail: [Stefanie.Jennes@bmw.de](mailto:Stefanie.Jennes@bmw.de)

[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Claudia Illi

**PRESSE**

SPIELART Festival 2019  
Telefon: 0175.97 47 975  
[presse@spielmotor.de](mailto:presse@spielmotor.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](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)

## Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

22. Oktober 2019

Thema

SPIELART 2019.

Die Stadt München und die BMW Group feiern das 40 jährige Bestehen von Spielmotor München e.V.

Seite

3

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture>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 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die 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](http://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/bmwgroup/>