

Presse-Information
17. Januar 2020

Die Zukunft erforschen: Mobilität und Sound im digitalen Zeitalter.

BMW ist offizieller Partner der DLD 2020 Konferenz in München.

München. Vom 18. bis 20. Januar kommen bei der DLD 2020 in München die einflussreichsten Meinungsbildner, Branchenführer, Start-ups und Digitalgiganten in München zum 16. Mal zusammen. Die DLD ist ein globales Medien- und Konferenznetzwerk für Innovation, Digitalisierung, Wissenschaft und Kultur. Unter #DLD20 werden mehr als 150 Referenten und 1000 Teilnehmer erwartet. Mit den beiden Foren „Relevanz schaffen - wie Marken in Zeiten von Volatilität und Unsicherheit Mehrwert schaffen“ und „Sound im digitalen Zeitalter: von der Oper der Zukunft zum Automobildesign“ inspiriert BMW den Dialog über alle Themen, die Auswirkungen auf unsere Zukunft haben. BMW ist offizieller Partner der DLD 2020 Konferenz in München.

„Relevanz schaffen - wie Marken in Zeiten von Volatilität und Unsicherheit Mehrwert schaffen“

DLD 2020 Konferenz in München, Sonntag, 19. Januar, 11:55 Uhr, Alte Kongresshalle, München

Bei der DLD-Konferenz 2020 in München wird **Margit Wennmachers**, Partnerin bei Andreessen Horowitz, gemeinsam mit **Jens Thiemer**, Senior Vice President Customer and Brand BMW, eine Podiumsdiskussion über Chancen und Herausforderungen der heutigen Marketingkommunikation führen. Der Titel dieses Vortrags lautet: „Relevanz schaffen – wie Marken in Zeiten von Volatilität und Unsicherheit Mehrwert schaffen“. Beide geben im Hinblick auf Themen wie die Modernisierung eines Markenerbes, den Umgang mit sich schnell ändernden Regelungen und Möglichkeiten, neue Generationen anzusprechen, einen Überblick über ihre tägliche Arbeit und die neuesten Trends im Bereich des modernen Marketings.

„Als offizieller Partner der DLD 2020 freuen wir uns sehr, im Laufe des Wochenendes an den Diskussionen und an den beiden Podiumsdiskussionen teilzunehmen. Die Marke BMW ist seit jeher von Innovation und der Suche nach neuen Möglichkeiten geprägt und gerade im digitalen Zeitalter wird dies noch wichtiger. Deshalb sind wir fest davon überzeugt, dass die DLD eine ideale Plattform für Anregungen und Gespräche mit herausragenden Vordenkern und Meinungsführern darstellt“, sagt **Jens Thiemer**, **Senior Vice President Customer and Brand BMW**.

„Sound im digitalen Zeitalter: von der Oper der Zukunft zum Automobildesign“

DLD 2020 Konferenz in München, Sonntag, 18. Januar, 18:00 Uhr, Alte Kongresshalle, München

Klänge sind allgegenwärtig und prägen entscheidend unser Weltverständnis - von Lärm über Musik bis hin zu Maschinengeräuschen. Welche Rolle wird der Sound bei der Entwicklung von Elektrofahrzeugen der Zukunft spielen? Wodurch wird das Sound-Design für Maschinen inspiriert und welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang die kanonisierte klassische Musik und die Oper in der heutigen technologischen Gesellschaft? Warum ist es wichtig, an dieser Kunstform festzuhalten und in einer von Algorithmen bestimmten Welt neue Zielgruppen anzusprechen?

Matthias Schulz, Intendant der Staatsoper Unter den Linden, wird mit dem BMW

Presse-Information

Datum 17. Januar 2020

Thema Die Zukunft erforschen: Mobilität und Sound im digitalen Zeitalter. BMW ist offizieller Partner der DLD 2020 Konferenz in München.

Seite 2

Sound-Designer, Musiker und Komponisten **Renzo Vitale** über die Oper der Zukunft und die neue Partnerschaft BMW Opera Next sprechen. In Kooperation mit dem Komponisten Hans Zimmer entwickelt Renzo Vitale den E-Sound für den BMW Vision M NEXT und BMW IconicSounds Electric. Der **Musiker Henrik Schwarz** wird Einblicke in die Weiterentwicklung der Oper und ihre Übertragung in das digitale Zeitalter geben.

„Das Sound-Design bietet uns völlig neue Möglichkeiten, positive Emotionen in unseren Fahrzeugen zu wecken, die wir auch als hochkomplexe performative Kunstinstallationen interpretieren. Unter dem Markennamen „BMW IconicSounds Electric“ wird ein visionäres Sound-Angebot für zukünftige BMW Elektrofahrzeuge geschaffen“, so **Renzo Vitale, BMW Sound Designer**.

Über BMW Opera Next

Die langjährige seit 2007 bestehende Kooperation zwischen der Staatsoper Unter den Linden und BMW wurde 2019 um eine neue Kooperation im Digitalbereich erweitert: Mit BMW OPERA NEXT werden die Möglichkeiten der Digitalisierung für neue Blickwinkel genutzt und eine leichtere Zugänglichkeit der Opernwelt für ein junges Publikum ermöglicht. Als Teil der Partnerschaft geht es nicht nur darum neue Perspektiven auf die Oper der Zukunft durch die Produktion von digitalem Content zu ermöglichen. Mit der Teilnahme an der DLD 2020 Konferenz in München wird ebenfalls Raum für inhaltliche Diskurse zu den Zukunftsthemen geschaffen.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://blog.staatsoper-berlin.de/kategorie/bmwoperanext/>

<https://www.press.bmwgroup.com/deutschland/article/detail/T0297066DE/bmw-opera-next-digitalpartnerschaft-zwischen-der-staatsoper-unter-den-linden-und-bmw-perspektivwechsel-und-neue-zugaenge-fuer-junge-zielgruppen>

<https://www.press.bmwgroup.com/deutschland/article/detail/T0302838DE/partnerschaft-fuer-den-sound-der-zukunft-hans-zimmer-wird-komponist-und-kurator-fuer-bmw-iconicsounds-electric>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Prof. Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49 (0)89 382 247 53
E-Mail: Thomas.Girst@bmwgroup.com

Christophe Koenig
Kommunikation Marke BMW und Marketing
Telefon: +49-89-382-56097
E-Mail: christophe.koenig@bmw.de

www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Presse-Information

Datum

17. Januar 2020

Thema

Die Zukunft erforschen: Mobilität und Sound im digitalen Zeitalter. BMW ist offizieller Partner der DLD 2020 Konferenz in München.

Seite

3

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. Im Rahmen des Rolls-Royce Art Programme „Muse“ kooperiert der Automobilhersteller für die Initiative „The Dream Commission“ mit zwei international renommierten Kunstinstitutionen. Gemeinsam mit der Fondation Beyeler und den Serpentine Galleries werden junge sowie etablierte Künstlerinnen und Künstler eingeladen, immersive, digitale Arbeiten zu schaffen. Die Nominierung und Auswahl verantworten namhafte Persönlichkeiten aus der internationalen Kunstwelt, wie Daniel Birnbaum, Hans Ulrich Obrist, Cao Fei und Theodora Vischer. 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

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 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.520.000 Automobilen und über 175.000 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/bmwgroup/>