



Presse-Information
29. Januar 2020

BMW meets FUTURA 2000: Drei exklusive Unikate und eine Limited Edition des BMW M2 Competition.

BMW M und der bekannte internationale zeitgenössische Künstler FUTURA 2000 präsentieren auf der Kunstmesse Frieze Los Angeles eine umfassende Zusammenarbeit.

München. Die BMW M GmbH stellt im Zuge der Weiterentwicklung von BMW Individual ihre neuste Kooperation vor: ein mehrstufiges Projekt mit dem bedeutenden internationalen zeitgenössischen Künstler FUTURA 2000. Die Partnerschaft beginnt auf der Kunstmesse Frieze Los Angeles 2020. Der für seine Farben, konzentrischen Formen und kinetischen Kompositionen bekannte FUTURA 2000 verleiht in dieser Zusammenarbeit drei exklusiven Einzelstücken des BMW M2 Competition (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,0 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 227 g/km) seinen ganz eigenen Look und gestaltet außerdem eine limitierte Edition des BMW M2 Competition, die ab Juni 2020 verfügbar sein wird. Seine Weltpremiere feiert einer der handbemalten BMW M2 by Futura vom 13. bis 16. Februar bei der zweiten Auflage der Frieze Los Angeles in den Paramount Pictures Studios in Hollywood.

Der als Leonard Hilton McGurr geborene FUTURA 2000 etablierte sich als Pionier, als Graffiti in den 1980er Jahren auf das formale Galerie-Ökosystem traf. Er wurde schnell für seine radikale Herangehensweise auf der Straße bekannt und führte die Abstraktion in eine vollständig auf Buchstaben basierende Disziplin ein. Er wurde Teil einer größeren Kunstbewegung, zu der Künstler wie Jean-Michel Basquiat, Keith Haring und Dondi White gehörten. Abgesehen von seiner jahrzehntelangen Karriere als zeitgenössischer Künstler feierte er große Erfolge als Werbegrafiker und arbeitete mit zahlreichen bekannten Marken zusammen.

Mit den einzigartigen BMW M2 by Futura und dem BMW M2 Edition Futura setzt die BMW M GmbH gleichermaßen Akzente im Bereich sportlicher High-Performance-Fahrzeuge und der Kunstszene.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 715/2007 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben beziehen sich auf ein Fahrzeug in Basisausstattung in Deutschland, die Spannbreiten berücksichtigen Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße und der optionalen Sonderausstattung und können sich während der Konfiguration verändern.

Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet. Bei diesen Fahrzeugen können für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 29. Januar 2020
Thema BMW meets FUTURA 2000: Drei exklusive Unikate und eine Limited Edition des BMW M2 Competition.
Seite 2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Martin Schleypen, Pressesprecher BMW M
Telefon: +49-89-382-37889
E-Mail: Martin.Schleypen@bmwgroup.com

Eckhard Wannieck, Leiter Produktkommunikation BMW
Tel: +49-89-382-28042
E-Mail: Eckhard.Wannieck@bmwgroup.com

Doris Fleischer, Pressesprecherin Kulturengagement
Telefon: +49-151-601-27806
E-Mail: Doris.Fleischer@bmw.de

Internet: 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. 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

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

BMW Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 29. Januar 2020

Thema BMW meets FUTURA 2000: Drei exklusive Unikate und eine Limited Edition des BMW M2 Competition.

Seite 3

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/>

Über FUTURA 2000

FUTURA 2000, geboren als Leonard Hilton McGurr, wurde zu einem Pionier, als Graffiti in den 1980er Jahren auf das formale Galerie-Ökosystem traf. Bekannt für seine radikale Herangehensweise auf der Straße, führte er die Abstraktion in eine vollständig auf Buchstaben basierende Disziplin ein. Seine Arbeit erregte in den 1980er Jahren Aufmerksamkeit, und er fand sich als Teil einer größeren Kunstbewegung wieder, zu der Künstler wie Jean-Michel Basquiat, Keith Haring und Dondi White gehörten. Als Autodidakt in der von ihm so genannten „U-Bahn-Schule“ wurde FUTURA 2000 wegen seiner Beherrschung von Farbe, konzentrischen Formen und kinetischer Komposition mit Kandinsky verglichen – und aufgrund seiner Progressivität und bekannten Dynamik mit seinen Freunden Basquiat, Kenny Scharf und Rammellzee.

Damals radikal, kann man seine Methodik heute über Jahrzehnte hinweg als etwas vollkommen Reines betrachten. Im Vergleich zu vielen Straßenkünstlern, die seit dem bahnbrechenden Moment im New York der 1980er Jahre hinzugekommen sind, zeichnet sich FUTURA 2000's Werk immer noch durch seine Subtilität, die Nutzung des weißen Raums und seine elementare Qualität aus. Durch sein Wissen und seine Fähigkeiten ist er seit mehr als 40 Jahren relevant, ohne dass es Anzeichen des Nachlassens gibt. Zudem erzielte er, aufgrund zahlreicher Kollaborationen mit einigen bekannten Marken, große Erfolge als Werbegrafiker.