Presse-Information
13. Februar 2020

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

Der bekannte internationale zeitgenössische Künstler FUTURA 2000 gestaltet für BMW M drei besondere Einzelstücke und entwirft eine limitierte Auflage des BMW M2 Competition.

München. BMW M als Bühne für zeitgenössische Kunst – im Zuge der Weiterentwicklung von BMW Individual stellt die BMW M GmbH ihre neueste Kooperation vor: ein mehrstufiges Projekt mit dem bedeutenden internationalen zeitgenössischen Künstler FUTURA 2000. Die Zusammenarbeit beginnt auf der Kunstmesse Frieze Los Angeles 2020, einem langjährigen Partner von BMW. Der für seine Farben, konzentrischen Formen und kinetischen Kompositionen bekannte FUTURA 2000 verleiht drei exklusiven Einzelstücken des BMW M2 Competition (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,0 l/100 km; CO_2-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 2000 vom 13. bis 16. Februar bei der zweiten Auflage der Frieze Los Angeles in den Paramount Pictures Studios in Hollywood.

„Der BMW M2 Competition ist dynamisch, extrovertiert und zu einem angenehmen Grad provokant. Es ist für mich eine große Ehre, diesem Fahrzeug noch ein wenig mehr Extravaganz verleihen zu dürfen“, sagt FUTURA 2000. Markus Flasch, CEO BMW M GmbH, ergänzt: „Wir sind sehr stolz darauf, einen international so renommierten Künstler wie FUTURA 2000 für die Kooperation gewonnen zu haben. Ich bin zutiefst beeindruckt, was FUTURA 2000 mit den drei Einzelstücken aus dem M2 Competition gemacht hat und freue mich auch schon auf die davon abgeleitete Edition für unsere Kunden. Mit seinem einzigartigen, konstruktiv-rebellischen Stil passt Futura perfekt zu einem jungen Wilden wie dem BMW M2 Competition.“

Die Unikate des BMW M2 by FUTURA 2000 wird der Künstler sowohl außen als auch innen umfassend umgestalten. Die limitierten Serienexemplare tragen ebenfalls seine einzigartige Handschrift. Die Dekorleisten an der Instrumententafel und der Mittelkonsole verfügen über ein spezielles und bei jedem Fahrzeug individuelles Futura 2000-Design. Die zweifarbigen M Sportsitze mit Leder Dakota in Schwarz und Elfenbein-Weiß tragen Kontrastnähte in Polar-Blau. Außerdem gehören ein

* bestimmte Teile sind individuell handbemalt, das finale Aussehen und Layout kann von den Bildern abweichen

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO2-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite wurden 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 Daten, die (auch) auf den CO2-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

M Sportlenkrad mit Alcantara-Bezug und grauer 12-Uhr-Markierung sowie spezielle Einstiegsleisten mit der laufenden Editions-Nummer der limitierten Auflage und einer Futura-Signatur zum Innenraumpaket. Außen sind die BMW M2 Edition designed by FUTURA 2000* an lackierten Flächen an Front- und Heckschürze sowie den Seitenschwellern zu erkennen. Dazu sind sie mit 19-Zoll-Leichtmetallrädern in Jetblack matt ausgerüstet.

Nach Frieze New York, Frieze London und Frieze Masters erweiterte 2019 Frieze Los Angeles den internationalen Kunstmessekalender und feierte damit die Stadt als international bedeutendes Kunstzentrum und -destination. Die jährliche Messe für zeitgenössische Kunst zeigt rund 70 in L.A. ansässige und internationale Galerien. Das begleitende Programm umfasst neben Podiumsdiskussionen auch Musikformate und Auftragsprojekte, die Künstler in enger Zusammenarbeit mit ausgewählten Kuratoren erschaffen. Die Kunstmesse findet unter der Leitung von Victoria Siddall, Director Frieze Fairs, und Bettina Korek, Director Frieze Los Angeles, statt.

Anlässlich der langjährigen Partnerschaft stellen BMW und Frieze ihr gemeinsames Format Frieze Music vor, das von Autor und Kurator Kevin McGarry und Hans Ulrich Obrist, Artistic Director, Serpentine Galleries London, in Zusammenarbeit mit NeueHouse kuratiert wird. Das Konzert mit Moses Sumney, Caroline Polachek, Zsela und DJ Uwuqi beginnt am Freitag, 14. Februar, um 21.00 Uhr im NeueHouse Hollywood.

Gemeinsam mit dem Soho House, lädt BMW i am Mittwoch, 12. Februar, zum Art Talk ein. Moderiert vom Autor Arty Nelson, werden der zeitgenössische Künstler FUTURA 2000 und der Rapper Lupe Fiasco über „Sights and Sounds“ sprechen. Wie immer bringt das gemeinsame Format die Themen Kunst, Innovation und Design zusammen. Im Anschluss an den Talk findet ein Empfang statt. Im Rahmen einer fortlaufenden Kooperation initiieren das Soho House und BMW i ein internationales Programm aus Events an verschiedenen Standorten des Soho House in der ganzen Welt.

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

* bestimmte Teile sind individuell handbemalt, das finale Aussehen und Layout kann von den Bildern abweichen

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, Dondi White und Rammellzee gehörten. Abgesehen von seiner jahrzehntelangen Karriere als zeitgenössischer Künstler feierte er große Erfolge als Werbegrafiker und arbeitete mit zahlreichen bekannten Marken zusammen.

Mit den drei von FUTURA 2000 gestalteten Unikaten und der limitierten BMW M2 Edition designed by Futura 2000* setzt die BMW M GmbH in der Kunstszene und im Bereich sportlicher High-Performance-Fahrzeuge gleichermaßen Akzente. Der BMW M2 Competition ist für die BMW M GmbH ein absolutes Erfolgsmodell. Der Hochleistungssportler der Premium-Kompaktklasse, der von einem doppelt aufgeladenen Sechszylinder-Reihenmotor mit M TwinPower Turbo Technologie und 302 kW (410 PS) angetrieben wird, war auch im Jahr 2019 das meistverkaufte BMW M Fahrzeug und das beliebteste Modell in seinem Segment. Bei der Leserwahl der „sportlichsten Autos 2019“ der Fachzeitung „sport auto“ setzte sich der BMW M2 Competition in der Kategorie „Coupés bis 75.000 Euro“ durch und holte sich mit 32,1 Prozent der Stimmen und einem deutlichen Vorsprung vor der Konkurrenz den „sport auto“ Award 2019.

* bestimmte Teile sind individuell handbemalt, das finale Aussehen und Layout kann von den Bildern abweichen

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO_2-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 CO_2-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-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.

Presse-Information

Datum 13. Februar 2020

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

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

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

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

Doris Fleischer, BMW Group Konzernkommunikation und Politik, Pressesprecherin Kulturengagement
Telefon: +49-151-601-27806
E-Mail: Doris.Fleischer@bmw.de

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

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 in seinem 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 eines Nachlassens gibt. Zudem erzielte er, aufgrund zahlreicher Kollaborationen mit einigen bekannten Marken, große Erfolge als Werbegrafiker.

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 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/