

**Digitales Veranstaltungsangebot der BMW Group anlässlich der
10. Munich Creative Business Week.**

- **10 Jahre MCBW: Die BMW Group als Kooperationspartner der ersten Stunde.**
- **Als Gründungsmitglied bietet die BMW Group ein spannendes Design-Dialogformat im FUTURE FORUM by BMW Welt mit hochrangigen Gästen aus Kunst & Design.**
- **Zu Gast: Takashi Kudo, Communication Director / Spokesperson des renommierten Künstlerkollektivs teamLab, Domagoj Dukec, Head of BMW Design, und Oliver Heilmer, Head of MINI Design.**

München. Die Munich Creative Business Week (MCBW) begeht dieses Jahr vom 6. bis 14. März ihr zehnjähriges Bestehen. Bereits seit der Gründung der MCBW im Jahr 2012 ist die BMW Group engagierter Kooperationspartner. Design gestaltet die Zukunft und verbindet – dies ist nicht nur das Leitthema der MCBW, sondern auch tief in der Kultur der BMW Group verankert. Als Münchens größter Arbeit- und Impulsgeber im Bereich Design mit internationalem Team hat der kreative Austausch mit der Öffentlichkeit und der Designszene einen hohen Stellenwert. Auch dieses Jahr lädt die BMW Group Fachpublikum und Interessierte zum Dialog ein: In drei digitalen Live-Sessions aus dem FUTURE FORUM by BMW Welt liegt der thematische Schwerpunkt auf der Zukunftsgestaltung durch Design.

Wie können wir unsere Zukunft mit Hilfe von Design und Kunst nachhaltig gestalten und welche Rolle spielen Innovation und Technologie dabei? Wie werden wir künftig mit unseren Mitmenschen interagieren und wie ermöglichen digitale Technologien ein neues immersives Erlebnis? Diesen Fragen geht das FUTURE FORUM by BMW Welt während der MCBW am 9., 10. und 11. März mit inspirierenden Gästen auf den Grund. Neben Domagoj Dukec, Head of BMW Design, und Oliver Heilmer, Head of MINI Design, wird das FUTURE FORUM einen weiteren ganz besonderen Gast begrüßen: Takashi Kudo, Communication Director / Spokesperson des renommierten internationalen Künstlerkollektivs teamLab.

Mit faszinierenden Licht- und Klanginstallationen begeistert teamLab weltweit Millionen Besucher, die selbst Teil der digitalen Ausstellungen werden und mit den projizierten Welten interagieren. Die interdisziplinäre Kunstgruppe bringt Experten aus verschiedenen Bereichen zusammen, darunter Programmierer, Ingenieure, Mathematiker und Architekten, und hat es sich zum Ziel gesetzt, die Grenzen zwischen Kunst, Wissenschaft, Technologie und Kreativität zu überschreiten. Am 9. März wird es um teamLab's Kunstinstallationen gehen, am 10. März wiederum diskutieren Takashi Kudo und Domagoj Dukec darüber, welche Rolle Kunst und Design für eine bessere Zukunft spielen. In der dritten Veranstaltung am 11. März ermöglicht Oliver Heilmer zudem exklusive Einblicke in das ganzheitlich gedachte Raumkonzept MINI Vision Urbanaut, das die Mobilität um die Dimension der Immobilität neu denkt. Wo die Grenzen zwischen Beruf und Freizeit, Natur und Architektur und zwischen analoger und digitaler Welt immer mehr verschwimmen, eröffnet MINI mit dieser Raumvision neue Perspektiven.

Seit Oktober 2019 ist das FUTURE FORUM by BMW Welt die innovative Plattform, die Experten verschiedener Disziplinen und Macher mit Innovationsgeist dazu einlädt, ihre Visionen der Zukunft zu teilen. Sie ist Inspirationsgeber und fördert aktiv den Dialog zu allen Zukunftsthemen. In einer eigenen (digitalen) Eventserie widmet sich das

FUTURE FORUM by BMW Welt ganzjährig dem Thema Nachhaltigkeit in allen Dimensionen. Ganz nach dem Motto: Explore the future. Get inspired. Join the conversation.

Verena Dauerer, Tech Editor und Senior Trend Researcher, führt durch die drei Veranstaltungen. Alle Livestreams der Events sind kostenlos auf der [Webseite des FUTURE FORUM](#) und auf dem [Facebook-Kanal von BMW Welt & BMW Museum](#) zu finden. Die Veranstaltungen am 9. und 10. März beginnen jeweils um 10 Uhr, der Talk am 11. März startet um 19:30 Uhr.

Die Veranstaltungen im Überblick:

09. März 2021: The Purpose of teamLab's Artwork.

Ermöglicht digitale Kunst eine positivere menschliche Beziehung zur Technologie? Wie kann Kunst diese Beziehung beeinflussen? Und prägen Technologien unser zukünftiges menschliches Verhalten? teamLab's immersive, digitale Installationen ermöglichen es ihren Besuchern, die physische Welt zu verlassen und in eine virtuelle, freiere Welt einzutreten. In dieser Veranstaltung nimmt Takashi Kudo, Communication Director / Spokesperson von teamLab, die Besucher mit auf eine Entdeckungsreise in die Kunst und Kreativität des Künstlerkollektivs.

10. März 2021: How does Technology influence Design & Arts?

Takashi Kudo und Domogoj Dukec (Head of BMW Design) legen in diesem Live-Talk ihre persönlichen Meinungen offen, wie Design und Kunst unsere Zukunft gestalten können. In beiden Bereichen ist Technologie mittlerweile mehr als nur ein Werkzeug geworden. Sie ist vielmehr ein Material, das es Künstlern und Designern ermöglicht, eine tiefere Verbindung zu Menschen und ein immersives Erlebnis zu schaffen.

11. März 2021: Urbanaut – MINI's Creative Space Concept.

Mit dem MINI Vision Urbanaut gibt MINI einen Ausblick auf die Mobilität der Zukunft. Der Urbanaut verkörpert ein futuristisches und nachhaltiges Konzept, das sich mit seinem vielseitig veränderbaren Innenraum an die individuellen Bedürfnisse des Nutzers anpasst. Die Designer gehen der Frage nach, was man in und um ein Fahrzeug erleben kann, wenn es gerade nicht fährt. Große Fenster und Türen, Komfortzonen, aber auch Erlebnisse aus Duft, Sound und Licht erweitern den analogen und digitalen Nutzungsspielraum des Fahrzeugs um ganz neue Dimensionen. In diesem Live-Talk gibt Oliver Heilmer, Head of MINI Design, Aufschluss darüber, wie MINI die Mobilität neu denkt und wie die Vision Urbanaut darauf ausgelegt ist, den privaten Bereich in den öffentlichen Raum zu erweitern.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH

Im Auftrag der BMW Welt

Unternehmenskommunikation

Datum Presse-Information
04. März 2021
Thema Digitales Veranstaltungsangebot der BMW Group anlässlich der 10. Munich Creative Business Week.
Seite 3

Stefanie Fredrich

E-Mail: bmw-welt@lhlk.de, Telefon: +49 89 720-187-17**BMW Group**

Sophie Seidenath, Pressesprecherin BMW Group Design

E-Mail: Sophie.Seidenath@bmwgroup.com, Tel: +49 89 382 27473

Eckhard Wannieck, Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation

E-Mail: Eckhard.Wannieck@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschlandE-Mail: presse@bmwgroup.com**BMW Welt. Das Herz aller Marken der BMW Group.**

Die BMW Welt begrüßt jährlich über 3 Millionen Besucher. Mit ihrer ikonischen Architektur ist sie das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie beliebte Eventlocations für über 400 externe Veranstaltungen im Jahr. Die verschiedenen Restaurants der BMW Welt bieten ein vielfältiges kulinarisches Angebot bis hin zur Sterne-Gastronomie. Kinder, Jugendliche und sogar die ganze Familie können im Junior Campus selbständig oder im Rahmen von spannenden Workshops die Stadt und die Mobilität der Zukunft erkunden.

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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

