

Presse-Information
25. May 2022

House of BMW in Mailand: BMW Group Design und Mike Meiré präsentieren anlässlich des Salone del Mobile „Tales from a Neo Collective Future“.

Zwischen dem 7. und 12. Juni wird das House of BMW in Mailand zum Zentrum für den Dialog zwischen Mensch, Kunst und Technik. +++ Anlässlich der Designmesse „Salone del Mobile“ kuratiert Designer und Künstler Mike Meiré ein Programm aus Installationen, Performances, Workshops und Gesprächsformaten. +++ Im Fokus: Verbundenheit, Digitalität und Zirkularität.

Mailand. Wie können wir angesichts der Herausforderungen unserer Zeit Technologien nach menschlichen Bedürfnissen gestalten? Das House of BMW liefert Antworten dazu. Angesiedelt im Herzen des Fashion District von Mailand, verwandelt sich der Dialogort des Unternehmens anlässlich des Salone del Mobile vom 7. bis 12. Juni in einen künstlerischen Experimentalraum, in dem es um Verbundenheit, Digitalisierung und Zirkularität geht.

„House of BMW: In residence Mike Meiré - Tales from a Neo Collective Future“ lautet der Titel des sechstägigen Programms, das aus Installationen, Performances, Workshops und Gesprächsformaten besteht. Künstlerischer Leiter ist Art Director, Designer, Kurator und Künstler Mike Meiré.

„Das House of BMW ist ein idealer Ort für dieses interdisziplinäre Projekt“, erklärt Massimiliano Di Silvestre, Präsident und CEO von BMW Italien. „Technologie, Design, Schönheit und Innovation treffen hier auf Nachhaltigkeit und Zirkularität. Im Zentrum steht dabei immer auch etwas, das wir in den vergangenen Jahren noch einmal ganz neu schätzen gelernt haben: die Bedeutung zwischenmenschlicher Beziehungen.“

Unter dem Thema „Tales from a Neo Collective Future“ reflektieren die Künstlerinnen und Künstler Botter, Claudia Rafael und Anna Deller-Yee den Zeitgeist. Sie setzen sich mit Chancen und Herausforderungen technologischer Entwicklungen auseinander, indem sie Strategien der Digitalisierung und Zirkularität interpretieren. So transformiert sich während des Salone del Mobile das House of BMW in einen offenen Möglichkeitsraum, in dem Künstler und Besucher

House of BMW in Mailand: BMW Group Design und Mike Meiré präsentieren anlässlich des Salone del Mobile „Tales from a Neo Collective Future“.

die Sphäre zwischen Wahrnehmung und Poesie, Faktischem und Fantastischem gemeinsam erforschen. „Kunst kann uns Designer inspirieren, um Innovation wirklich radikal zu denken. Design ist in gewisser Weise die Verbindung aus Kunst und Technik“, sagt Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design. „Der Salone del Mobile ist eine spannende Plattform, um diese Symbiose immer wieder neu zu entdecken.“

Die Neue Klasse steht für eine neue Haltung.

Die BMW Group ist Teil dieses Erfahrungsraums, ein Unternehmen im Wandel. Dieser Geist zeigt sich nicht zuletzt in der Studie BMW i Vision Circular. Der vollelektrische Viersitzer steht für das Vorhaben der BMW Group, der nachhaltigste Hersteller für individuelle Premium-Mobilität zu werden. Er ist der Startpunkt für eine vollkommen neue Haltung. Vom Beginn der Entwicklung an fließt die Kreislaufwirtschaft in das Design mit ein. Der BMW i Vision Circular ist kein finales Produkt, er ist eine Vision. Das verbindet ihn mit den Kunstwerken von „Tales from a Neo Collective Future“: Beides sind Blaupausen dessen, was sein könnte.

In kreativen Austausch mit Künstlern und ihren Werken treten.

In dieser Haltung finden das BMW Group Design, das House of BMW, Mike Meiré und die von ihm ausgewählten Künstlerinnen und Künstler zusammen. „Als Kollektiv aus Künstlern und Designern wollen wir mit den Möglichkeiten von heute und den Anforderungen an morgen einen Ort schaffen, der uns inspiriert, berührt und zum Träumen anregt“, so erklärt Mike Meiré. Zum Kollektiv gehören etwa Lisi Herrebrugh und Rushemy Botter, Gründer und Kreativdirektoren des Menswear-Labels BOTTER. Inspiriert von ihrer karibischen Heimat, spiegelt sich in ihrer Mode soziales Engagement und Umweltbewusstsein wider, das sich mit Kunst und Innovation verbindet. Claudia Rafael aus Berlin bringt in ihren digitalen Kunstwerken das menschliche Gesicht und die Möglichkeiten der Technik zusammen – durch die Verwendung von Filtern stellt sie bestehende Schönheitsstandards infrage. Anna Deller-Yee lebt und arbeitet sowohl in Deutschland als auch in Italien und bezeichnet sich selbst als „die Designerin, die zu viel malt“. Sie kombiniert visuelle und narrative Elemente aus Mode und Malerei. In ihren Arbeiten wird traditionelles Kunsthandwerk zum Werkzeug, mit dem sie ihre Wahrnehmung unserer Gesellschaft zum Ausdruck bringt.

House of BMW in Mailand: BMW Group Design und Mike Meiré präsentieren anlässlich des Salone del Mobile „Tales from a Neo Collective Future“.

Für BOTTER ist Zirkularität das zentrale Element ihrer Werke.

In Mailand arbeiten die beiden Kreativen mit einem recycelten Material, das auf der ganzen Welt zu finden ist: dem archetypischen Monobloc-Stuhl. Ursprünglich als Einwegartikel konzipiert, erheben sie dieses Massenprodukt zu einzigartigen, maßgeschneiderten Stücken: zu Objekten, deren Wahrnehmung durch eine neue Hülle verändert wird. Indem BOTTER jeden Stuhl als textile Skulptur umhüllt – ein Prozess des radikalen Upcyclings – spielt das Label nicht nur mit der konventionellen Ordnung von High und Low Culture, sondern fordert auch Produktionsmethoden heraus.

Die zweite Arbeit von BOTTER konzentriert sich auf die Entwicklung der Bewegung. Sie lädt ein, sich eine Alternative dazu vorzustellen, wie man Bewegung heute versteht. Die Skulptur erscheint als eine Art Kapsel – aus recyceltem Kunststoff. Inspiriert von einer Spielzeugverpackung umschließt ein großer transparenter Block den Abdruck einer lebensgroßen menschlichen Figur. Scheinbar aus einer anderen Dimension hervorgegangen, schlägt die Arbeit eine Alternative zum Vertrauten vor. In diesem Sinne schafft BOTTER eine Form dessen, was kommen könnte. Einen Raum, den wir mit unserer Vorstellungskraft füllen können.

Claudia Rafael hinterfragt die sozialen Potentiale technologischer Innovation.

Für „Tales from a Neo Collective Future“ erforscht sie die zutiefst menschlichen Fähigkeiten technologischer Innovation. Für die Dauer der Ausstellung sammelt die Künstlerin Bilder von Besuchern vor Ort. Indem sie diese Bilder durch ihre Technik der Augmented Reality-Filter abwandelt und sie zu einem ständig wachsenden Datensatz hinzufügt, erstellt die Künstlerin mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz ein übergreifendes Porträt aller Teilnehmer. Im Laufe der Zeit entsteht ein Bild, das alle Besucher von „Tales from a Neo Collective Future“ symbolisiert: Diese können die Gesichtsfiler-Erfassung interaktiv erleben, indem sie ihr Bild zu einem „kollektiven Porträt“ hinzufügen, das am Ende der Ausstellung entstehen wird. Während des gesamten Programms ist das sich entwickelnde Bild bereits in Echtzeit zu sehen. Dieses kollektive Bild veranschaulicht die Widersprüche der Digitalisierung: Anonymität und Intimität.

House of BMW in Mailand: BMW Group Design und Mike Meiré präsentieren anlässlich des Salone del Mobile „Tales from a Neo Collective Future“.

Durch menschliche Berührung bringt Anna Deller-Yee kollektive Momente hervor.

Anna Deller-Yee verwendet für „Tales from a Neo Collective Future“ die Metapher des SMELL OF RAIN. In einer figurativen Arbeit bringt die Künstlerin Malerei und Stickerei zusammen. Ein uraltes Wissen über das Handwerk wird zum Werkzeug, um ihre Wahrnehmung unserer Gesellschaft auszudrücken. Eine großformatige Collage aus vielfältigen Materialien wird Ausdruck dafür, wie menschliche Berührung kollektive Momente hervorbringt, insbesondere in digitalen Zeiten.

Ein vielseitiges Programm verwandelt das House of BMW zu einem Open House.

Dazu finden über die sechs Tage hinweg verschiedene Veranstaltungen, Performances und Designtalks mit Mike Meiré und Domagoj Dukec, Head of BMW Design, sowie den Künstlern aus dem Kollektiv statt. Als eindrucksvolles Beispiel für nachhaltige Produktion wird während der Ausstellungswoche der BMW i Vision Circular, die zirkuläre Vision des BMW Group Designs, live und ohne jeglichen Abfall mit einem 3D-Drucker als Miniaturausgabe gedruckt.

Bei der „Cooking Experience“ von Michelle Elie steht das kollektive Ritual im Mittelpunkt: das gemeinsame Element des Kochens und Essens. Hier greift auch Mike Meirés Installation „Lab to Market“: Das lebendige Chaos eines Marktes mit all seinen Aromen trifft auf die künstliche Ordnung eines Labors.

Das House of BMW zeigt die Werke der Kunstschaffenden vom 7. bis 12. Juni in der Via Verri 10 in Mailand: In residence Mike Meiré – Tales from a Neo Collective Future.

Aktuelle Informationen zum Programm finden sich [hier](#).

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Michaela Martinus, Spokesperson BMW Group Design
E-Mail: michaela.martinus@bmw.de, Telefon: +49-89-382-21163

House of BMW in Mailand: BMW Group Design und Mike Meiré präsentieren anlässlich des Salone del Mobile „Tales from a Neo Collective Future“.

Almut Stollberg, Head of Communication Innovation, Design, Technology, Digital Car
E-Mail: Almut.Stollberg@bmwgroup.com, Telefon: +49-89-382-96543

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

E-Mail: presse@bmwgroup.com

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 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <https://www.youtube.com/c/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>