

New Yorkban ünnepli tengerentúli premierjét a BMW i8 MemphisStyle dizájnkiadás

A 2017. május 5-7. között megrendezett Frieze New York művészeti kiállításra a BMW Group egy előkelő VIP járműflottával, a BMW i divízió és a Garage Italia Customs dizájnműhely közösen megálmodott MemphisStyle különkiadásával, a harmadik BMW Art Car modellel és két exkluzív tervező-művészeti beszélgetéssel készült.

Immáron hivatalosan is hatodik esztendejébe lépett a BMW Group és a Frieze New York művészeti kiállítás között gyümölcsöző kulturális együttműködés. A világ egyik legnagyobb kortárs művészeti kiállításaként számon tartott esemény idén május 5-7. között várja a látogatókat a Manhattan keleti oldalán fekvő Randall's Island Parkban. A bajor gyártó ezúttal is a BMW 7-es sorozat exkluzív VIP járműflottájával gondoskodik a kiállítás meghívott vendégeinek kényelméről, miközben az expón és a Soho House dísztermében két tervező-művészeti beszélgetést is életre hív. A Frieze New York látogatóit ráadásul a BMW Lounge komfortszoba is várja, ahol a tengerentúli érdeklődők először láthatják teljes életnagyságban a BMW i divízió és az olaszországi Garage Italia Customs dizájnműhely legújabb közös alkotását, a BMW i MemphisStyle dizájnkiadás BMW i8 plug-in hibrid modelljét.

A BMW i MemphisStyle névre keresztelt dizájnkiadás azon művészeti- és kulturális mozgalom előtt hajt fejet, amely az 1980-as évek elején induló Memphis Design Group lázadó stílusára épülve egyszersmind forradalmasította a dizájnművészet világát. A művészeti társulást 1981-ben hozta létre Ettore Sottsass olasz dizájn-építész azzal a céllal, hogy alkotásaikkal minden téren szembeszálljanak a funkcionalitás és a konvencionális eszköztár hagyományos sémáival. Munkáikat merész vonalvezetés, szokatlan anyaghasználat és újfajta mintázat jellemezte. A Memphis Design Group rendkívül provokatív stílusa az Art Deco művészeti irányzat látványos mozzanataiból és meglepő geometriai formáiból merített ihletet, amely a Pop Art irányzat élénk színhasználatával és az 1970-es évek minimalista látásmódjával keveredett.

A BMW i divízió és az olaszországi Garage Italia Customs dizájnműhely legújabb különkiadásában a ferde, a vízszintes és a függőleges vonalak váltakozása hipnotikus

mintázatok képében, élénk színekkel kel életre. Az éles felületek alkotta kontraszt a hagyományokkal szembeni lázadás és a merev szabványoktól való elrugaszkodás színtiszta kinyilatkozása. A különleges dizájnkidást a BMW i3 tisztán elektromos kisautó és a BMW i8 plug-in hibrid sportautó műszaki alapjaira álmodták meg a készítőik.

A modernkori megoldásokat jellemző irányelvek megkérdőjelezése, a forradalmi innovációk létrehozása és a járatlan utak felfedezése mentén a Memphis Design Group és a BMW i divízió nagyon hasonló alapelveket vall. 2017. május 4-én, a Frieze New York művészeti kiállítás előestéjén a bajor gyártó a BMW Lounge komfortszobában éppen ezért „A jó, a rossz és a csúf: a Memphis Design Group mérföldkövei” címmel hívta életre első művészeti beszélgetését. Az est során Dr. Thomas Girst, a BMW Group kulturális ügyekkel foglalkozó részlegének vezetője Carl Gustav Magnusson ipari formatervezővel a kreativitásban rejlő potenciál, a művészeti merészség és az innovációk okozta kihívások különleges egységéről beszélgetett, amely nem csupán a Memphis Design Group művészeti éveit, de az 1960-as években feltörő világhírű művész, Roy Lichtenstein munkáit is meghatározta. A populáris eszközöket képregény-stílusban forradalmasító festőt 1977-ben a bajor gyártó arra is felkérte, hogy készítse el a BMW Art Cars kollekció harmadik modelljét, amelyet idén május 5-7. között a rajongók a Frieze New York művészeti kiállítás BMW Lounge komfortszobájában teljes életnagyságban is megtekinthetnek.

A kiállítás előestéjén megrendezett művészeti beszélgetés után a BMW május 6-án, szombaton a Soho House dísztermében is tető alá hoz egy exkluzív beszélgetést. Dr. Thomas Girst ezúttal Daan Roosegarde holland művésszel és Jessica Lax-szel, a New York-i Van Alen Institute versenyigazgatójával beszélget a jövő meghatározó festészeti és formatervezési irányzatairól, „Utazás a jövőbe” címmel.

A földkerekség egyik legnagyobb kortárs művészeti kiállításaként a Frieze New York a világ több mint 200 legjelentősebb nemzetközi galériáját gyűjti csokorba. A BMW immáron 2004 óta a Frieze London művészeti kiállítás hivatalos autóiipari partnere, a hosszú távú együttműködés pedig 2012-ben a Frieze New York művészeti kiállítással megkötött partnerséggel bővült. A Frieze mellett a BMW megannyi nemzetközi művészeti kiállítással és vásárral ápol hosszú távú együttműködést, így többek között a Hongkongba, Miami-ba és Bazelbe is ellátogató Art Basel művészeti kiállítással, a berlini Gallery Weekend

művészeti kezdeményezéssel és a TEFAF Maastricht művészeti- és régiség-kiállítással is. A BMW Group ezen felül számos nemzetközileg elismert múzeum, így például a londoni Tate Modern autóipari partnere, miközben a független műgyűjtőket egyesítő Independent Collectors oldalán a „BMW Art Guide by Independent Collectors” című kiadványt is megjelentette. A bajor gyártó a fiatal és feltörekvő művészeket is átfogó támogatásáról biztosítja, olyan kezdeményezéseket létrehozva, mint a BMW Art Journey művészeti utazás és olyan elismeréseket pártfogolva, mint a berlini Nemzeti Galéria fiatal művészeket támogató díja.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group kultúra iránti elkötelezettségéről

A BMW Group kulturális együttműködései immáron több mint ötven esztendőre tekintenek vissza, a vállalatcsoport jelenleg száznál is több ilyen viszonyt ápol világszerte. A hosszú távú elkötelezettségek középpontjában a modern és kortárs művészetek, a jazz és a klasszikus zene, valamint az építészet és a dizájn állnak. Három nagyszabású festményét Gerhard Richter 1972-ben kifejezetten a BMW Group müncheni székházának előcsarnokába készítette el. Azóta Andy Warholtól kezdve, Jeff Koons-on, Daniel Barenboim-on és Jonas Kaufmannon keresztül egészen Zaha Hadidig számos művész dolgozott együtt a BMW-vel. 2016-ban és 2017-ben az amerikai legenda, John Baldessari és a kínai multimédia-művész, Cao Fei készítette / készíti el a BMW Art Cars kollekció újabb két guruló műalkotását. Az olyan társ-kezdeményezések mellett, mint a BMW Tate Live programsorozat, a BMW Art Journey művészeti utazás, illetve a Berlinben, Münchenben és Londonban is életre hívott „Mindenki operája” ingyenes művészeti est-sorozat („Opera for All”), a vállalatcsoport világszerte számos nagyhírű múzeummal, előkelő művészeti kiállítással, legendás komolyzenekarral és világhírű operaházzal ápol hosszú távú partnerséget. A vállalatcsoport teljes körű alkotói szabadságot biztosít minden olyan kulturális tevékenység során, amelyben részt vesz – ez éppen olyan létfontosságú az úttörő művészeti munkák megalkotása szempontjából, mint a sikeres üzleti élet főbb innovációi terén.

A BMW Group kultúra iránti elkötelezettségéről további információkat talál a www.bmwgroup.com/culture és a www.bmwgroup.com/culture/overview weboldalakon.

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870/>

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

A BMW Group

A BMW, a MINI és a Rolls-Royce márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 14 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

Vállalati kommunikáció

2016-ban a BMW Group hozzávetőlegesen 2,367 millió autót és közel 145 000 motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat mintegy 94,16 milliárd eurós összbevételevel a 2016-os pénzügyi évben mintegy 9,67 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2016. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 124 729 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

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

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

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>