

Vállalati kommunikáció

Sajtóinformáció
2021. február 11.

„A felelősségvállalás, akárcsak a megbízhatóság, a legnagyobb értékek egyike”

A BMW Group a kultúra iránti elkötelezettsége 50 éves történetét ünnepli.

Vörös. Sárga. Kék. Minden 1971-ben, Gerhard Richter három nagyméretű festményével kezdődött, a BMW első művészeti témájú megrendelésére. A bajor prémiumgyártó ma világszerte elkötelezett a kultúra iránt, miközben komolyan veszi társadalmi felelősségvállalását is. A vállalatcsoport az elmúlt évtizedek során száznál is több hosszú távú kulturális kezdeményezést indított el és vitt véghez, a **modern- és kortárs művészet**, a **klasszikus zene**, a **jazz** és a **hangzás**, valamint az **építészet** és a **formatervezés** területein.

„A gyors változások időszakában a felelősségvállalás, akárcsak a megbízhatóság, a legnagyobb értékek egyike. Ahogyan a kultúra is” - mondta **Ilka Horstmeier, a BMW AG**

igazgatótanácsának emberi erőforrásokért és munkakapcsolatokért felelős tagja.

„Hosszú távú partnerként világszerte, immár fél évszázada elkötelezettek vagyunk a kultúra iránt. Hisszük, hogy művészeti együttműködéseink társadalmi felelősségvállalásunk szerves részei, éppúgy a jelenben és a jövőben, ahogyan a múltban is. Mérhetetlen öröm számunkra, hogy a BMW Group olyan egyedülálló partnerségekre tekinthet vissza, amelyeket az elmúlt 50 évben kölcsönös megbecsülés mentén, a világ legismertebb kulturális intézményeivel és művészeivel épített fel” - tette hozzá.

A New York-i Solomon R. Guggenheim Múzeumtól a londoni Tate Modern galériáig, a párizsi Pompidou-palotától a berlini Neue Nationalgalerie modern művészeti múzeumig. A Berlini Állami Operaháztól és a milánói Teatro alla Scala operaháztól a Moszkvai Nagyszínházig. Az Art Basel művészeti kiállítástól a Frieze művészeti kiállításig és a Kochi-Muziris Biennáléig. A BMW Group-hoz hasonló, sikeres üzleti vállalkozások központi hangsúlyt fektetnek az **aktív vállalati jelenlétekre** és az **interkulturális párbeszédre**, a kulturális szcénában kiépített valódi partnerségeket így a **korlátlan alkotói szabadság**, a **fenntarthatóság** és a **hosszú távú** együttműködés fémjelzi. A közös élmények, a megtett utak és a megszerzett ismeretek e módon építő jellegű **interakcióvá** érnek, amely messze túlmutat az egyszerű pénzbeli szponzorációkon.

1971: Gerhard Richter megbízást kap három nagyméretű festményre

1971-ben a BMW Group három nagyméretű festmény elkészítésére kérte fel Gerhard Richter német művészt, a felkéréssel pedig kultúra iránti elkötelezettsége alapjait is lefektette.

Eberhard von Kuenheim, a BMW AG igazgatótanácsának akkori elnöke azt kérte a művésztől, hogy a vállalatcsoport újonnan épülő müncheni központjának előcsarnokába készítsen három festményt. A „Rot”, „Gelb” és „Blau” névre keresztelt munkák azóta is az 1973-ban megnyitott, Karl Schwanzer építész dicsérő, négy hengert formáló épület előcsarnokát díszítik.

1973 és 1974: rendszerbe áll a BMW Group dingolfingi gyára és kezdetét veszi a vállalatcsoport kiállításainak története

A BMW Group kultúra iránti elkötelezettségeit már a kezdetektől a munkatársakra való összpontosítás vezérelte. Az 1970-es évek elején rendszerbe állt a bajor prémiumgyártó dingolfingi gyára, a művészetekre fogékony kollégák körében pedig a térség egy csapásra közkedveltté vált, hiszen a vállalatcsoport számos kulturális intézménnyel karöltve kínált művészeti és kulturális programokat. A Münchentől északra található városban a BMW Group ezzel egy időben több helyszínén megnyitotta saját galériáit is, amelyeken munkatársai alkotásait állította ki. Bemutatta emellett „Az autó a kortárs művészetben” („The Automobile in Contemporary Art”) elnevezésű kiállítást is, amely Münchenben a Haus der Kunst múzeummal és a híres Alte Pinakothek szépművészeti múzeummal is gyümölcsöző együttműködéshez vezetett.

1975: megszületik a BMW Art Cars kollekciónak első darabja

Az első BMW Art Car ötlete a művészetek iránt rajongó francia autóversenyző, Hervé Poulain fejéből pattant ki, aki negyvenhat évvel ezelőtt felkérte művész barátját, Alexander Caldert, hogy formálja saját ízlésére versenyautóját. Jochen Neerpasch-csal, a BMW Motorsport akkori igazgatójával együttműködve született meg az első BMW Art Car, a minden ízében egyedi fényezésű BMW 3.0 CSL modell, amely a 24-órás Le Mans-i megmérettetésen egy csapásra a közönség kedvencévé vált. Azóta világszerte tizenkilenc művész alkotta meg saját guruló műalkotását, egy éppen aktuális BMW modell műszaki alapjaira. A BMW Art Cars kollekciónak alkotói között megtalálható Roy Lichtenstein (1977, BMW 320i), Andy Warhol (1979, BMW M1), Robert Rauschenberg (1986, BMW 635 CSi), Esther Mahlangu (1991, BMW 525i), David Hockney (1995, BMW 850 CSi), Jenny Holzer (1999, BMW V12 LMR), Ólafur Eliásson (2007, BMW H2R), Jeff Koons (2010, BMW M3 GT2), John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) és Cao Fei (2017, BMW M6 GT3) is. A guruló műalkotások kivétel nélkül a motorsport, a

formatervezés, a művészet és a technológia egyedülálló harmóniájának lélegzetelállító megtestesítői.

1979: Németország egyik első multiszférás kulturális együttműködése

München városával karöltve a BMW Group megalapította a Spielmotor München e.V. partnerséget, amely az egyik legrégebbi multiszférás kulturális együttműködés Németországban. A partnerség célja, hogy indukálja és tovább erősítse München kulturális központként betöltött szerepét a művészetek regionális és nemzetközi szegmensében. A Spielmotor München e.V. fokozatosan bővítette programsorozatát: 1988-ban a Münceni Biennálé, 1995-ben a SPIELART művészeti színház, 1998-ban pedig a DANCE kortárstánc-fesztivál csatlakozott a kezdeményezéshez.

Mérföldkövek és digitalizáció

Az elmúlt fél évszázad során a BMW Group kultúra iránti elkötelezettsége messze túlnőtt a világhírű művészek által megálmodott BMW Art Cars kollekción. A vállalatcsoport kulturális kezdeményezéseihez többek között olyan zenészek csatlakoztak, mint Daniel Barenboim és Anna Netrebko, aki a berlini Bebelplatz időszakos színpadán tízezreket varázsol el hangjával, vagy olyan fiatal művészek, mint Samson Young and Leelee Chan, akik saját művészeti stúdiójukat hagyták hátra egy világméretű inspirációért. Sok más partnerrel együttműködve a BMW Group eközben megannyi értékes kezdeményezést indított útnak, ilyen a BMW Guggenheim Laboratórium, a BMW Tate Live programsorozat, a BMW Open Work by Frieze, a BMW Welt Jazz Award, a BMW Art Guide by Independent Collectors, a BMW Art Journey művészeti utazás és a Berlinben, Münchenben, Moszkvában és Londonban is életre hívott „Opera for all” ingyenes művészeti est-sorozat. A Rolls-Royce Arts Programme művészeti sorozatnak és a MINI számos dizájn-együttműködésének köszönhetően a BMW Group összes márkája aktív szerepet vállal a kulturális életben. A müncheni központú vállalatcsoport ráadásul világszerte támogat vezető múzeumokat, művészeti vásárokat, zenekarokat, jazz fesztiválokat és operaházakat is. 2019 óta a Berlini Állami Operaházzal kiépített digitális partnersége, a BMW OPERA NEXT égisze alatt a BMW Group a digitalizációban rejlő lehetőségek kiaknázásával nyitja meg az opera világát és teszi minden korábbinál elérhetőbbé a magaskultúrát a fiatalabb közönség számára. Technológiai vállalatként a BMW Group minden területen kihasználja a digitális megoldások előnyeit, és mint ilyen, kultúra iránti elkötelezettségét a jövőben a digitális térbe is egyre inkább átemeli. Jól példázza ezt a moszkvai Modern Művészetek Garázmúzeumával kiépített Art/Tech Grant kezdeményezés, a Studio Drift csapatával égre

Vállalati kommunikáció

varázsolt, háromszáz világító drónnal megkomponált FRANCHISE FREEDOM repülő műalkotás, valamint az Artsy, az Acute Art és Cao Fei oldalán kiépített stratégiai együttműködés is. A kínai multimédia-művész okosalkalmazáson és kiterjesztett valóságon keresztül álmodta meg a BMW Art Cars kollekciónak tizennyolcadik modelljét.

**

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

AKTÍV VÁLLALATI JELENLÉT – Opera for all – Gerhard Richter
Kochi-Muziris Biennálé – BMW Art Cars – Berlini Biennálé
FENNTARTHATÓSÁG – Ólafur Eliasson – Art Basel- Max Hooper Schneider
BMW Art Journey – Art Dubai – INTERKULTURÁLIS PÁRBESZÉDEK
Tate Modern – BMW Welt Jazz Award – Paris Photo – Zaha Hadid
Premio de Pintura – HOSSZÚ ÉLET – BMW Open Work by Frieze
Jenny Holzer – Les Rencontres d'Arles – Leelee Chan
BMW Guggenheim Lab – PARTNERSEG – Artsy – Tefaf – Andy Warhol
Teatro alla Scala – Modern Művészetek Garázmúzeuma
ALKOTÓI SZABADSÁG – Art D'Égypte – Samson Young
Bajor Állami Operaház – Jeff Koons – Kyotographie – INTERAKCIO
BMW Art Guide by Independent Collectors – Cao Fei – BMW Classics
Oroszországi Bolshoi Állami Színház – Esther Mahlangu

Kultúra? Miért ne! A kultúra tudás és jártasság, a szépség és a mélység forrása, az ismeret és a béke szentélye. Inspiráló kiút a hétköznapiok nyüzsgéséből és rohanásából. Végtelen nyugalom, még ha olykor nyugtalanító is. Aktív vállalati jelenléte részeként a BMW Group komolyan veszi társadalmi felelősségvállalását, amelynek égisze alatt az elmúlt fél évszázadban több száz kulturális kezdeményezéshez csatlakozott a modern- és kortárs művészet, a klasszikus zene, a jazz és a hangzás, valamint az építészet és a formatervezés területén. Hosszú távú partnerként a BMW Group meghatározó alapvetésként tekint a korlátlan alkotói szabadságra, amellyel az iránymutató alkotások és a hozzá hasonló, főbb üzleti innovációk felé is utat nyit.

Bővebb információk: www.bmwgroup.com/culture és www.bmwgroup.com/culture/overview

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

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

@bmwgroupculture

#BMWGroupCulture

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéggként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2020-ban a BMW Group több mint 2,3 millió darab gépkocsit és több mint 169 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 104,210 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2019-es pénzügyi évben 7,118 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2019. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 126 016 embert foglalkoztat.

**BMW
GROUP**



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Vállalati kommunikáció

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>

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

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