

Informacja prasowa
8 lutego 2021 r.

„Odpowiedzialność i rzetelność są najważniejszymi wartościami”.

BMW Group świętuje 50 lat międzynarodowego zaangażowania w kulturę.

Monachium. Czerwony. Żółty. Niebieski. Wszystko zaczęło się od trzech wielkoformatowych obrazów Gerarda Richtera, które BMW zamówiło u artysty w 1971 r. Dzisiaj firma angażuje się na całym świecie i bierze na siebie odpowiedzialność społeczną również w dziedzinie kultury. Zaangażowanie BMW Group w kulturę jest silnie ugruntowane poprzez ponad 100 długoterminowych inicjatyw w dziedzinie **sztuki nowoczesnej i współczesnej, muzyki klasycznej, jazzu** oraz **dźwięku**, a także **architektury i designu**.

Ilka Horstmeier, członkini zarządu BMW AG i dyrektor ds. HR: – Właśnie w czasach szybkich zmian odpowiedzialność i rzetelność są najważniejszymi wartościami. Podobnie jak kultura. Nasze zaangażowanie, jako wieloletniego partnera, trwa na całym świecie od ponad pół wieku. W samoświadomości BMW Group nasza współpraca w dziedzinach sztuki i kultury jest istotną częścią zrównoważonego rozwoju społecznego – wczoraj, dziś i w przyszłości. Wspólnie od lat docieramy do ludzi i poruszamy ich. Niezmiernie się cieszę, że BMW Group może spoglądać na przeszłe 50 lat niezrównanej współpracy, która łączy nas we wzajemnym szacunku z najbardziej renomowanymi instytucjami kulturalnymi i artystami na świecie.

Od Muzeum Guggenheima po Tate Modern, od Centre Georges Pompidou po Neue Nationalgalerie. Od Staatsoper Unter den Linden i La Scali po Teatr Bolszoj w Moskwie. Od Art Basel po Frieze i Kochi-Muziris Biennale. To, co wyróżnia BMW Group w zaangażowaniu w kulturę, to podejście. **Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa i dialog międzykulturowy** to podstawa firmy odnoszącej sukcesy na arenie międzynarodowej. Podczas współpracy BMW gwarantuje swoim partnerom pełną **swobodę twórczą**, a wszelkie zobowiązania są zawsze **zrównoważone i długoterminowe**. BMW Group postrzega siebie jako **mecenasa i partnera**, a w mniejszym zakresie jako sponsora. Zamiast

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl

Informacja prasowa

Data XX

Temat XX

strona 2

czystej transakcji opartej na pieniądzach, chodzi tu o **interakcję** w zakresie know-how, sieci i transferu wiedzy.

Rok 1971 – Richard Richter otrzymuje zamówienie na trzy wielkoformatowe obrazy

Kamień węgielny zaangażowania w kulturę BMW Group położyły trzy wielkoformatowe prace zamówione u niemieckiego artysty Gerharda Richtera. W 1971 r. Eberhard von Kuenheim, ówczesny prezes zarządu BMW AG, poprosił artystę o wykonanie trzech obrazów do hallu nowej siedziby głównej BMW w Monachium. Od otwarcia budynku w kształcie czterech cylindrów, zaprojektowanego w 1973 roku przez architekta Karla Schwanzera, w hallu można podziwiać prace zatytułowane „Rot”, „Gelb” i „Blau”.

1973/74 – Zakład w Dingolfing i wystawy BMW Group

Przyczyna zaangażowania się w kulturę od początku była silnie powiązana z pracownikami. Na początku lat 70. BMW otworzyło zakład w Dingolfing. W tym czasie nie było jeszcze połączenia autostradowego z Monachium, ale lokalizacja stała się atrakcyjna dla wykwalifikowanych pracowników, ponieważ firma współpracowała z instytucjami kulturalnymi i w ten sposób stworzyła dostęp do lokalnej sztuki i kultury. Niemal w tym samym czasie na terenie BMW Group w północnej części Monachium powstała galeria, w której pracownicy mogli prezentować własne dzieła sztuki, a także miejsce na wystawy takie jak „Samochód w sztuce współczesnej”, które później zaowocowały współpracą z Haus der Kunst i Pinakoteką.

1975 – Narodziny BMW Art Car

Z inicjatywy francuskiego kierowcy wyścigowego i wielbiciela kultury Hervé Poulaina oraz przy ścisłej współpracy z ówczesnym dyrektorem BMW Motorsport Jochenem Neerpaschem artysta Alexander Calder został w 1975 r. poproszony o zaprojektowanie samochodu wyścigowego BMW dla Poulaina. Rezultatem było pomalowane BMW 3.0 CSL, które wzięło udział w 24-godzinnych wyścigu w Le

Informacja prasowa

Data XX

Temat XX

strona 3

Mans, a dzięki przyciągającym wzrok kolorom nadwozia stało się ulubieńcem publiczności. Od tego czasu 19 artystów z całego świata zaprojektowało BMW Art Car na podstawie dostępnych modeli samochodów BMW – Roy Lichtenstein (1977, BMW 320i), Andy Warhol (1979, BMW M1) oraz Robert Rauschenberg (1986, BMW 635 CSi), Esther Mahlangu (1991, BMW 525i), David Hockney (1995, BMW 850 CSi), Jenny Holzer (1999, BMW V12 LMR), Jeff Koons (2010, BMW M3GT2), Ólafur Elíasson (2007, BMW H2R), John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) Cao Fei (2017, BMW M6 GT3). „Jeżdżące rzeźby” fascynują zarówno na płaszczyźnie sportu motorowego i designu, jak i sztuki i techniki.

1979 – pierwsze partnerstwo publiczno-prywatne w Niemczech

Wspólnie z miastem Monachium BMW Group zaangażowała się w Spielmotor München e.V., jedno z najstarszych partnerstw publiczno-prywatnych w Niemczech. Celem współpracy była lokalna i międzynarodowa promocja miasta jako centrum kulturalnego oraz jego dalszy rozwój. W 1988 r. stowarzyszenie Spielmotor uwzględniło w swoim programie Monachijskie Biennale jako nowy teatr muzyczny, w 1995 r. festiwal SPIELART, a od 1998 r. festiwal tańca współczesnego DANCE.

Główne wydarzenia i cyfryzacja

W ciągu ostatnich pięciu dekad zaangażowanie kulturalne BMW Group wykroczyło daleko poza projektowanie samochodów BMW Art Car przez znanych artystów. Poszerzyło się o światowe gwiazdy muzyki, takie jak Daniel Barenboim i Anna Netrebko, którzy arcydziełami muzyki klasycznej oczarowali dziesiątki tysięcy słuchaczy na berlińskim Bebelplatz, i młodych artystów, takich jak Samson Young i Leelee Chan, którzy opuścili swoje studia, aby czerpać inspirację z całego świata. BMW Group wspólnie z partnerami stworzyła własne wydarzenia, takie jak BMW Guggenheim Lab, BMW Tate Live, BMW Open Work by Frieze, BMW Welt Jazz Award, BMW Art Guide by Independent Collectors, BMW Art Journey oraz bezpłatne koncerty operowe w Berlinie, Monachium, Moskwie i Londynie. Dzięki programowi artystycznemu Rolls-Royce Arts oraz współpracy z projektantami

Informacja prasowa

Data XX

Temat XX

strona 4

MINI wszystkie marki koncernu są aktywne na płaszczyźnie kulturalnej. Ponadto BMW Group sponsoruje wiodące muzea, targi sztuki, orkiestry, festiwale jazzowe oraz opery na całym świecie. BMW OPERA NEXT, cyfrowe partnerstwo ze Staatsoper Unter den Linden, od 2019 roku rozwija cyfryzację sztuki, ułatwia młodym widzom dostęp do świata opery i pokonuje bariery w dostępie do kultury wysokiej. Niezależnie od tego, czy jest to nagroda Art/Tech Prize zainicjowana wraz z Garage Museum w Moskwie, setki dronów latających w choreografii po nocnym niebie Zatoki Meksykańskiej we współpracy ze Studio Drift, strategiczna współpraca z Artsy i Acute Art czy Cao Fei, która wystawiła swój BMW Art Car w przestrzeni wirtualnej za pomocą aplikacji i rzeczywistości rozszerzonej: jako firma technologiczna BMW Group będzie w przyszłości w pełni uwzględniać transformację cyfrową w swoim zaangażowaniu w kulturę.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

Zaangażowanie BMW Group w kulturę

CORPORATE CITIZENSHIP – Oper für alle – Gerhard Richter
Kochi-Muziris Biennale – BMW Art Cars – Berlin Biennale
NACHHALTIGKEIT – Ólafur Eliásson – Art Basel – Max Hooper Schneider
BMW Art Journey – Art D'Égypte – **INTERKULTURELLER DIALOG**
Tate Modern – BMW Welt Jazz Award – Paris Photo – Zaha Hadid
Premio de Pintura – **KONTINUITÄT** – BMW Open Work by Frieze
Jenny Holzer – Les Rencontres d'Arles – Leelee Chan
BMW Guggenheim Lab – **PARTNERSCHAFT** – Tefaf – Andy Warhol
Artsy – Teatro alla Scala – Garage Museum of Contemporary Art
KREATIVE FREIHEIT – Bayerische Staatsoper – Samson Young
Art Dubai – Jeff Koons – Kyotographie – **INTERAKTION**
Lu Yang – BMW Classics – Bolschoi Theater – Cao Fei
BMW Art Guide by Independent Collectors – Esther Mahlangu



Dlaczego kultura? A dlaczego nie! Kultura to wiedza, to ostoja piękna, głębi, sensu i spokoju. To inspirujące schronienie z dala od niespokojnej codzienności. W najlepszym wypadku wzruszające, czasem wstrząsające. BMW Group jako obywatel korporacyjny bierze na siebie społeczną odpowiedzialność i od 50 lat angażuje się w setki kulturalnych inicjatyw na całym świecie – zarówno w sztukę, muzykę i dźwięk, jak i architekturę i design. Nie stawia żadnych granic swobodzie twórczej – takie podejście to nasza misja. Jest gwarantem zarówno przełomowych dzieł sztuki, jak i ważnych innowacji w dobrze prosperującym przedsiębiorstwie.

Więcej informacji: www.bmwgroup.com/culture oraz www.bmwgroup.com/culture/overview

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

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

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl



Informacja prasowa

Data XX

Temat XX

strona 5

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 126 016 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu wartości, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

YouTube: <http://www.youtube.com/BMW.Polska>

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

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

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl



Informacja prasowa

Data XX

Temat XX

strona 6

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 126 016 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu wartości, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

www.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

YouTube: <http://www.youtube.com/BMW.Polska>

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

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

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
+48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl