



Comunicado de prensa
25 de febrero de 2021

“Responsabilidad y fiabilidad: los valores más importantes”. El Grupo BMW celebra 50 años de compromiso cultural

- El compromiso con la cultura del grupo BMW es una historia de éxito que cumple cincuenta años
- En la actualidad, el Grupo BMW está comprometido con la cultura en todo el mundo y asume plenamente su responsabilidad social corporativa
- En España el Premio BMW de pintura se celebra desde hace 35 años y es un reflejo de la interacción de BMW con la sociedad española

Rojo. Amarillo. Azul. Todo comenzó con tres grandes cuadros de Gerhard Richter que BMW encargó al artista en 1971. En la actualidad, el Grupo BMW está comprometido con la cultura en todo el mundo y asume plenamente su responsabilidad social corporativa. A lo largo de las décadas se han consolidado más de un centenar de iniciativas culturales a largo plazo del Grupo BMW en los campos del arte moderno y contemporáneo, la música clásica, el jazz y el sonido, así como en la arquitectura y el diseño.

Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, Directora de Recursos Humanos y Relaciones Laborales: "En tiempos de cambios, la responsabilidad y la fiabilidad son de gran valor. Como la cultura. Desde hace medio siglo, hemos establecido firmemente nuestro compromiso cultural en todo el mundo como socios a largo plazo. En el Grupo BMW, creemos que nuestras cooperaciones artísticas son una parte integral de nuestra sostenibilidad social, en el pasado, en el presente y en el futuro. El Grupo BMW puede contemplar con la máxima alegría 50 años de asociaciones incomparables basadas en el aprecio mutuo que nos conectan con las instituciones culturales y los artistas más renombrados del mundo."

Del Museo Guggenheim a la Tate Modern, del Centro Pompidou a la Neue National Galerie. Desde la ópera Staatsoper Unter den Linden y La Scala de Milán hasta el Teatro Bolshoi de Moscú. De Art Basel a Frieze y la Bienal de Kochi-Muziris. La responsabilidad corporativa y el diálogo intercultural son la base de una empresa de éxito como el Grupo BMW. La libertad creativa incondicional y las cooperaciones sostenibles y a largo plazo son esenciales para las verdaderas asociaciones en el ámbito cultural. La experiencia, la red y el conocimiento compartidos permiten una interacción en lugar de la transacción monetaria que define el mero patrocinio.

1971 - Gerhard Richter recibe el encargo de tres cuadros de gran tamaño

El Grupo BMW sentó las bases de su compromiso cultural con el encargo de tres obras de gran tamaño al artista alemán Gerhard Richter. En 1971, Eberhard von Kuenheim, entonces presidente del consejo de administración de BMW AG, le pidió que creara tres cuadros para el vestíbulo de la recién construida sede central de Múnich. Desde la inauguración del emblemático edificio de cuatro cilindros, obra del arquitecto Karl Schwanzer, en 1973, las tres obras encargadas, "Rot", "Gelb" y "Blau", están expuestas en el vestíbulo.

1973/74 - Planta de Dingolfing y exposiciones en BMW Group

Desde sus inicios, el compromiso cultural de la empresa se centró en sus empleados. A principios de los años 70, BMW abrió su planta en Dingolfing. Sin acceso a la autopista en aquella época, Dingolfing se convirtió rápidamente en una zona atractiva para el personal cualificado, ya que el Grupo BMW trabajó mano a mano con las instituciones culturales para dar acceso a la escena artística y cultural local. Más o menos al mismo tiempo, se abrió una nueva galería que exponía el arte de los empleados en las instalaciones del Grupo BMW al norte de Múnich. Además, se creó un espacio de exposición para presentar muestras como "El automóvil en el arte contemporáneo", que dio lugar a cooperaciones con instituciones como la Haus der Kunst y la Pinakotheken, los famosos museos de bellas artes de Múnich.

1975 - El nacimiento de los BMW Art Cars

Iniciado por el piloto de carreras francés y aficionado al arte Hervé Poulain y concebido en colaboración con el fundador de BMW Motorsport Jochen Neerpasch, el primer BMW Art Car fue encargado cuando ambos le pidieron a Alexander Calder que diseñara el coche de carreras BMW de Poulain en 1975. La idea dio como resultado un BMW 3.0 CSL pintado que corrió en las 24 Horas de Le Mans, donde, gracias a su llamativo exterior, se convirtió en un favorito instantáneo del público. Desde entonces, 19 artistas de todo el mundo han creado BMW Art Cars tomando como base coches de carreras y automóviles BMW contemporáneos, entre ellos 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), Jeff Koons (2010, BMW M3GT2), Ólafur Elíasson (2007, BMW H2R), John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) y Cao Fei (2017, BMW M6 GT3). Estas "esculturas rodantes" son una representación fascinante a medio camino entre los deportes de motor y el diseño, del arte y la tecnología.

1979 - Una de las primeras asociaciones culturales público-privadas de Alemania

Junto con la ciudad de Múnich, el Grupo BMW fundó Spielmotor München e.V., una de las asociaciones público-privadas más antiguas de Alemania. El objetivo de esta colaboración es establecer y seguir desarrollando la ciudad como centro cultural regional e internacional. Poco a poco, Spielmotor fue ampliando su programa hasta incluir la Bienal de Münchener de nuevo teatro-música en 1988, el festival de teatro experimental SPIELART en 1995 y el festival de danza contemporánea DANCE en 1998.

Lo más destacado y la digitalización

A lo largo de las últimas cinco décadas, el compromiso cultural del Grupo BMW ha crecido mucho más allá del diseño de los BMW Art Cars por parte de artistas de renombre. Ha ampliado su portfolio para incluir a músicos de renombre como Daniel Barenboim y Anna Netrebko, que encandilaron a decenas de miles de oyentes en la Bebelplatz de Berlín, así como a jóvenes artistas como Samson Young y Leelee Chan, que dejaron atrás sus estudios para hacer del mundo entero su fuente de inspiración. Junto con otros socios, el Grupo BMW desarrolló su propia gama de iniciativas, como el

BMW Guggenheim Lab, el BMW Tate Live, el BMW Open Work de Frieze, el BMW Welt Jazz Award, la BMW Art Guide de Independent Collectors, el BMW Art Journey y la serie de conciertos gratuitos Opera for all en Berlín, Múnich, Moscú y Londres. Con el Programa Artístico de Rolls-Royce y varias cooperaciones de diseño de MINI, todas las marcas del Grupo BMW son agentes activos en el sector cultural. Además, el Grupo BMW apoya a los principales museos, ferias de arte, orquestas, festivales de jazz y teatros de ópera de todo el mundo. Con BMW OPERA NEXT, su asociación digital con la Staatsoper Unter den Linden desde 2019, el Grupo BMW ha aprovechado las oportunidades que ofrece la digitalización para abrir el mundo de la ópera al público más joven y hacer más accesible la alta cultura. Iniciativas como la beca Art/Tech del Museo de Arte Contemporáneo de Moscú, cientos de drones coreografiados volando por el cielo nocturno del Golfo de México en colaboración con Studio Drift, las cooperaciones estratégicas con Artsy y Acute Art o Cao Fei, que presentó su BMW Art Car vía App y RA en el espacio virtual, ilustran cómo el Grupo BMW, como empresa tecnológica, se involucra en la transformación digital y seguirá haciéndolo con su compromiso cultural en el futuro.

35 años de compromiso con la cultura en España

Una de las iniciativas más importantes que refleja la interacción con la sociedad del grupo es el certamen artístico Premio BMW de Pintura, destinado a promover en España el arte en general y la pintura en particular; a difundir las obras; a descubrir nuevos talentos y que permite seguir la trayectoria pictórica de las últimas tres décadas en España. Desde 1986 han participado en este certamen más de 25.000 artistas y se ha consolidado como la iniciativa privada con mayor dotación económica y uno de los premios más reconocidos y prestigiosos en Europa.

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. La red de producción del Grupo BMW incluye 31 sedes de producción y ensamblaje en 15 países y la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2019, el Grupo BMW vendió más de 2,5 millones de vehículos de pasajeros y más de 175.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos en el año fiscal 2019 fueron de aproximadamente 7,118 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 104,210 mil millones. A 31 de diciembre de 2019, el Grupo BMW tenía 126.016 empleados.



El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

Twitter: <http://twitter.com/BMW.Espana>

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter BMW Group España: <https://twitter.com/BMWGroupEspana>

Instagram BMW Group España: <https://www.instagram.com/bmwgroupespana/>

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

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>