

Presse-Information
06. Juni 2016

BMW als offizieller Partner der Art Basel 2016. BMW Art & Design Talk mit Cao Fei und Karim Habib.

Basel. Vom **16. bis 19. Juni 2016** präsentiert die Schweizer Ausgabe der Art Basel der internationalen Kunstwelt wieder eine große Bandbreite künstlerischen Schaffens von mehr als 4.000 Künstlern, vertreten von über 280 weltweit führenden Galerien. Als langjähriger globaler Partner der Messen in Basel, Miami Beach und Hongkong ermöglicht BMW auch in diesem Jahr den umfangreichen VIP-Shuttleservice und lädt zu einem Art & Design Talk sowie Empfang im Rahmen der BMW Art Journey.

Am Mittwoch, den 15. Juni, gewährt der **BMW Art & Design Talk** erste Einblicke in die Designstudien für das nächste BMW Art Car. Im Gespräch mit Karim Habib, Leiter Design BMW Automobile, stellt die Künstlerin Cao Fei im UBS Forum ihre Pläne für das 18. Fahrzeug der BMW Art Car Collection vor. Die junge Chinesin – die von internationalen Medien als wichtigste zeitgenössische Künstlerin ihres Landes bezeichnet wird – feiert derzeit mit ihrer ersten Einzelausstellungen in den USA, im MoMA PS1, große Erfolge. Ende 2015 wurden Cao Fei und der amerikanische Künstler John Baldessari von einer Expertenjury aus namhaften Museumsdirektoren und Kuratoren nominiert, jeweils ein BMW Art Car zu gestalten.

Am ersten Preview-Tag der Messe lädt BMW außerdem zu einem exklusiven Empfang in das UBS Forum, um die älteste und jüngste Kunstinitiative der BMW Group – die BMW Art Car Collection und die **BMW Art Journey** – sowie das 100-jährige Jubiläum des Unternehmens zu feiern. Eine internationale Expertenjury wählte Ende Mai die britische Künstlerin **Abigail Reynolds** (repräsentiert von Rokeby, London) aus einer Shortlist von drei Künstlern aus dem Discoveries Sektor der Art Basel in Hongkong aus. Wie ein mobiles Studio ermöglicht die BMW Art Journey den Stipendiaten eine Reise an einen Ort ihrer Wahl, um dort zu arbeiten, Kontakte zu knüpfen und neue Werke zu realisieren. Alle Künstler, die in den jungen Sektoren Positions und Discoveries der Art Basel in Miami Beach und Hongkong ausstellen, sind eingeladen, sich zu bewerben.

Weitere Informationen zur BMW Art Journey erhalten Sie unter:
www.bmw-art-journey.com

Neben der Art Basel in Basel, Miami Beach und Hongkong unterstützt BMW weitere renommierte Kunstmessen sowie Kunstinitiativen wie das Gallery Weekend Berlin und die abc art berlin contemporary. Ferner kooperiert das Unternehmen nachhaltig mit kulturellen Institutionen und Kunstschaaffenden weltweit und fördert damit Formate wie BMW Tate Live oder den Preis der Nationalgalerie.

Mehr zum kulturellen Engagement der BMW Group unter:
www.bmwgroup.com/kultur und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick



Datum 06. Juni 2016
Thema BMW als offizieller Partner der Art Basel 2016.
Seite 2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753

www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an das BMW Group Kulturengagement:

Telefon: +49 (0)151-601-51468

Über Art Basel

Art Basel veranstaltet die weltweit wichtigsten Kunstmesse für moderne und zeitgenössische Kunst in Basel, Miami Beach und Hongkong. Die jeweilige Gastgeberstadt und -region bestimmen den einzigartigen Charakter der einzelnen Kunstmesse, der sich in den teilnehmenden Galerien, den präsentierten Werken und dem Inhalt der gemeinsam mit örtlichen Institutionen erstellten Begleitprogramme widerspiegelt. Neben den aufwändig gestalteten Ständen führender Galerien aus aller Welt lenken die spezifischen Ausstellungssektoren der Kunstmesse die Aufmerksamkeit auf die neusten Entwicklungen der visuellen Künste und vermitteln den Besuchern neue Ideen und Inspiration. Weitere Informationen sind erhältlich unter: artbasel.com

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit fast 50 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst, in klassischer Musik und Jazz sowie Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Jeff Koons, Daniel Barenboim und Architektin Zaha Hadid mit BMW zusammengearbeitet. Aktuell gestalten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die nächsten beiden Fahrzeuge für die BMW Art Car Collection. Neben eigenen Formaten, wie BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten in Berlin, München und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmesse sowie Orchester und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen. Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/kultur und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture