Paris Photo Los Angeles präsentiert David Hockneys BMW Art Car

Paris Photo Los Angeles präsentiert David Hockneys BMW Art Car

Bei der zweiten Auflage der Paris Photo in den Paramount Pictures Studios in Los Angeles zeigt BMW das 850CSi Art Car von David Hockney. Fast 20 Jahre nach seiner Entstehung in 1995 kehrt das Art Car zu seinen Wurzeln in L. A. zurück. Die Stadt ist seit 1965 Hockneys Heimatort. "Ich dachte mir, es wäre gut, das Auto so zu zeigen, als ob man hineinsehen könnte", beschrieb der Pop-Art-Künstler Hockney seine Malerei.
Als offizieller Partner der Paris Photo Los Angeles feiert die BMW Group am Vorabend des Messestarts den US-Launch des BMW Art Car Buchs. Am 24. April wird die erste umfassende Publikation zur BMW Art Car Collection präsentiert. Das Buch, das im Hatje Cantz Verlag erschienen ist, ist ein reich bebilderter Überblick über die Geschichte der legendären BMW Art Cars.
Seit 1975 haben international renommierte Künstler BMW Art Cars geschaffen. Zu den siebzehn Ausstellungsstücken, die bisher für die Art Car Collection kreiert wurden, gehören auch die Werke von Künstlern wie Frank Stella, Roy Lichtenstein, Robert Rauschenberg, Jenny Holzer, Olafur Eliasson und Jeff Koons, der auch das Cover des Kunstbuchs gestaltete. Die Art Cars reflektieren die kulturelle und historische Entwicklung von Kunst, Design und Technologie und wurden von großen Museen weltweit, wie dem Guggenheim und dem Louvre, gezeigt. Auf 200 Seiten mit 148 Abbildungen werden in Portraits und Interviews die Motive und Herangehensweisen der einzelnen Künstler als auch die zeitgeschichtliche Entwicklung der Sammlung anschaulich dargestellt.
In seinem elften Jahr der Partnerschaft mit Paris Photo stellt BMW erneut VIP Shuttles zur Verfügung. Neben dem David Hockney Art Car wird BMW den BMW i8 ausstellen, der eine neue Ära nachhaltiger Performance verkörpert. Mit seinem futuristischen Design und seiner bahnbrechenden Technologie ist der BMW i8 der zukunftsorientierteste Sportwagen weltweit, gefertigt aus Carbonfasern, und BMWs erster High-Performance Plug-in Hybrid.
Die Messe ist vom 25. bis 26. April von 12 Uhr bis 19 Uhr und am 27. April von 12 Uhr bis 18 Uhr geöffnet.
Seit über einem Jahrzehnt ist BMW ein aktiver Partner renovierter internationaler Kunstmessen wie die Frieze NY und London sowie die Art Basel in Hong Kong, Miami und Basel, das Berlin Gallery Weekend und die TEFAF Maastricht.
Paris Photo LA
Paris Photo Los Angeles, die zweite US Auflage der weltweit meist gefeierten Kunstmesse für Werke des fotografischen Mediums, wird in den Paramount Pictures Studios stattfinden, einem idealen Ort, um herauszufinden, wie Künstler Fotografie benutzt haben und benutzen und das bewegte Bild in ihrer Arbeit im 20. und 21. Jahrhundert integrieren. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte http://losangeles.parisphoto.com .
Das kulturelle Engagement der BMW Group
Seit mehr als 40 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 sowie in klassischer Musik, Jazz, 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, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group seine Weltpremiere in New York. 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
Weitere Informationen zur Art Cas Collection: ww.bmw-artcartour.com

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: 089-382-24753
Fax: 089-382-24418
Leonie Laskowski
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: 089-382-45382
Fax: 089-382-24418
Für weitere Information kontaktieren Sie bitte das BMW Group Kulturengagement:
Tel.: 0151 601 51468
 www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de
Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. ?, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. ?. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=563228" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je.Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher.Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem

veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden.Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.