




Gallery Weekend Berlin 2015 vom 1. bis 3. Mai. BMW als langfristiger Partner des Berliner Kunstwochenendes.

Gallery Weekend Berlin 2015 vom 1. bis 3. Mai. BMW als langfristiger Partner des Berliner Kunstwochenendes. Vom 1. - 3. Mai findet das elfte Gallery Weekend Berlin statt. 47 teilnehmende Galerien eröffnen an diesem Kunstwochenende ihre Ausstellungen. Mit zeitgenössischen Positionen von etablierten KünstlerInnen sowie vielversprechenden jungen Talenten zeigen die Galerien einen umfassenden Überblick über aktuellen Strömungen des Kunstmarkts und bieten ein vielseitiges Begleitprogramm. BMW unterstützt das Gallery Weekend Berlin auch 2015 wieder als offizieller Partner, stellt den umfangreichen Shuttle Service zur Verfügung und lädt als Host zur Welcome Reception in das Kino International. Zum Auftakt des Gallery Weekends gibt die Direktorin Maïke Cruse am Donnerstag, den 30. April, um 11 Uhr in der Joseph Roth Diele in der Potsdamer Straße eine Presse-Einführung in das diesjährige Programm. Im Anschluss daran öffnen die teilnehmenden Galerien bis 16:00 Uhr ihre Türen für die Pressevorbesichtigung. Gegründet von Berliner Galerien 2005, um den Kunstmarktstandort Berlin nachhaltig zu fördern und dessen Teilnehmer zusammenzuführen, findet das Gallery Weekend Berlin seit über 10 Jahren jährlich Anfang Mai statt. Dabei zeigt das Gallery Weekend ein breites Spektrum der Kunststadt Berlin auf, die ihre besondere Bedeutung innerhalb der internationalen Galerieszene und als Produktionsstandort zahlreicher Künstlerinnen und Künstler behauptet. Seit über 40 Jahren fördert die BMW seit über 40 Jahren weltweit hunderte Kulturprojekte. Mit der Stadt Berlin verbindet die BMW Group dabei eine langfristige und vielseitige kulturelle Partnerschaft. Zu unseren Engagements in der Hauptstadt gehören neben dem Gallery Weekend und der abc art berlin contemporary der renommierte Preis der Nationalgalerie, die Berlin Biennale und das jährliche Open-Air-Format "Staatsoper für alle" mit der Staatsoper Unter den Linden auf dem Bebelplatz. Zudem fördert die BMW Group unter anderem das Konzert des West-Eastern Divan Orchestra in der Waldbühne und ein Künstleraustauschprogramm zwischen Berlin und Peking. Neben den Förderaktivitäten in der Hauptstadt kooperiert die BMW Group mit kulturellen Institutionen und Kunstschaffenden weltweit, wie zum Beispiel mit der Guggenheim Foundation in New York oder der Tate Modern in London. Zusätzlich unterstützt die BMW Group alle wichtigen Kunstmessen, darunter die Art Basel in Basel, Miami Beach und Hong Kong, die Frieze Art Fair in London und New York, die TEFAF Maastricht und die Paris Photo in Paris und Los Angeles. Weitere Informationen zum Gallery Weekend: Öffnungszeiten der Galerien: Freitag, 1. Mai 2015, 18 - 21 Uhr, Samstag und Sonntag, 2. und 3. Mai 2015, 11 - 19 Uhr. www.gallery-weekend-berlin.de Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Dr. Thomas Girst, BMW Group Konzernkommunikation und Politik, Leiter Kulturengagement, Telefon: +49-89-382-24753, Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an das BMW Group Kulturengagement, Telefon: +49 (0)151-601-51468, Internet: www.press.bmwgroup.com, E-Mail: presse@bmw.de. 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 Schwazer, Zaha Hadid und Coop Himmel(b)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. 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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.