



## BMW Group als Partner der Frieze New York

BMW Group als Partner der Frieze New York  
Die BMW Group ist Partner der vierten Ausgabe der Frieze New York, eine der weltweit wichtigsten Messen für Gegenwartskunst, die vom 14. bis 17. Mai 2015 auf Randalls Island stattfindet. Die BMW Group fördert die Messe, die über 190 international führende Galerien präsentiert, seit deren Gründung in 2012. Dieses Jahr wurde sie von Adriano Pedrosa kuratiert. Das Unternehmen engagiert sich neben VIP Shuttles mit vielfältigem, inhaltlichen Programm.  
Die Frieze New York und BMW präsentieren erneut das Klangprojekt Frieze Sounds, verfügbar über den gesamten Messezeitraum in den BMW 7er VIP Shuttles sowie über eine Hörstation auf dem Messegelände und online unter [www.friezeprojectsny.org](http://www.friezeprojectsny.org). Die drei speziell dafür komponierten Klanginstallationen wurden von den Künstlern Alicja Kwade, Xaviera Simmons und Sergei Tcherepnin geschaffen. Kuratiert wurde Frieze Sounds auch im vierten Jahr von Cecilia Alemani.  
Dazu sagt Ludwig Willisch, Präsident und CEO von BMW Nordamerika: "Die Umgebung eines luxuriösen BMW 7ers schafft eine ideale Atmosphäre, um BMW Frieze Sounds zu genießen. Diese Werke in den VIP Shuttles zu präsentieren erweitert die Kunsterfahrung auf kreative Weise." Bereits seit 2004 unterstützt BMW die Frieze Art Fair London mit einer VIP Fahrzeugflotte. 2012 wurde die Partnerschaft auf die Frieze New York erweitert.  
Am 12. Mai findet zudem im Rahmen der Messe ein BMW Art Talk im Soho House New York statt. Die Journalistin Lindsay Pollock, Chefredakteurin Art in America, wird im Screening Room vor ausgewähltem Publikum mit dem Architekten David Adjaye diskutieren.  
Am 14. Mai lädt BMW außerdem zu einem VIP Breakfast im Surrey Hotel ein. Der dort ausgestellte Künstler Mark Boonshine wird zusammen mit der Balletttänzerin Wendy Whelen vor ausgewählten Gästen über Mode, Kunst und zeitgenössische Ikonen sprechen.  
Seit über einem Jahrzehnt ist BMW ein aktiver Partner renommierter 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.  
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 Mehta, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwazer, Zaha Hadid und Coop Himmel(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 Kulturrengagement 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](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)  
Weitere Informationen zur Art Cars Collection: [www.bmw-artcartour.com](http://www.bmw-artcartour.com)  
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:  
Dr. Thomas Girst  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kulturrengagement  
Telefon: 089-382-24753  
Fax: 089-382-24418  
Leonie Laskowski  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Kulturrengagement  
Telefon: 089-382-45382  
Fax: 089-382-24418  
[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
E-Mail: [presse@bmw.de](mailto: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 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](http://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

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

## Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto: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.