



BMW Tate Live Performance Room: Bekanntgabe der teilnehmenden Künstler. Mary Reid Kelly, Otobong Nkanga, Naufus Ramirez-Figueroa, Michael Smith.

BMW Tate Live Performance Room: Bekanntgabe der teilnehmenden Künstler. Mary Reid Kelly, Otobong Nkanga, Naufus Ramirez-Figueroa, Michael Smith.

BMW und Tate Modern kündigen eine neue Ausgabe der Live-Online- Performances im Rahmen von BMW Tate Live 2015: Performance Room an. Dieses einzigartige Programm im Bereich Performancekunst wird exklusiv für die Übertragung im Internet erarbeitet und erreicht so ein weltweites Online-Publikum. BMW Tate Live ist eine langfristige Kooperation zwischen BMW und der Tate, in deren Mittelpunkt Performances, interdisziplinäre Kunst und die Kuratierung des digitalen Raumes stehen. Das Format untersucht die vielfältigen Herangehensweisen, mit denen Künstler das Thema Live-Performance im 21. Jahrhundert betrachten.

Zu den Künstlern, die nun zur Teilnahme an diesem innovativen Kunstprogramm eingeladen wurden, gehören Mary Reid Kelly, Otobong Nkanga, Naufus Ramirez-Figueroa sowie die Schlüsselfigur der Performancekunst, Michael Smith. Vom 19. November bis zum 10. Dezember 2015 werden innerhalb von vier Wochen insgesamt vier Online-Performances live übertragen. Jede Veranstaltung wird im Performance Room in der Tate Modern aufgeführt und gleichzeitig über den YouTube-Kanal der Tate gesendet.

Programm BMW Tate Live 2015: Performance Room

Mary Reid Kelly

19. November 2015, 20 Uhr GMT

In ihren polemischen und stilisierten Videos vereint Mary Reid Kelly Malerei, Performance und ihre einzigartige Dichtkunst. Die in Zusammenarbeit mit ihrem Partner Patrick Kelley entstandenen Videoarbeiten wurden bisher im Hammer Museum, ICA Boston, Neuer Kunstverein Wien und SITE Santa Fe gezeigt. Sie ist Preisträgerin des Rom-Preises 2011, des Louis Comfort Tiffany Preises 2013 und war 2014 Stipendiatin des Guggenheim. Kelly lebt und arbeitet im nördlichen Teil des US-Bundesstaates New York.

Otobong Nkanga

26. November 2015, 20 Uhr GMT

Otobong Nkanga stammt gebürtig aus Nigeria und lebt und arbeitet heute im belgischen Antwerpen. Ihre multidisziplinären Werke, in denen sie die Bereiche Zeichnen, Fotografie, Installation und Video miteinander verbindet, befassen sich mit den miteinander kombinierten Themen Umwelt, Architektur und Geschichte. Zu Nkangas jüngsten Ausstellungen und Performances gehören Glimmer Fragments - Symposium "Landing and confessions", Stedelijk Museum, Amsterdam (2014), Sharjah Biennial 11, Vereinigte Arabische Emirate (2013) und "Across the Board: Politics of Representation", 2012, eine Exploration der Frage nach Werten in den Tanks der Tate Modern.

Naufus Ramirez-Figueroa

3. Dezember 2015, 20 Uhr GMT

Naufus Ramirez-Figueroa hat einen Master-Abschluss vom Art Institute of Chicago und forschte 2013 postgraduell an der Jan-Van-Eyck-Akademie in Maastricht. Für seine Arbeit bedient er sich der Disziplinen Theater, Zeichnen, Literatur und Skulptur - hieraus entstehen lebende und skulpturale Werke, mit denen er die Themen Verlust, Identität und Vertreibung beleuchtet. Ramirez-Figueroa war in zahlreichen Einzelausstellungen und Gruppenausstellungen vertreten, darunter "A Chronicle of Interventions" in der Tate Modern (2014) und bei der Bienal do Mercosul (2015). Er ist Stipendiat des Guggenheim und der Akademie Schloss Solitude sowie Preisträger des Franklin-Furnace-Preises. Vor kurzem erhielt er den diesjährigen Preis für junge Künstler der ARCO-Region Madrid.

Michael Smith

10. Dezember 2015, 21 Uhr GMT

Michael Smith lebt und arbeitet in New York und Texas. Er ist Video-, Performance- und Installationskünstler und bekannt für seine eponymen Performance-Figuren: Mike, der hoffnungsvolle Naivling, der jedem Trend zum Opfer fällt, und Baby Ikki, das melancholische Kleinkind, das von allem abgelenkt wird. Smith bedient sich beider Figuren, um die Absurditäten der zeitgenössischen Kultur zu kommentieren. Sein beeindruckender Werdegang in den Bereichen Performance und Ausstellung begann Mitte der 1970er Jahre und umfasst Ausstellungen im Whitney Museum, im MoMA und im Baltischen Zentrum für Zeitgenössische Kunst. Zu seinen jüngsten Einzelausstellungen gehören Performing John Cage, MoMA, New York (2014), Tramway, Glasgow International (2014) und Hales Gallery, London (2013).

Das innovative Format des BMW Tate Live 2015: Performance Room erlaubt einem internationalen Publikum, Performance-Kunst live im Ausstellungsraum zu erleben. Im Rahmen des Programms werden die Künstler gebeten, ihre Arbeiten speziell im Hinblick auf das Online-Format zu entwickeln, sodass ihre Performance in Antwort auf diese einzigartige Darstellungsform entsteht.

Die Zuschauer sind eingeladen, den Online-Performance-Raum über www.youtube.com/tate zu betreten und sich untereinander über die Kanäle der sozialen Netzwerke auszutauschen. Im Anschluss an die Performance können über twitter.com/tate und facebook.com/tategallery Fragen an die Künstler oder Kuratoren gestellt werden.

Kuratiert wird BMW Tate Live von Catherine Wood, Senior-Kuratorin für Internationale Kunst (Performance) an der Tate, und Capucine Perrot von der Tate Modern.

BMW Tate Live ist eine langfristige Partnerschaft zwischen BMW und der Tate mit Fokus auf innovativen Live-Performances und Veranstaltungen. Geboten werden Live-Übertragungen im Internet, Performances in den Museumsgalerien, Seminare und Workshops. BMW Tate Live zielt darauf ab, mit neuen Kunstformen ein internationales Publikum zu erreichen und dabei dessen veränderte Erwartungen und Interessen an der Kunst zu berücksichtigen. Die Veranstaltungsreihe schafft so Raum für neue Kollaborationsprojekte und ein anspruchsvolles Programm mit Performances, Filmvorführungen, Klangbildern, Installationen und neuartigen Lernerfahrungen. So entsteht für die KünstlerInnen ein Raum, in dem sie größere Risiken eingehen und frei experimentieren können. Im Rahmen des Programms wird Wandlung in all ihren Formen betrachtet und erforscht - Ziel dabei ist es, eine Diskussion darüber anzustoßen, auf welche Art und Weise Kunst intellektuellen, gesellschaftlichen und physischen Wandel beeinflussen kann. Weitere Informationen unter: <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/eventseries/bmw-tate-live>

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

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

www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

Duncan Holden

Senior Press Officer, Tate

Telefon: +44-20-7887-4939

E-mail: pressoffice@tate.org.uk

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>

Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:

BMW Group

Thomas Girst

Telefon: +49-89-382-24753

Fax: +49-89-382-10881

E-Mail Adresse: thomas.girst@bmwgroup.com



www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_596843 width="1" height="1">

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.