BMW präsentiert Klangprojekt Frieze Sounds auf den Kunstmessen in London.

BMW präsentiert Klangprojekt Frieze Sounds auf den Kunstmessen in London.

BMW als Partner der Frieze Art Fair und der Frieze Masters vom 17. bis 20. Oktober
Die 11. Ausgabe der Frieze Art Fair, eine der weltweit wichtigsten Messen für Gegenwartskunst, findet vom 17. bis 20. Oktober 2013 im Londoner Regents Park statt. Zeitgleich zur Frieze Art Fair werden auf der Frieze Masters zum zweiten Mal Werke von der Antike bis zum 20. Jahrhundert im Dialog mit zeitgenössischer Kunst zu sehen sein. Insgesamt präsentieren auf der diesjährigen Frieze Art Fair 152 weltweit führende Galeristen aus 30 Ländern sowie auf der Frieze Masters 130 weitere Galerien ihre aktuellen Positionen. BMW unterstützt die Frieze Art Fair bereits seit 2004 und erweiterte seine langfristige Partnerschaft im letzten Jahr auch auf die Frieze Masters sowie die Frieze New York.
In diesem Jahr feiert das von BMW initiierte Klangprojekt Frieze Sounds seine Premiere auf den Frieze Messen in London. Die drei speziell für Frieze Sounds komponierten Werke werden als Klanginstallation in den BMW 7er VIP Shuttle-Fahrzeugen, an einer Audiostation auf dem Messegelände sowie online (unter http://friezeprojectsny.org/sounds//) zu hören sein. Lanciert 2011 zur Frieze New York werden die von den Künstlern Trisha Baga, Charles Atlas und New Humans sowie Haroon Mirza geschaffenen Klangwerke nun erstmals auch in London präsentiert.
BMW pflegt langfristige und nachhaltige Partnerschaften mit den wichtigsten und renommiertesten Kunstmessen weltweit, u.a. mit der Art Basel, Art Basel Miami Beach, Art Basel Hong Kong, Frieze Art Fair sowie Frieze Masters in London, Frieze New York, Paris Photo in Paris und Los Angeles, TEFAF Maastricht, der art berlin contemporary und dem Gallery Weekend Berlin.
Informationen zu den Künstlern
Trisha Baga (geboren 1985, Venice, Florida, USA)
Trisha Baga ist für ihre anspruchsvollen Installationen bekannt, die psychedelische Projektionen, skulpturale Arrangements und Kombinationen aus YouTube-Videos und Tonaufnahmen umfassen. Für Frieze Sounds wird sie Hercules Radio präsentieren, ein Werk, in dem Klänge unterschiedlicher Quellen neu miteinander vermischt werden, wie Hollywoodfilmmusik, Alltagsgeräusche, beunruhigende Wetterprognosen und Off-Text in verschiedenen Sprachen. Mit dieser Arbeit betont die Künstlerin den Klang der Sprache anstatt deren Inhalt. Es ist der Soundtrack einer imaginären Reise, die den Hörer mitnimmt durch ein Feld von verschwimmenden Identitäten und unvereinbaren Orten.
Charles Atlas (geboren 1958 St. Louis, Missouri, USA) und New Humans (Mika Tajima, geboren 1975, Los Angeles, Kalifornien, USA / Howie Chen, geboren 1976, Cincinnati, Ohio, USA)
Charles Atlas und New Humans haben bisher bei einer Reihe von Projekten an der Schnittstelle von Klang, Installation und Performance zusammengearbeitet, wie performative Filmproduktionen, skulpturale Installationen, Musikevents und Live-Präsentationen von Video. Mit How to Escape the Island für Frieze Sounds wurde die Zusammenarbeit zu einer neuen klanglichen Erfahrung ausgeweitet, indem elektronisch gebrochene Stimmfragmente von Atlas und Tajima verwendet wurden. Das gedichtartige Zusammensetzen von nicht verwandten Worten prägt das Werk und verdeutlicht so den Fluss von Information und Menschen, aus der Distanz extrahiert und gleichzeitig profan zugänglich gemacht. Es stellt den Soundtrack und die Kulisse des urbanen Insellebens dar.
Haroon Mirza (geboren 1977, London, UK)
Haroon Mirza untersucht die Erzeugungskraft von Klängen und Geräuschen in einer Reihe von architektonischen Installationen und kinetischen Skulpturen, die mit unserer räumlichen Wahrnehmung spielen. Als Klanginstallation für die Shuttlefahrzeuge wird von Mirza Recording for a car zu hören sein: eine einminütige Aufnahme eines Automotors, die den Zuhörer im Fahrzeug irritiert sowie desorientiert. Darüber hinaus wird Moving Towards a Waterfall, eine digitale Hommage auf den experimentellen Komponisten John Cage, an der Audiostation auf dem Messegelände präsentiert - 4 Minuten 33 Sekunden braunes, vom Computer generiertes Rauschen, dessen Lautstärke stetig ansteigt.
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
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 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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.

BMW Group
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (089) 382 - 0
Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com
URL: http://www.bmwgroup.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=547707" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

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.