



Erste umfassende Publikation zur BMW Art Car Collection. Reich bebildeter Überblick über die Geschichte der legendären BMW Art Cars.

Erste umfassende Publikation zur BMW Art Car Collection. Reich bebildeter Überblick über die Geschichte der legendären BMW Art Cars.
München. Die BMW Group und der Hatje Cantz Verlag freuen sich, die erste umfassende Publikation zu den legendären BMW Art Cars zu präsentieren. Das reich bebilderte Buch gibt erstmalig einen Überblick über die Geschichte der seit 1975 bestehenden Automobil-Sammlung, die von bedeutenden Künstlern der Kunstgeschichte gestaltet wurde. In Portraits und Interviews werden die Motive und Herangehensweisen der einzelnen Künstler als auch die zeitgeschichtliche Entwicklung der Sammlung anschaulich dargestellt.
Die BMW Art Car Collection fasziniert in ihrer einzigartigen Verbindung von bildender Kunst und innovativer Fahrzeugtechnik seit fast 40 Jahren Kunst- und Designinteressierte sowie Auto- und Technologieliebhaber auf der ganzen Welt. Die Sammlung entstand, als der französische Rennfahrer und Kunstliebhaber Hervé Poulain im Schulterchluss mit dem damaligen BMW Motorsportchef Jochen Neerpasch seinen Künstlerfreund Alexander Calder bat, ein Automobil zu gestalten. Das Ergebnis war ein BMW 3.0 CSL, der im Jahr 1975 das 24-Stunden-Rennen von Le Mans bestritt und dort zum Publikumsliebbling avancierte. Dies war die Geburtsstunde der BMW Art Car Collection.
Seitdem haben 17 internationale Künstler BMW Fahrzeuge gestaltet - darunter einige der größten Namen moderner und zeitgenössischer Kunst: Alexander Calder (1975), Frank Stella (1976), Roy Lichtenstein (1977), Andy Warhol (1979), Ernst Fuchs (1982), Robert Rauschenberg (1986), Michael Jagamara Nelson (1989), Ken Done (1989), MATAZO KAYAMA (1990), César Manrique (1990), A. R. Penck (1991), Esther Mahlangu (1991), Sandro Chia (1992), David Hockney (1995), Jenny Holzer (1999), Olafur Eliasson (2007), Jeff Koons (2010).
Die "rolling sculptures" bilden eine Sammlung vielfältiger künstlerischer Interpretation. David Hockneys BMW Art Car aus dem Jahr 1995 zeigt das Innenleben eines Autos auf dessen Außenseite - alles wird sichtbar gemacht, vom Motor bis hin zum Hund auf der Rückbank. Roy Lichtenstein dagegen bildet auf seinem Auto von der Sonne bis zum Straßenbelag die Außenwelt ab. Robert Rauschenberg verwendet fotografisch übertragene Aufnahmen von klassischen Gemälden, während Andy Warhol und Jeff Koons das Auto als Leinwand nutzen, um darauf Geschwindigkeit abzubilden.
Die BMW Art Car Publikation ist mit 200 Seiten und 148 Abbildungen im Kunstbuchverlag Hatje Cantz erschienen (ISBN 978-3-7757-3345-8; ? 29,80). "Geparkt" werden kann das von Schmid+Widmaier Design gestaltete Buch in einem zugehörigen Schubel. Das Coverdesign stammt von Jeff Koons. Für die Publikation lieferten zahlreiche internationale Experten und Kunsthistoriker wertvolle Textbeiträge. Auch die Begründer der Art Car Reihe, Hervé Poulain und Jochen Neerpasch, kommen zu Wort.
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 zeitgenössischer und moderner Kunst, Jazz und klassischer Musik sowie Architektur und Design. Die BMW Group hat mit namenhaften Künstlern wie Gerhard Richter, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Mehta, Daniel Barenboim und Anna Netrebko zusammen gearbeitet und Architekten wie Karl Schwanzler, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au beauftragt. In London bietet BMW, gemeinsam mit dem London Symphony Orchestra, die BMW LSO Open Air Classics, ein kostenfreies Konzert, das alljährlich am Trafalgar Square stattfindet, und ist Partner der Frieze Art Fair. 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 und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick
Der Hatje Cantz Verlag mit Sitz in Ostfildern bei Stuttgart und einer Dependence in Berlin zählt zu den führenden Fachverlagen für Kunst. In enger Kooperation mit internationalen Museen und Künstlern erscheinen jährlich rund 250 Neuerscheinungen, davon über die Hälfte in Englisch
oder als mehrsprachige Ausgaben. Neben Künstlermonografien hat sich der Verlag vor allem durch wissenschaftlich-publizistische Kooperationen mit arrivierten Ausstellungshäusern im Bereich von Katalogproduktionen zum Marktführer entwickelt. Der Hatje Cantz Verlag versteht sich als Vermittler von Kunst. Ziel ist es, für Kunst zu begeistern und Wissen über sie zu verbreiten. Das Verlagsprogramm versammelt die international überzeugendsten Titel zu Kunst, Fotografie und Architektur. Die hochwertige Produktion und der weltweite Vertrieb individuell gestalteter, sorgfältig gemachter Bücher sind der Markenkern des Verlags.

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 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.
 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>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturrengagement
Telefon: 089-382-24753, Fax: 089-382-10881

Für weitere Information kontaktieren Sie bitte das BMW Group Kulturrengagement:
Tel.: +49 151 601 51468
Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

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.