



Presse-Information  
September 2008

## **BMW ist Partner der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ im Haus der Kunst - Jenny Holzer BMW Art Car als Exponat.**

**München.** Der 850. Geburtstag der Stadt München ist Anlass für eine ungewöhnliche Ausstellung: Elf namhafte Münchner Unternehmen präsentieren gemeinsam ihre Kunstsammlungen vom 10. September 2008 bis 11. Januar 2009 im Haus der Kunst. Die unterschiedlichsten künstlerischen Perspektiven und Strömungen münden in einem „Brillantfeuerwerk“, einem breiten Querschnitt künstlerischen Schaffens vom 18. Jahrhundert bis heute. Die Ausstellung von mehr als 100 Exponaten ist in ihrer Konzeption einzigartig, da die meisten Werke noch nie für die Öffentlichkeit zu sehen waren.

Die BMW Group war bereits offizieller Partner der Stadt München bei den Feierlichkeiten zum 850. Gründungsjubiläum und bekennt sich mit der Teilnahme an „Brillantfeuerwerk“ zum Standort. Der Kurator der Ausstellung, Udo Kittelmann, ist Direktor des Museum für Moderne Kunst Frankfurt und eröffnete als einer der Laudatoren am 19. Juni gemeinsam mit Vertretern von BMW das BMW Museum. Kittelmann ist designierter Direktor der Nationalgalerie der Staatlichen Museen zu Berlin Preußischer Kulturbesitz. BMW ist seit 2006 exklusiver Partner des Preises der Freunde der Nationalgalerie für Junge Kunst und freut sich daher besonders über die vielseitige Zusammenarbeit mit dem Kurator von „Brillantfeuerwerk“.

### **„Unternehmenssammlungen bilden immer auch einen prägnanten Beitrag zur Kultur einer Gesellschaft“.**

Mehrere Tausend Arbeiten standen dem Kurator für die erste große Gemeinschaftsausstellung der elf Münchner Unternehmen zur Auswahl: Allianz, BMW, E.ON Energie AG, Generali Versicherungen, Giesecke & Devrient, Hubert Burda Media, HypoVereinsbank, The Linde Group, Münchener Rück, Siemens AG und Südhausbau. Traditionell sind es die Museen, die Kunst sammeln und bewahren und so zu Archivaren des kulturellen Gedächtnisses der Gesellschaft werden. Ein Auftrag, den heute verstärkt auch private Wirtschaftsunternehmen übernehmen. Als Beitrag seitens BMW entschied sich Kittelmann für Jenny Holzers BMW Art Car von 1999.

„Unternehmenssammlungen bilden immer auch einen prägnanten Beitrag zur Kultur einer Gesellschaft“, so Kittelmann. „Ist es an sich immer schon begrüßenswert, wenn Unternehmen sich kulturell engagieren, so zeugt aber gerade diese Ausstellung von einem bislang einzigartigen Kooperationsmodell, das vor allem durch ein in die Zukunft weisendes vorbildhaftes gesellschaftliches und kulturpolitisches Engagement geprägt ist. Hier treten die Unternehmen als Partner auf und ermöglichen erst durch eine gemeinsame Geisteshaltung eine Ausstellung, die anderenfalls eine breitere Öffentlichkeit in dieser Form nie zu Gesicht bekommen hätte.“

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49 89 382 24753

Internet  
[www.bmw.com](http://www.bmw.com)



Presse-Information  
Datum September 2008  
Thema BMW ist Partner der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ im Haus der Kunst - Jenny Holzer BMW Art Car als Exponat.  
Seite 2

## **Jenny Holzers BMW Art Car.**

Anfang Mai 1999 nahm Jenny Holzers BMW V12 LMR an der Vorqualifikation zum 24-Stunden-Rennen von Le Mans teil. Es kam jedoch nicht zum Renneinsatz. Stattdessen gewann ein weiterer BMW V12 LMR mit Joachim Winkelhock (D), Pierluigi Martini (I) und Yannick Dalmas (F) am Steuer das Rennen.

- Zwölfzylinder-V-Saugmotor
- 5990,5 cm<sup>3</sup> Hubraum
- ca. 580 PS
- Spitze: 340 km/h

„Brillantfeuerwerk“ wird Holzers BMW Art Car zeigen. 1999 wurde es von der amerikanischen Wortkünstlerin bemalt und beklebt. Es trägt Botschaften, die nach ihrer Aussage „wohl nie ungütig werden“:

PROTECT ME FROM WHAT I WANT  
THE UNATTAINABLE IS INVARIABLY ATTRACTIVE  
YOU ARE SO COMPLEX YOU DON'T RESPOND TO DANGER  
LACK OF CHARISMA CAN BE FATAL  
MONOMANIA IS A PREREQUISITE OF SUCCESS  
WHAT URGE WILL SAVE US NOW THAT SEX WON'T?

Holzers Konzept beruht auf traditionellen Farben und Materialien des Rennsportdesigns. Damit die charakteristischen BMW Farben Blau und Weiß während des 24-Stunden-Rennens von Le Mans ständig sichtbar blieben, setzte sie für ihre selbst als „Truisms“ bezeichneten Sinnsprüche reflektierende Chrombuchstaben und phosphoreszierende Farben ein. In den Buchstaben spiegelt sich tagsüber der Himmel wider, während nachts die Licht absorbierende Farbe Blau aus dem Dunkel leuchtet.

Das Werk der 1950 in Ohio (USA) geborenen Jenny Holzer verweigert sich den üblichen Einordnungen. Seit den späten 70er Jahren lehnt sie traditionelle Ausdrucksformen, wie z.B. gegenständliche Malerei, ab und arbeitet mit Worten statt mit Bildern. Botschaften in Form von LED-Leuchtschriften arrangiert sie mit behauenen Tafeln, Bänken oder Sarkophagen aus Stein zu Installationen. Dieses gleichberechtigte Miteinander von Sprache, Objekten und Kontext macht ihre Arbeiten so einzigartig und Holzer zu einer der wichtigsten internationalen Künstlerinnen.

## **Die BMW Art Car Collection.**

Seit 1975 gestalten herausragende Künstler aus aller Welt BMW Automobile ihrer Zeit. Sie haben dabei sehr unterschiedliche Ausdrucksformen gefunden. Zu



Presse-Information

Datum September 2008

Thema BMW ist Partner der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ im Haus der Kunst - Jenny Holzer BMW Art Car als Exponat.

Seite 3

den bisher 16 Exponaten der BMW Art Car Collection zählen Werke von namhaften Künstlern wie Frank Stella, Roy Lichtenstein, Andy Warhol, A.R. Penck, David Hockney, Jenny Holzer und jüngst auch Olafur Eliasson. So spiegeln die BMW Art Cars die kulturhistorische Entwicklung von Kunst, Design und Technik wider.

Die Idee, ein Automobil von Künstlerhand gestalten zu lassen, hatte der französische Rennfahrer Hervé Poulain. Auf seine Initiative hin bemalte zu Beginn der 70er Jahre dessen Freund, der Amerikaner Alexander Calder, seinen BMW Rennwagen – eine für BMW zündende Idee, die Art Car Collection zu etablieren. In den ersten Jahren wurden Rennsportfahrzeuge zu Kunstobjekten gestaltet, die sogar beim traditionsreichen 24-Stunden-Rennen von Le Mans starteten. Später wurde das Spektrum um Serienfahrzeuge erweitert. BMW Art Cars finden in zahlreichen Museen und Galerien auf der ganzen Welt Beachtung; im Pariser Louvre, in Venedigs Palazzo Grassi, in Sydneys Powerhouse Museum, in den Guggenheim Museen New York und Bilbao – um nur einige zu nennen. Auch in Zukunft werden die BMW Art Cars neben ihrer Heimat im BMW Museum München in internationalen Ausstellungen beständig in Museen weltweit präsentiert. So startete 2006 eine umfassende Ausstellungstournee mit Stationen in Malaysia, Singapur, Korea, Australien, Indien, Taiwan, China, Russland, Afrika und auf den Philippinen. Zwischen 2007 und 2010 werden sie in Museen der USA, Mexiko und Kanada zu sehen sein, bevor sie nach Europa zurückkehren. Das nunmehr 16. BMW Art Car, „Your mobile expectations: BMW H<sub>2</sub>R project“, von Olafur Eliasson gestaltet, ist 2007 und 2008 erstmals im San Francisco Museum of Modern Art und der Pinakothek der Moderne international präsentiert worden.

## **Die BMW Group und zeitgenössische Kunst.**

1972 entstanden drei von der BMW Group beauftragte, großformatige Gemälde, *Rot, Gelb* und *Blau*, die Gerhard Richter für das Foyer der Münchner Konzernzentrale eigens anfertigte. Mit Karl Schwanzers architektonischer Nachkriegsikone, dem „Vierzylinder“, setzte das Unternehmen bewusst auf eine innovative, dynamische Bauart, die sich später mit richtungsweisenden Gebäuden von Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au fortsetzen sollte. In die Zeit des Neubaus und der Gemälde Richters, beide mit der erfolgreichen Internationalisierung des Unternehmens eng verknüpft, fallen auch die ersten kulturellen Engagements seitens BMW. Der Rennwagenfahrer und Kunstliebhaber Hervé Poulain schuf fernab von PR- und marketingstrategischen Überlegungen die ersten BMW Art Cars. Und um qualifizierte Mitarbeiter für das neue Werk in Dingolfing zu gewinnen ging man Kooperationen mit Museen und Theatern ein - für reduzierte Kartenkontingente und Sondervorstellungen. Am Standort München wurde mit dem Spielmotor e.V. gemeinsam von BMW und der Stadt eine der ersten Public-Private-Partnerships Deutschlands initiiert. 2008 ist die Kulturförderung der BMW Group bei etwa 100.000 Mitarbeitern in



Presse-Information

Datum September 2008

Thema BMW ist Partner der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ im Haus der Kunst - Jenny Holzer BMW Art Car als Exponat.

Seite 4

120 Ländern ein „essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation“, so der Vorstandsvorsitzende Dr. Norbert Reithofer. Immer dann, wenn sich die BMW Group kulturell engagiert, setzt sie voll auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – die in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke ist wie sie für die wichtigsten Innovationen in einem erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen steht. Bei über hundert Kulturveranstaltungen weltweit, vom größten Straßenfest Mexiko Citys über ein Jazzfestival in Beirut zu einem Melbournen Diskussionsforum engagiert sich die BMW Group seit vielen Jahrzehnten.

Zeitgenössische Kunst bildet neben den Schwerpunkten klassische Musik sowie Design und Architektur dabei eine Facette in der Ausrichtung der kulturellen Förderung. Die Fotosammlung „AutoWerke“ mit Arbeiten von u.a. Demand, Struth, Dijkstra, Höfer, Tillman und Lockhart wurde 2005 im Rahmen der Neueröffnung des BMW Werk Leipzig an das dortige Museum für Bildende Künste als Schenkung übergeben. In Leipzig vergibt BMW seit 2008 gleichfalls Stipendien an internationale Künstler und fördert deren Ausstellungen im Baumwollspinnerei-Viertel. Der Preis der Nationalgalerie in Berlin, der „Prix BMW“ auf der Paris Photo oder der von BMW und der spanischen Krone in Madrid übergebene „Premio de Pintura“ – sie alle haben zum Ziel, junge Kunst zu fördern. Art Basel, Art Basel Miami Beach, die Frieze Art Fair in London oder die FIAC in Paris – bei den wichtigsten Kunstmesse war oder ist BMW als Partner und mit VIP Shuttle vor Ort präsent.

Auch bei Produkteinführungen arbeitet BMW immer wieder mit wichtigen zeitgenössischen Künstlern zusammen, ob mit Joshua Davis, Rankin oder Robin Rhode. Formate zahlreicher Museen werden durch das Unternehmen kontinuierlich weltweit gefördert. Im eigenen Hause präsentieren Mitarbeiter seit knapp zwanzig Jahren ihre Kunst in der „Galerie 71“, seit 1986 werden jährlich Werke der Akademie der Bildenden Künste München für die Räumlichkeiten des Unternehmens angekauft. Die Hochschule selber wird mit einem Ausstellungsraum seitens BMW gefördert, in dem Studierende ihre Werke und Installationen eigenständig kuratieren.

Das Engagement für zeitgenössische Kunst ist international wie vielseitig. Der Sammlung selber ist es nicht daran gelegen, die Moderne und Gegenwart immer gleich zu präsentieren sondern setzt bewusst Akzente an den jeweiligen Standorten - so erhält junge Kunst fernab vom Markt die Möglichkeit der Präsentation. Die Glaubwürdigkeit im Handeln der BMW Group wird auch hier durch nachhaltiges wie verantwortungsbewusstes Engagement definiert.

**Haus der Kunst - „Brillantfeuerwerk“:** 10. September 2008, 20:01 Uhr bis 11. Januar 2009, 20:00 Uhr, zu Gast im Haus der Kunst, Prinzregentenstr. 1, 80538 München

# BMW Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information  
Datum September 2008  
Thema BMW ist Partner der Ausstellung „Brillantfeuerwerk“ im Haus der Kunst - Jenny Holzer BMW Art Car als Exponat.  
Seite 5

**Öffnungszeiten:** Täglich von 10:00 Uhr bis 20:00 Uhr, donnerstags von 10:00 Uhr bis 22:00 Uhr

**Eintritt:** Normal: 5,00€, Mitarbeiter der Partnerunternehmen: 3,50€, ermäßigt: 3,50€, Kinder unter 12 Jahren frei

**Info:** [www.brillantfeuerwerk.eu](http://www.brillantfeuerwerk.eu)

Die Pressekonferenz findet am 10. September 2008 um 11 Uhr in der Goldenen Bar im Haus der Kunst statt.

Informationen zum Kulturengagement der BMW Group: [www.bmwgroup.com/kultur](http://www.bmwgroup.com/kultur)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

## **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Thomas Girst, Sprecher Kulturkommunikation  
Telefon: +49 89 382 24753, Fax: +49 89 382 28017

Manfred Richter, Leiter Konzernaussagen, Unternehmenspublikationen, Nachhaltigkeit  
Telefon: +49-89-382-22592, Fax: +49-89-382-10881

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
e-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)