

Ingolstadt, 8. Dezember 2006

Audi bei der „Design Miami/ 2006“ in Florida Der Urknall der Dynamik

- **Spektakuläres Objekt im Umfeld einer exklusiven Veranstaltung**
- **Audi als Teil der progressiven Design-Szene**

Miami. Audi ist exklusiver Fahrzeugsponsor der „Design Miami/ 2006“, des internationalen Forums und Diskussionszentrums für Sammler, Aussteller und Kreative aus der Welt des Designs. Als solcher präsentiert Audi die Installation „Ignition R8“ rund um den neuen Sportwagen R8.

AUDI AG
Kommunikation
85045 Ingolstadt
www.audi.com

Vom 7. bis 10. Dezember treffen sich im Design District der Stadt die einflussreichsten Designer, Galeristen, Händler und Sammler, um die jüngsten Trends aus der Welt des Designs vorzustellen und zu begutachten. Miami ist längst zu einer der führenden Trendmetropolen der Welt geworden und die „Design Miami/ 2006“ zu einem der wegweisenden Treffen der Top-Gestalter.

Im Automobil-Design ist Audi längst als Trendsetter anerkannt. Gerade der R8 als erstes Mittelmotor-Modell der Marke zeigt mit seinem spannungsvollen Kontrast zwischen ruhigen und fließenden Flächen, zwischen Eleganz und Technikbetonung das Sportwagen-Design der nächsten Generation. Bei der „Design Miami/ 2006“ geht Audi mit der Installation „Ignition R8“ noch einen Schritt weiter: „Unser neuer Sportwagen wird Teil der Design- und Kunstszene durch ein Objekt, das die ultimative Sportlichkeit des Modells künstlerisch anspruchsvoll in Szene setzt“, sagt Walter de' Silva, der Designchef der Markengruppe Audi.

„Progressiv zu sein bedeutet Innovationskompetenz sowohl in der Technologie wie auch im zukunftsweisenden Design. Diese Kompetenzen setzt Audi überzeugend um und kommuniziert sie dabei selbst unter Design- und Kunstkennern eindrucksvoll“, kommentiert Ralph Weyler, Vorstand für Marketing und Vertrieb der AUDI AG die Aktion.

Der Moment, in dem Kraft entsteht

Im Atrium des Ausstellungsgebäudes Moore Building positioniert, demonstriert Audi nun auch in Miami diesen progressiven Anspruch: Mit der Installation „Ignition R8“, eingebaut in die Balkenkonstruktion des historischen Lagerhauses, mutiert der neue Audi R8 vom formvollendeten Designobjekt zum künstlerischen Unikat.

Die Zündung, der Urknall der Dynamik, jener Moment, in dem die Kraft entsteht und in Bewegung verwandelt wird – das ist das Thema der etwa zehn Meter hohen Skulptur. Sie symbolisiert damit die Dynamik des gerade erst auf dem Pariser Automobilsalon präsentierten R8: Tropfenförmige Pfeile schießen durch den Raum auf den silbernen Sportwagen zu, zeigen Bewegung und Schnelligkeit und vermitteln etwas von der Power des Sportwagens.

Der R8 ist Mittelpunkt und dynamische Zelle dieser besonderen, 64 Quadratmeter großen Installation. Dank der Größe und vor allem der Höhe der Ausstellungshalle ergeben sich für die Besucher von jedem Standpunkt aus neue Perspektiven und Blickwinkel. Eine besondere Einsicht verschafft der Blick aus dem dritten Stock auf den R8: Dann zeigt der Sportwagen durch die gläserne Motorhaube sein Herz, den hochdrehenden Achtzylinder mit 420 PS.

„Um den neuen Supersportler von Audi herum haben wir eine unverwechselbare Installation kreiert, die alle Besucher in den Bann des R8 ziehen wird“, ist Bernhard Neumann, Leiter internationale Messen der AUDI AG, von der Skulptur überzeugt, die gemeinsam mit Mutabor Markenerlebnisdesign sowie dem Architekturbüro Schmidhuber & Partner erdacht wurde. Für die Soundelemente des Objekts haben die Berliner Videojockeys BAUHOUSE eine eigene Klangcollage entwickelt.

Ambra Medda, Direktorin und Mitbegründerin der Messe, meint dazu: „Die ‚Design Miami/ 2006‘ ist stolz darauf, Audi als exklusiven Fahrzeugsponsor dabeizuhaben. Audi hat sich als Unternehmen immer für die Erforschung und Umsetzung guten Designs eingesetzt, was genau den Prinzipien und dem Geist der Design Miami/ entspricht. Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit und sind begeistert, die ‚Ignition R8‘ auf der ‚Design Miami/ 2006‘ zu haben.“

Trend-Metropole Miami

Miami hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der Pole der weltweiten Kunstszene und Designkultur entwickelt. Ein ganzer Stadtteil im Norden von Downtown, nur zehn Minuten von South Beach entfernt, wird heute als Design District bezeichnet. Mit Recht, denn innerhalb nur eines guten Jahrzehnts ist das ehemals finstere Viertel zum bunten Trendsetter in Sachen Design aufgeblüht. Über 100 Galerien und Showrooms locken heute Künstler und Designer, aber natürlich auch an Kunst und Design interessierte Käufer aus aller Welt.

Seit 2002 wird die Kunstszene in Floridas Trendmetropole durch die „Art Basel Miami Beach“ weiter aufgewertet. Begonnen als Ableger der renommierten Schweizer Kunstmesse hat die „ABMB“ mit dem Original in Basel an Bedeutung und Attraktion bereits gleichgezogen: Mehr als 200 Galerien präsentieren Anfang Dezember 1500 Künstler in zahlreichen Ausstellungen und Parties.

Inzwischen haben aber auch die Macher und die Fans von innovativem Design Miami als führende Messe-Metropole entdeckt: Schlicht „Design Miami/ 2006“ heißt die Schwesterveranstaltung der „ABMB“ vom 7. bis 10. Dezember. Damit gilt Miami für die internationale Szene als eines der bedeutendsten Foren für frisches Design aus den Bereichen Interieur, Lifestyle, Wohn- und Produktdesign. In Sachen künstlerischer Relevanz hat die unkonventionelle Messe-Tochter mit ihrer Mutter, der „Art Basel Miami Beach“, bereits im zweiten Jahr gleichgezogen.

Audi als Teil der Designszene

Mit Audi wird erstmals ein Automobilhersteller in Miami als Aussteller vertreten sein und sein spektakuläres Designobjekt „IGNITION R8“ präsentieren, mit dem neuen Sportwagen Audi R8 als Kern. „Wir präsentieren uns auf der Design Miami/ 2006 mit einem außergewöhnlichen Ausstellungsstück innerhalb einer unübersehbaren Installation als Bestandteil der internationalen Designszene“, verdeutlicht Bernhard Neumann, Leiter Internationale Messen der AUDI AG, die Bedeutung dieses Events.

Anders als die meisten Unternehmen, die ausschließlich als finanzieller Partner solcher Veranstaltungen auftreten, setzt die Marke mit den vier Ringen selbst kreative Akzente. Bereits bei der diesjährigen „Design Annual“ in Frankfurt war Audi als einzige Automobilmarke aktiv als Aussteller. Dort sorgte Audi ebenfalls mit einem ungewöhnlichen Konzept für Aufsehen: Der Messestand bildete ein überdimensionales Loft für das neue Audi TT Coupé. „Gerade der TT gehört als Design-Ikone und Technik-Highlight ebenso zu einer Design- wie einer Automobilmesse“, sagt Bernhard Neumann.

Diesen fortschrittlichen Gedanken setzt der Ingolstädter Automobilkonzern bei der „Design Miami/ 2006“ auf imposante Art und Weise fort: „Die Vorgabe lautete: ein extremes Auto auf einem extremen Event. Die Lösung war eine ebenso extreme Installation, die Automobil und Veranstaltung durch ihre Form miteinander vereint“, definiert Neumann das ehrgeizige Projektziel.

Design Miami/

Die Design Miami/ ist ein internationales Forum und Diskussionszentrum für Sammler, Aussteller und Kreative aus der Welt des Designs. Auf der jährlich stattfindenden einwöchigen Messe, die in Zusammenarbeit mit den Art Basel Kunstmessen von Miami und Basel präsentiert wird, treffen sich die einflussreichsten Händler, Designer, Sammler, Kuratoren und Kritiker, um die immer neuen Grenzen des Designs zu erleben und auszuloten. Weitere Informationen finden sie unter www.designmiami.com.

Kommunikation Lifestyle

Larissa Braun, Tel +49 (0)841 89 36066, larissa.braun@audi.de

Fotos und Informationen erhalten Sie unter www.audi-mediaservices.com/de
Für den Zugang bis 10.12. verwenden Sie bitte den Benutzernamen: audims049,
Kennwort: pksa1be