

"La responsabilidad y la confiabilidad son de gran valor". BMW Group celebra 50 años de compromiso cultural global.

Buenos Aires, 10 de febrero de 2021. Rojo. Amarillo. Azul. Todo comenzó con tres pinturas a gran escala de Gerhard Richter que BMW encargó al artista en 1971. Hoy, BMW está entregada con el compromiso cultural en todo el mundo y asume su responsabilidad social en serio como ciudadano corporativo. Más de cien iniciativas culturales a largo plazo de BMW Group en los campos del arte moderno y contemporáneo, la música clásica, el jazz y el sonido, así como en la arquitectura y el diseño, se han establecido bien a lo largo de las décadas.

Ilka Horstmeier, miembro del Consejo de Administración de BMW AG, Directora de Recursos Humanos y Relaciones Laborales: "En tiempos de cambios rápidos, la responsabilidad y la confiabilidad son de gran valor. Como es la cultura. Desde hace medio siglo, hemos establecido firmemente nuestro compromiso cultural en todo el mundo como socios a largo plazo. En BMW Group, creemos que nuestras cooperaciones artísticas son una parte integral de nuestra sostenibilidad social, en el pasado, presente y futuro. Es con gran alegría que BMW Group pueda mirar hacia atrás en 50 años de asociaciones incomparables basadas en el aprecio mutuo que nos conectan con las instituciones culturales y artistas más reconocidos del mundo."

Del Museo Guggenheim a la Tate Modern, del Centre Pompidou a la Neue Nationalgalerie. Desde la ópera Staatsoper Unter den Linden y La Scala de Milán hasta el Teatro Bolshoi de Moscú. De Art Basel a Frieze y la Bienal de Kochi-Muziris. La ciudadanía Corporativa y el diálogo intercultural son el núcleo de una empresa comercial exitosa como BMW Group. La libertad creativa incondicional y las cooperaciones sostenibles y a largo plazo son esenciales para las verdaderas asociaciones en el ámbito cultural. La experiencia, la red y el conocimiento compartidos permiten una interacción en lugar de la transacción monetaria que define el mero patrocinio.

1971 - Gerhard Richter recibe el encargo de tres pinturas a gran escala.

BMW Group sentó las bases de su compromiso cultural con el encargo de tres obras a gran escala del artista alemán Gerhard Richter. En 1971, Eberhard von Kuenheim, entonces presidente de la junta directiva de BMW AG, le pidió que creara tres pinturas para el vestíbulo de la nueva sede en Múnich. Desde la inauguración del icónico edificio de cuatro cilindros por el

arquitecto Karl Schwanzer en 1973, las tres obras encargadas “Rot”, “Gelb” y “Blau” se exhiben en su vestíbulo de entrada.

1973/1974 - Plant Dingolfing y exposiciones en BMW Group.

Desde sus inicios, el compromiso cultural de la empresa fue impulsado por un enfoque en sus empleados. A principios de la década de 1970, BMW abrió su Planta en Dingolfing. Sin acceso a la autopista en ese momento, Dingolfing emergió rápidamente como un área atractiva para el personal calificado, ya que BMW Group trabajó de la mano con instituciones culturales para crear acceso a la escena del arte y la cultura local. Aproximadamente al mismo tiempo, se abrió una nueva galería que exhibía el arte de los empleados en las instalaciones de BMW Group en el norte de Múnich. Además, se creó un espacio de exposiciones para presentar muestras como "El automóvil en el arte contemporáneo", que dio lugar a la cooperación con instituciones como Haus der Kunst y Pinakotheken, los reconocidos museos de bellas artes de Múnich.

1975 - El nacimiento de los BMW Art Cars.

Iniciado por el piloto de carreras francés y aficionado al arte Hervé Poulain y concebido en colaboración con el fundador de BMW Motorsport Jochen Neerpasch, el primer BMW Art Car fue encargado cuando ambos le pidieron a Alexander Calder que diseñara el auto de carreras BMW de Poulain en 1975. La idea resultó en un BMW 3.0 CSL pintado que se corrió en las 24 Horas de Le Mans, donde, gracias a su llamativo exterior, se convirtió instantáneamente en un favorito del público. Desde entonces, 19 artistas de todo el mundo han creado BMW Art Cars sobre la base de los automóviles de carreras y de producción de BMW contemporáneos, incluidos Roy Lichtenstein (1977, BMW 320i), Andy Warhol (1979, BMW M1), Robert Rauschenberg (1986, BMW 635 CSi), Esther Mahlangu (1991, BMW 525i), David Hockney (1995, BMW 850 CSi), Jenny Holzer (1999, BMW V12 LMR), Jeff Koons (2010, BMW M3 GT2), Ólafur Elíasson (2007, BMW H2R), John Baldessari (2016, BMW M6 GTLM) y Cao Fei (2017, BMW M6 GT3). Estas "esculturas rodantes" son una fascinante representación en la encrucijada de los deportes de motor y el diseño, del arte y la tecnología.

1979: una de las primeras asociaciones culturales público-privadas de Alemania.

Junto con la ciudad de Múnich, BMW Group fundó Spielmotor München e.V., una de las asociaciones público-privadas más antiguas de Alemania. La colaboración tiene como objetivo establecer y desarrollar aún más la ciudad como un centro cultural regional e internacional. Poco a poco, Spielmotor amplió su programa para incluir la Biental de Münchener para el nuevo teatro

musical en 1988, el festival de teatro experimental SPIELART en 1995 y el festival de danza contemporánea DANCE en 1998.

Destacados y digitalización.

En el transcurso de las últimas cinco décadas, el compromiso cultural de BMW Group ha ido mucho más allá del diseño de los BMW Art Cars por artistas de renombre. Ha ampliado su cartera para incluir a músicos de renombre como Daniel Barenboim y Anna Netrebko, que encantaron a decenas de miles de oyentes en la Bebelplatz de Berlín, así como a artistas jóvenes como Samson Young y Leelee Chan, que dejaron atrás los estudios de sus artistas para hacer del mundo entero su fuente de inspiración. Junto con otros socios, BMW Group desarrolló su propia gama de iniciativas, que incluyen el BMW Guggenheim Lab, BMW Tate Live, BMW Open Work by Frieze, el BMW Welt Jazz Award, la BMW Art Guide de Independent Collectors, el BMW Art Journey y la serie de conciertos gratuitos, Opera para todos, en Berlín, Munich, Moscú y Londres. Con el Rolls-Royce Arts Programme y varias cooperaciones de diseño de MINI, todas las marcas de BMW Group son agentes activos en el sector cultural. Además, BMW Group apoya a los principales museos, ferias de arte, orquestas, festivales de jazz y teatros de ópera de todo el mundo. Con BMW OPERA NEXT, su asociación digital con Staatsoper Unter den Linden desde 2019, BMW Group ha aprovechado las oportunidades que presenta la digitalización para abrir el mundo de la ópera a un público más joven y hacer que la alta cultura sea más accesible. Iniciativas como Art / Tech Grant del Garage Museum of Contemporary Art de Moscú, cientos de drones coreografiados volando por el cielo nocturno sobre el Golfo de México en colaboración con Studio Drift, las cooperaciones estratégicas con Artsy and Acute Art o Cao Fei, quien presentó su BMW Art Car a través de una App y AR en el espacio virtual, ilustran cómo BMW Group, como empresa de tecnología, se compromete con la transformación digital y continuará haciéndolo con su compromiso cultural en el futuro.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2020, BMW Group vendió más de 2,3 millones vehículos y más de 169 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126.016 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la

cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2019 el 25 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

gonzalo.rodino@bmw.com.ar
tania.silva@partner.bmw.com.ar