



Presse-Information

14. Juli 2011

SPIELART 2011.**Die Stadt München und die BMW Group sind seit über dreißig Jahren Partner des internationalen Theaterfestivals in München.**

München. Vom 18. November bis zum 4. Dezember 2011 steht München wieder im Zeichen des aktuellen und zeitgenössischen Theaterfestivals Spielart. Seit 1979 engagiert sich die Stadt München in Zusammenarbeit mit BMW für den Spielmotor e.V. und ermöglicht unter anderem die Umsetzung des SPIELART Festivals.

Festivalleiter Tilmann Broszat und Co-Kurator Gottfried Hattinger haben das SPIELART Programm zusammengestellt. Bekannte Protagonisten und Newcomer werden an 17 Tagen mit über 70 Veranstaltungen Fragen der Zeit nachgehen und überraschende künstlerische Formen und Formate präsentieren. Über 200 Künstler aus Frankreich, Großbritannien, Dänemark, Norwegen und Schweden, den Niederlanden, Belgien, Italien, Spanien, Finnland, Deutschland, Österreich, Polen, Russland, Kolumbien und den USA nehmen an dem Festival teil. Zwei hochaktuelle Inszenierungen aus Japan bilden den Eröffnungsschwerpunkt des Festivals.

Dr. Hans-Georg Küppers, Kulturreferent der Stadt München und Vorstandsvorsitzender Spielmotor München e.V.:

„Als Vorsitzender des Vereins Spielmotor möchte ich von Seiten des Kulturreferates BMW meinen herzlichen Dank für die langjährige hervorragende Zusammenarbeit aussprechen. Auch nach über dreißig Jahren funktioniert diese Public-Private-Partnership im Dienste der internationalen Kulturförderung in München immer noch vorbildlich.“

Maximilian Schöberl, Bereichsleiter BMW Group Konzernkommunikation und Politik: „Zwei Jahre Wartezeit sind endlich vorbei und das Theaterfestival Spielart wird wieder knapp drei Wochen die Kulturlandschaft Münchens bereichern. Der Spielmotor als Veranstalter von Spielart ist die älteste Public-Private Partnership Deutschlands – zwischen der Stadt München und der BMW Group. Das Theaterfestival ist fester Bestandteil des internationalen Kulturengagements der BMW Group, das in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen feiert. Wir sind sehr stolz auf diese Kooperation und wünschen allen Gästen eine spannende, ereignisreiche und unterhaltsame Festivalzeit.“

Seit 40 Jahren engagiert sich die BMW Group in aller Welt und nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung auch im Bereich der Kultur wahr. Schwerpunkte setzt das Unternehmen in der zeitgenössischen Kunst, der klassischen Musik und im Jazz sowie in Architektur und Design. Bei allem Kulturengagement setzt das Unternehmen auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen. Derzeit fördert die BMW Group mehr als 100 Projekte weltweit. Die Partnerschaft mit dem Spielmotor e.V. ist ein Projekt der ersten Stunde.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-20067

Internet
www.bmwgroup.com

Datum 14. Juli 2011
Thema SPIELART.
Seite 2

Mehr zum kulturellen Engagement der BMW Group unter www.bmwgroup.com/kultur
Mehr zum SPIELART Programm 2011 unter www.spielmotor.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Über das kulturelle Engagement der BMW Group

2011 feiert die BMW Group 40 Jahre internationales Kulturengagement. Die Kulturförderung der BMW Group mit über 100 Projekten weltweit ist 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 und Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Thomas Demand und Jeff Koons mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen berühmte Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Gebäude und Werke des Unternehmens. Bei allem Kulturengagement setzt die BMW Group stets auf die absolute Freiheit des kreativen Potentials – denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: 089-382-24753, Fax: 089-382-10881

Antonia Walter
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Sprecherin Kulturengagement
Telefon: 089-382-10422, Fax: 089-382-10881

Internet:
www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de