



## **SPIELART 2013. Die Stadt München und die BMW Group feiern die zehnte Ausgabe des internationalen Theaterfestivals in München.**

SPIELART 2013. Die Stadt München und die BMW Group feiern die zehnte Ausgabe des internationalen Theaterfestivals in München. Vom 15. bis 30. November 2013 steht München wieder im Zeichen des aktuellen und zeitgenössischen Theaterfestivals SPIELART. Seit 1979 engagiert sich die Stadt München in Zusammenarbeit mit der BMW Group für den Spielmotor e.V. Die Partnerschaft ist damit ein Projekt der ersten Stunde und ermöglicht unter anderem die Umsetzung des SPIELART Festivals. Unter der künstlerischen Leitung von Tilmann Broszat und Co-Kurator Gottfried Hattinger zeigen auch dieses Jahr wieder bekannte Protagonisten und Newcomer ein breit gefächertes Programm. Neben dem internationalen Koproduktions- und Gastspielprogramm gibt es mit CITYWORKS ein Sonderprojekt zur zehnten SPIELART-Ausgabe: Entlang der zentralen Spielorte des Festivals werden neun Container-Gebäude errichtet, die von Künstlerinnen und Künstlern aus acht Ländern zum Überbegriff "Stadt" mit Installationen und Performances bespielt werden. Abgerundet wird das Programm durch die dreitägige Performance- und Diskursplattform WAKE UP! am zweiten SPIELART-Wochenende, wo Wissenschaftler, Künstler und Publizisten im Rahmen einer "Versammlung für ein anderes Europa" zu konkreten politischen Gestaltungsmöglichkeiten unserer Gesellschaft diskutieren. Maximilian Schöberl, Bereichsleiter BMW Group Konzernkommunikation und Politik: "Mit großem Dank an alle Beteiligten gratulieren wir von BMW Group Seite herzlich zur 10. Ausgabe von SPIELART! Wir sind sehr stolz auf diese Kooperation und freuen uns, dass zum Jubiläum ein Sonderprogramm ermöglicht werden konnte. Allen Gästen wünschen wir eine spannende, ereignisreiche und unterhaltsame Festivalzeit." Spielmotor e.V. ist mit seiner Gründung 1979 die älteste Public-Private-Partnership Deutschlands. Diese langjährige Kooperation ist Teil des kulturellen Engagements am Standort und Baustein des Selbstverständnisses der BMW Group als "Good Corporate Citizen". Spielmotor bietet eine kulturelle Bandbreite an, die die Vision der Gründung des gemeinnützigen Vereins - die "Initiierung und Durchführung kultureller Veranstaltungen in München" - umsetzt und München als Kulturstandort überregional und international etabliert. Mehr zum SPIELART Programm 2013 unter [www.spielart.org](http://www.spielart.org) 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 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, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group, seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement 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](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick) Die BMW Group 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 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes. [www.bmwgroup.com](http://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 Kulturengagement Telefon: +49 89 382 24753, Fax: +49 89 382 10881 Für weitere Information kontaktieren Sie bitte das BMW Group Kulturengagement: Tel.: +49 89 382 51468 [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### **Pressekontakt**

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

### **Firmenkontakt**

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen

Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im ?Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.