



Kommunikation Kultur

Sarah Braun

Telefon: +49-841-89-48354

E-Mail: sarah.braun@audi.de

www.audi-mediacenter.com

Audi ArtExperience wird Partner im Werksviertel

- **Audi als Premium Partner des Festivals „Out Of The Box“**
- **Förderung von interdisziplinärem und progressivem Kunstformat**
- **Kulturengagement Teil einer umfangreichen Initiative von Audi im Werksviertel**

Ingolstadt/München, 16. Dezember 2019 – Audi ArtExperience, das Kulturengagement der AUDI AG, weitet seine Aktivitäten auf das Werksviertel-Mitte in München aus. Das Festival „Out Of The Box“ startet dort am 10. Januar 2020 und wird unter dem Motto „Unter die Haut“ musikalische Performance-Kunst bieten, die die Vision des Werksviertels künstlerisch erfahrbar macht.

Das Münchner Werksviertel zeigt sich als Stadtteil der Zukunft, wo nachhaltig und innovativ urbanes Leben von morgen gestaltet wird. Arbeit, Wohnen und Kultur vernetzt denken. Diese Vision der „Siedler“ – so heißen die Mieter im Werksviertel – teilt auch Audi auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität im urbanen Kontext. Als vielseitiges Engagement angelegt, ist Audi nicht nur mit seinem Mobilitäts-Angebot „Audi on demand“, einem Pop-Up-Store zur Elektro-Mobilität und einem Co-Working-Space im WERK12 präsent. Audi ArtExperience ist auch Premium Partner von „Out Of The Box“. Damit trägt das Unternehmen zu einem kreativen Angebot vor Ort bei.

Ab dem 10. Januar 2020 wird die zweite Ausgabe von „Out Of The Box“ das Werksviertel an vier aufeinanderfolgenden Wochenenden kulturell zum Leben erwecken. Das Festival hat sich seit der erfolgreichen Premiere im letzten Jahr die Präsentation außergewöhnlicher künstlerischer Produktionen auf der Schnittstelle zwischen Musik, Visuellem und Performance auf die Fahne geschrieben. Dazu werden die Besucher eingeladen, auf dem gesamten Werksviertel-Gelände grenzüberschreitende Kulturangebote zu erleben, die sich mit aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen wie Nachhaltigkeit oder Digitalisierung auseinandersetzen.

Audi versteht dieses Kulturengagement als einen Beitrag, Zukunftsfragen zu urbanem Leben auch über nachhaltige Mobilitätsangebote hinaus zu stellen. „Das Münchner Werksviertel ist für uns ein ideales Experimentierfeld, wie urbanes Leben in Zukunft gestaltet wird. Da gehört Mobilität dazu, aber auch ein kreatives kulturelles Angebot, das uns auf neue Ideen bringt. Mit „Out Of The Box“ fördert Audi ein Projekt, welches genau dort ansetzt und damit einen wesentlichen Beitrag zur Vision des Werksviertels leistet“, erklärt Horst Hanschur, Leiter Retail Business Development und Customer Services, AUDI AG. „Der interdisziplinäre Ansatz von „Out Of The Box“ passt zur Ausrichtung des Kulturengagements Audi ArtExperience, welches progressive und mutige Kulturformate fördert, die einen gesellschaftlichen Diskurs mittels der Kunst auslösen“, ergänzt Brigitte Urban, Leiterin des Kulturengagements bei Audi.



„Wir sind froh, in Audi einen Partner gefunden zu haben, der bereit ist, über den Tellerrand hinaus zu schauen und klassische Sponsorings neu zu denken. In diesem Sinn ist es eine Bereicherung, Schnittstellen wie Digitalisierung oder Nachhaltigkeit mit einem Partner wie Audi auch inhaltlich zu diskutieren und in Kunst zu übersetzen“, fasst Dr. Martina Taubenberger, Leiterin des Festivals „Out Of The Box“ zusammen.

Die Pressekonferenz zu „Out Of The Box“ und zur neuen Partnerschaft mit Audi ArtExperience findet am Donnerstag, 9. Januar 2020 um 11 Uhr im München Hoch5 statt.

Weitere Informationen zum Festivalprogramm, zur Kooperation mit Audi ArtExperience sowie zu den Aktivitäten von Audi im Werksviertel-Mitte finden Sie unter:

www.audi-mediacyber.com/de/smart-city-298

und

www.OutOfTheBox.org

– Ende –

Der Audi-Konzern mit seinen Marken Audi, Ducati und Lamborghini ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premiumsegment. Er ist weltweit in mehr als 100 Märkten präsent und produziert an 18 Standorten in 13 Ländern. 100 prozentige Töchter der AUDI AG sind unter anderem die Audi Sport GmbH (Neckarsulm), die Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant’Agata Bolognese/Italien) und die Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna/Italien).

2018 hat der Audi-Konzern rund 1,812 Millionen Automobile der Marke Audi sowie 5.750 Sportwagen der Marke Lamborghini und 53.004 Motorräder der Marke Ducati an Kunden ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Premiumhersteller bei einem Umsatz von € 59,2 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von € 4,7 Mrd. Zurzeit arbeiten weltweit rund 90.000 Menschen für das Unternehmen, davon mehr als 60.000 in Deutschland. Audi fokussiert auf nachhaltige Produkte und Technologien für die Zukunft der Mobilität.
