

Presse-Information
26. April 2013

Die Lange Nacht der Musik bei der BMW Group

Auftaktkonzert mit „The Overtones“ in der BMW Welt

Arrivierte Künstler und vielversprechende Newcomer bei

BMW Lenbachplatz

München. Bereits zum 15. Mal schließen sich am 11. Mai 2013 rund 120 Spielstätten in München für die „Lange Nacht der Musik“ zusammen. Auf die Münchner Musikfans warten rund 400 Konzerte, musikalische Lesungen und Kabarets. Das diesjährige Auftaktkonzert bestreitet um 19:30 Uhr die britisch-irische Band The Overtones in der BMW Welt. Bei BMW Lenbachplatz kommen Freunde mitreißender klassischer, jazziger und poppiger Töne bis 3:00 Uhr wieder auf ihre Kosten.

Auftaktkonzert mit „The Overtones“ in der BMW Welt

Seit ihrem Hit „Gambling Man“ sind The Overtones international bekannt. Die fünf Gentlemen mischen zeitgenössische Pop-Einflüsse mit den gefühlvollen Klängen der Gesangsgruppen der 50er und 60er Jahre. Auf ihrem aktuellen Album „Higher“ stecken sie die musikalischen Grenzen nochmals weiter als auf ihrem sensationellen Debütalbum. Und auch live knüpft die Vocal Harmony Band an den Erfolg an: Die Deutschland-Tour 2012 war restlos ausverkauft, in München geben sie nun den Startschuss für „Die Lange Nacht der Musik“. Ein DJ sorgt bereits ab 19:00 Uhr für die richtige Stimmung. Nach dem Konzert lädt die BMW Welt zur After-Show-Party bis 21:00 Uhr ein.

„Wir freuen uns, dass wir bereits zum dritten Mal Gastgeber des Auftaktkonzerts sind und mit ‚The Overtones‘ erneut eine Band von Weltklasseformat in unserem Haus begrüßen dürfen. Damit haben wir wieder ein echtes Highlight für unsere Fans und alle Besucher der Langen Nacht der Musik“, so Thomas Muderlak, Leiter der BMW Welt.

Mitreißende Live-Acts bei BMW Lenbachplatz

Noch mehr Livemusik erwartet die Zuschauer ab 20:00 Uhr in der Lounge am Lenbachplatz. BMW und Medienpartner BR-Klassik präsentieren junge Stars, arrivierte Künstler und Newcomer aus Klassik, Jazz und Pop. Bis 3:00 Uhr treten Bülbül Manush, Marie Marie, Matthias Matzke, Ottavia Maria Maceratini, Passo Avanti, Paul Gehrig und Trombone Attraction und DJ Thomas Bohnet auf mehreren Bühnen und den zwei Ebenen in der futuristischen Atmosphäre von BMW Lenbachplatz auf. Ab 19:30 Uhr legt dj francis b. von „U21 – Deine Szene. Deine Musik“ auf. BR-Klassik überträgt von 21:00 bis 23:00 Uhr live aus der Lounge am Lenbachplatz.

Tickets

Die Eintrittskarten für die „Lange Nacht der Musik“ können von 18:00 bis 20:00 Uhr am Counter Nord der BMW Welt sowie bei München Ticket, an allen bekannten Vorverkaufsstellen und an der Abendkasse gekauft werden. Der Ticketpreis beträgt 15 Euro, die Karte gilt auch für alle anderen teilnehmenden Veranstaltungsorte der „Langen Nacht der Musik“. Beliebige Fahrten mit den Shuttlebussen sind im Ticket

Presse-Information

Datum 26. April 2013

Thema „Lange Nacht der Musik“ bei der BMW Group

Seite 2

enthalten. Von 18:00 bis 21:00 Uhr wird – solange der Vorrat reicht – am Counter Nord der BMW Welt gegen Vorlage des Tickets ein kostenloses MVV Ticket für eine einmalige Fahrt mit der U-Bahn in die Innenstadt ausgehändigt. Die BMW Welt Tiefgarage ist die ganze Nacht durchgehend geöffnet, an der Abendkasse von 18.00 bis 21.00 Uhr sind Sondertickets zu je 4 Euro erhältlich, diese sind bis Sonntagabend 18 Uhr gültig.

Weitere Informationen auch unter:

www.bmw-welt.com

www.muenchner.de/musiknacht

www.bmw-lenbachplatz.de

www.br-klassik.de/u21



Lange Nacht der Musik 2013: Eröffnungskonzert von The Overtones in der BMW Welt. (Foto: BMW Group)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH

Im Auftrag der BMW Welt

Sabine Sonner

Phone: +49-89-720187-19

mailto: bmw-welt@lhlk.de

BMW Group Unternehmenskommunikation

Martina Napoleone

Pressesprecherin BMW Welt

Phone: +49-89-382-14908

mailto: Martina.Napoleone@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de

Presse-Information

Datum 26. April 2013

Thema „Lange Nacht der Musik“ bei der BMW Group

Seite 3

BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.

Mit rund 2,5 Millionen Besuchern jährlich ist die BMW Welt in München die beliebteste Sehenswürdigkeit Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten etabliert. Die BMW Welt mit ihrer wegweisenden Architektur ist das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung des Neufahrzeugs sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Poetry Slam, Clubbing, Improtheater, Familiensonntag, Filmpremiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion – die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen für bis zu 2.500 Gäste eine ideale Plattform. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus der BMW Welt spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit.

BMW Lenbachplatz als kulturelle Begegnungsstätte

Als Gastgeber wird BMW Lenbachplatz mit diesem Musikengagement erneut zur Begegnungsstätte von Kultur, Musik und Technologie. Eine Symbiose, die bereits in der Vergangenheit durch zahlreiche Ausstellungen und Veranstaltungen aus dem Bereich Kunst und Kultur etabliert wurde. Die Münchner Philharmoniker verzaubern BMW Lenbachplatz mit ihren Kinderkonzerten in der Vorweihnachtszeit. Auch die beliebten Filmkonzerte bieten Kulturgenuß auf höchstem Niveau. Spannende Einblicke in die Welt des Automobildesigns erhalten Besucher bei Design Nächten mit namhaften BMW Designern. Die Markensaufenster BMW Lenbachplatz in München und BMW Kurfürstendamm in Berlin sind seit Jahren fester Bestandteil des Vertrieb Deutschlands der BMW AG. Als multidimensionale Markenerlebnisräume in zentraler Innenstadtlage ziehen sie jährlich über 250.000 Besucher an. Neben unterschiedlichen thematischen Ausstellungen wie die aktuelle BMW Motorsportausstellung „Die Geschichte einer Leidenschaft.“ bieten beide Markensaufenster eine ideale Plattform für interne und externe Veranstaltungen.

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.

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 Montagewerke 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

Presse-Information

Datum 26. April 2013

Thema „Lange Nacht der Musik“ bei der BMW Group

Seite 4

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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>