

Presse-Information
09. Dezember 2013

Jonas Kaufmann führt Partnerschaft mit BMW fort Startenor seit 2009 als BMW Markenbotschafter

München. BMW freut sich, die Partnerschaft mit Markenbotschafter Jonas Kaufmann zu verlängern. Damit vertieft der Startenor seine langjährige Beziehung zu BMW, die bereits während des Studiums als Shuttlefahrer für das Unternehmen begann: „Vor diesem Hintergrund bin ich nur allzu gerne Markenbotschafter für BMW: alte Liebe rostet nicht. Nicht nur die Produkte, auch das Engagement der Marke im Kulturbereich ist bemerkenswert. Ich freue mich daher sehr auf die weitere Zusammenarbeit.“

Auch Johannes Seibert, Leiter Marketing BMW Deutschland, ist über die Fortführung der Partnerschaft hocherfreut: „Zu Jonas Kaufmann besteht eine langjährige und gute Verbindung. Sein anhaltend großer Erfolg auf den Bühnen dieser Welt spricht für sich, seine Begeisterung für die Marke BMW bildet eine perfekte Basis für die Zusammenarbeit. Das macht ihn weiterhin zu einem idealen Botschafter der Marke und Partner für unser Engagement im kulturellen Bereich.“

1969 in München geboren, besuchte Jonas Kaufmann die dortige Musikhochschule, an der er 1994 sein Examen als Opern- und Konzertsänger mit Auszeichnung absolvierte. Bereits seit vielen Jahren wird Kaufmann an den bedeutenden internationalen Opernbühnen, wie der Mailänder Scala, der Metropolitan Opera New York und dem Royal Opera House London als Startenor gefeiert. In Deutschland wurde er erst vor wenigen Wochen bei der Echo-Verleihung 2013 zum wiederholten Mal als „Sänger des Jahres“ ausgezeichnet.

Seit 2009 hat Kaufmann als Markenbotschafter mit BMW viele Aktivitäten umgesetzt. Neben einer Live-Aufnahme der „Schönen Müllerin“ in der Münchner Residenz 2009, wurde 2011 seine Darstellung in Ludwig van Beethovens „Fidelio“ im Rahmen des „Oper für alle“-Formats live übertragen. Außerdem begleitete BMW Kaufmann als Hauptpartner 2011 und 2012 auf der Konzerttournee „Gipfeltreffen der Klassikstars“ durch Deutschland gemeinsam mit Anna Netrebko und Erwin Schrott.

Besonders das „Oper für alle“-Format hat es Jonas Kaufmann angetan. Selbst als Guest nimmt er häufig begeistert daran teil. „Oper für alle“ ist nur ein Projekt, welches die BMW Group im Rahmen des Schwerpunktthemas Klassische Musik und Jazz ausrichtet. Weitere Informationen dazu können unter <http://www.bmwgroup.com/kultur> eingesehen werden.

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



Presse-Information

Datum 09. Dezember 2013

Thema Startenor Jonas Kaufmann führt Partnerschaft mit BMW fort

Seite 2

Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammen gearbeitet. 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 und 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.

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 24418

Birgit Hiller
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Sprecherin Vertrieb Deutschland
Telefon: +49 89 382 39169, Fax: +49 89 382 24418

Für weitere Information kontaktieren Sie bitte das BMW Group Kulturengagement:
Tel.: +49 89 382 51468

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