

Presse-Information
14. Juli 2014

„Oper für alle“ 2014: Insgesamt 56.000 erlebten Festspiel-Konzert und Live-Übertragung Erfolgreicher Abschluss auf dem Marstallplatz

München. Insgesamt 14.000 klassikbegeisterte Zuhörer konnten dank der Live-Opernübertragung und des Festspiel-Konzertes bei „Oper für alle“ innerhalb von zwei Wochen herausragende Klassik-Abende kostenlos und unter freiem Himmel erleben. Nach der Live-Übertragung der Festspielpremiere von „Guillaume Tell“ am 28. Juni, die über 6.000 Zuschauer vor Ort und ca. 42.000 Zuhörer online verfolgten, besuchten am Samstag knapp 8.000 Münchner und Gäste das Festspiel-Konzert auf dem Münchner Marstallplatz. Dank BMW München war der Eintritt wie immer kostenlos.

Im Mittelpunkt des Konzertprogramms standen Werke von **Richard Strauss**, dessen Geburtstag sich dieses Jahr zum 150. Mal jährt. Unter der musikalischen Leitung von Philippe Jordan erklangen die beiden Tondichtungen: „Till Eulenspiegels lustige Streiche“ und „Ein Heldenleben“. Den Höhepunkt des Abends bildeten ausgewählte Orchesterlieder mit der Sopranistin Diana Damrau. Das Jugendorchester des Bayerischen Staatsorchesters, ATTACCA, spielte die Ouvertüre von Verdis „La forza del destino“.

Mit „Oper für alle“ ermöglicht die BMW Group in Partnerschaft mit der Bayerischen Staatsoper seit nunmehr 17 Jahren kostenfreien Kunstgenuss auf höchstem Niveau für kultur- und musikbegeisterte Bürger und Gäste Münchens. Die Opern-Übertragung und das Festspiel-Konzert verlagern die Münchner Opernfestspiele ins Freie und zählen längst zu Höhepunkten im Kulturkalender der Bayerischen Landeshauptstadt.

Die Kooperation mit der Bayerischen Staatsoper ist fester Bestandteil des internationalen Kulturengagements der BMW Group und Teil einer Reihe von Open-Air-Konzerten, die die BMW Group auch in Berlin mit der Staatsoper Unter den Linden und in London mit dem London Symphony Orchestra veranstaltet.

Presse-Information

Datum 13. Juli 2014

Thema Oper für alle 2014: Insgesamt 56.000 erleben Festspiel-Konzert und Live-Übertragung

Seite 2

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 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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. 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 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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

Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an das BMW Group Kulturengagement:
Telefon: +49 (0)151-601-51468

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de