

Presse-Information  
10. April 2015**Konzertreihe BMW KLASSIK LIVE mit Jonas Kaufmann**  
**Auftakt der Tournee „Du bist die Welt für mich“**

**Köln.** Am 15. April startet der weltbekannte Tenor und langjährige BMW Markenbotschafter Jonas Kaufmann in der Kölner Philharmonie seine Tournee „Du bist die Welt für mich“ – eine Hommage an die Operette und Operettenfilme des frühen 20. Jahrhunderts. Im Rahmen der Konzertreihe BMW KLASSIK LIVE wird Jonas Kaufmann seinen Fans in elf Städten Evergreens wie „Freunde, das Leben ist lebenswert“, „Dein ist mein ganzes Herz“, und „Du bist die Welt für mich“ präsentieren.

Seit 2009 hat Jonas Kaufmann als Markenbotschafter mit BMW bereits viele Aktivitäten umgesetzt. Im Rahmen der BMW KLASSIK LIVE Konzertreihe begleitet BMW erstmalig in enger Zusammenarbeit mit Jonas Kaufmann eine Konzerttournee von der Idee bis zur Umsetzung. Stefanie Wurst, Leiterin Marketing BMW Deutschland, zeigt sich erfreut über die Partnerschaft: „Jonas Kaufmann ist einer der international erfolgreichsten deutschen Künstler, weltoffen und technikbegeistert. Mit der BMW KLASSIK LIVE begleiten wir den Startenor erstmals umfassend von der Tourneeidee bis zum Auftritt auf der Bühne. Wir sind sehr froh, dass wir ein so faszinierendes Projekt gemeinsam auf die Beine stellen konnten“.

Bisher hatte Jonas Kaufmann Operettenmelodien oft als Zugabe gesungen, aufgrund der großen Begeisterung seines Publikums, widmet er der Unterhaltungsmusik zwischen 1925 und 1935 nun ein gesamtes Programm. Begleitet vom Münchner Rundfunkorchester unter der Leitung von Jochen Rieder interpretiert Kaufmann unter anderem Lieder von Franz Lehár, Robert Stolz, Emmerich Kálmán, Richard Tauber und Ralph Bernatzky. Bei aller Leichtigkeit der Melodien darf das anspruchsvolle Repertoire jedoch nicht unterschätzt werden. So gesteht Jonas Kaufmann: „Kein Repertoire hat mich so sehr gefordert wie dieses! Man sagt gern ‚Leichte Muse‘, weil die Musik für's Publikum leicht klingt, doch die meisten Evergreens von Lehár, Kálmán, Stolz und Abraham sind sängerisch äußerst anspruchsvoll.“

Zusammen mit Kaufmann auf Tour ist der BMW 327, ein seltenes Oldtimer Sport-Kabriolett in beige-braun aus dem Jahre 1937. Es ergänzt optisch den durch Musik und Text heraufbeschworenen Zeitgeist der 20er und 30er Jahre des Konzertprogrammes.

**Tourdaten Jonas Kaufmann „Du bist die Welt für mich“:**

15.04.2015	Köln, Philharmonie
17.04.2015	Dortmund, Konzerthaus
19.04.2015	Stuttgart, Liederhalle
22.04.2015	Hamburg, Laeizhalle
24.04.2015	München, Philharmonie
26.04.2015	Baden-Baden, Festspielhaus
14.05.2015	Wien, Konzerthaus
16.05.2015	Luzern, KKL
18.05.2015	Berlin, Philharmonie
20.05.2015	Hannover, Kuppelsaal
23.05.2015	Paris, Théâtre des Champs Elysées

## Presse-Information

Datum 15. April 2015  
Thema Jonas Kaufmanns Hommage an die Operette  
Tournée "Du bist die Welt für mich" im Rahmen von BMW KLASSIK LIVE  
Seite 2

**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

Bildmaterial erhalten Sie im BMW PressClub ([www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com))

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagstätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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](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>