

Presse-Information  
1. August 2015

**„Oper für alle“ 2015 begeistert über 20.000 Zuschauer unter freiem Himmel in der Münchner Innenstadt.  
Live-Opernübertragung von „Manon Lescaut“ beschließt die Münchner Opernfestspiele 2015.**

**München.** Am gestrigen Freitagabend gingen die Münchner Opernfestspiele 2015 mit der „Oper für alle“-Live-Übertragung von Giacomo Puccinis „Manon Lescaut“ auf den Max-Joseph-Platz zu Ende. Insgesamt 20.000 Musikbegeisterte konnten im Juli dank der Opern-Live-Übertragung und dem diesjährigen Festspielkonzert herausragende Klassik unter freiem Himmel genießen. BMW München, langjähriger Partner der Münchner Opernfestspiele und von „Oper für alle“, ermöglichte auch dieses Jahr wieder den kostenfreien Eintritt zu beiden Veranstaltungen.

Den Auftakt zu „Oper für alle“ machte in diesem Jahr das Festspielkonzert am 18. Juli 2015. Unter der Leitung des Schweizer Dirigenten Philippe Jordan widmete sich das Bayerische Staatsorchester einem gänzlich russischen Programm mit Modest M. Mussorgskys „Bilder einer Ausstellung“ und Igor Strawinskys „Le Sacre du printemps“, das bei rund 9.000 Münchnern und Gästen der Stadt für Begeisterung auf dem Marstallplatz sorgte. Auf den Klassik-Abend eingestimmt wurde das Publikum von den Musikerinnen und Musikern von ATTACCA, dem Jugendorchester des Bayerischen Staatsorchesters, die Antonín Dvořáks „Konzertouvertüre Karneval A-Dur op. 92“ spielten.

Am 31. Juli folgte die zweite „Oper für alle“-Veranstaltung in München: Die seit Monaten ausverkaufte letzte Vorstellung der Saison, Puccinis „Manon Lescaut“ in der Inszenierung von Hans Neuenfels, wurde im Rahmen von „Oper für alle“ live auf die 50m2 große Leinwand auf dem Max-Joseph-Platz und ins Internet übertragen. Am Pult des Bayerischen Staatsorchesters stand an diesem Abend Alain Altinoglu. Bei sommerlichen Temperaturen verfolgten über 10.000 Besucher die Vorstellung mit Kristine Opolais und Jonas Kaufmann in den Hauptpartien auf dem Platz, sowie 58.000 Zuschauer über den Online-Live-Stream der Staatsoper. Bereits zum zweiten Mal führte Thomas Gottschalk als Moderator durch den „Oper für alle“-Abend und traf unter anderem die Solisten zu kurzen Interviews hinter der Bühne.

Peter Mey, Leiter der BMW Niederlassung München, äußert sich erfreut: „Sowohl das Festspielkonzert als auch die Live-Übertragung haben auch in diesem Jahr mit einer einzigartigen Besetzung und Inszenierung begeistert – doch der eigentliche Höhepunkt von ‚Oper für alle‘ ist die ganz besondere Stimmung, wenn tausende Münchnerinnen und Münchner gebannt auf die Leinwand blicken.“

Mit „Oper für alle“ ermöglicht BMW in Partnerschaft mit der Bayerischen Staatsoper seit nunmehr 18 Jahren kostenfreien Kunstgenuss auf höchstem Niveau für kultur- und musikbegeisterte Bürger und Gäste Münchens. Die Opernübertragung und das Festspielkonzert verlagern die Münchner Opernfestspiele ins Freie und zählen zu den 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 1. August 2015  
Thema „Oper für alle“ 2015 begeistert über 20.000 Zuschauer unter freiem Himmel in der Münchner Innenstadt.  
Live-Opernübertragung von „Manon Lescaut“ beschließt die Münchner Opernfestspiele 2015.  
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

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 Montagestätten 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>