

Presse-Information
23. Mai 2016

BMW LSO Open Air Classics fand zum fünften Mal auf dem Trafalgar Square statt

Kostenloses Konzert für tausende Zuhörer

Singeinlage zum fünfjährigen Bestehen der Partnerschaft zwischen BMW und LSO

London. Zum fünften alljährlichen Konzert in der Reihe BMW LSO Open Air Classic spielte das London Symphony Orchestra auf dem Trafalgar Square ein reines Tschaikowsky-Programm vor vollem Platz, einer Zuhörerschaft aus Londonern und Besuchern aus aller Welt. BMW richtet die Veranstaltungsreihe gemeinsam mit dem LSO aus, um klassische Musik der breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Die kostenlosen Konzerte erfreuen sich der Unterstützung des Londoner Oberbürgermeisters. Unter der Leitung von Valery Gergiev führte das LSO die spektakuläre „Ouvertüre 1812“ und die 4. Sinfonie auf. Durch den Abend führte Paul Rissmann.

Dr. Ian Robertson, Vorstandsmitglied der BMW AG, sagte: „Seit fast 50 Jahren ist BMW im Rahmen seines kulturellen Engagements bemüht, klassische Musik der breiten Masse zugänglich zu machen. Kultur ist integraler Bestandteil der Marke BMW und unsere Kooperationen im Kulturbereich tragen dem Rechnung. Mit Innovation als einem Eckpfeiler unserer DNA festigen wir unsere Spitzenposition bei neuen Entwicklungen, sowohl im Kunst-, als auch im Technologiebereich. Es freut uns, jedes Jahr fast 10.000 Besucher aus aller Welt alleine hier auf dem Trafalgar Square begrüßen zu dürfen, die gebannt unserem wunderbaren Partner, dem LSO, zuhören. Wir sind stolz darauf, den BMW Open Air Klassiksommer auf diese Art und Weise einzuläuten und in Berlin wie München in den nächsten Wochen fortzuführen.“

Kathryn McDowell, geschäftsführende Direktorin des LSO, sagte: „Ich freue mich sehr darüber, dass das LSO dieses kostenlose Konzert zum fünften Mal auf dem Trafalgar Square geben kann. Tausende Menschen mit wunderbarer Live-Musik zu begeistern, liegt dem LSO sehr am Herzen, und ich bin hochofret darüber, dass diese Veranstaltung ihren festen Platz im jährlichen Londoner Kulturkalender gefunden hat. Neben den Musikern des LSO können sich viele, vom Orchester geförderte, begabte Nachwuchsmusiker aus dem Londoner Osten präsentieren. Unser großer Dank gilt dabei BMW für diese visionäre Partnerschaft sowie dem Oberbürgermeister von London für die stetige Unterstützung dieser Veranstaltung.“

Am Nachmittag hatten sich vorab mehr als hundert Sänger unter der Leitung von Lucy Griffiths, Leitung des LSO-Jugendchores, zu einem Pop-Up-Chor formiert und „The Orchestra Song“ aufgeführt, ein Lied über die verschiedenen Orchesterinstrumente. Die Sänger trugen dabei farbige Sonnenschirme und bildeten auf dem Trafalgar Square eine riesige Version des Schmetterlingslogos der Reihe BMW LSO Open Air Classic. Passanten stimmten in den Gesang des Flashmobs mit ein und feierten das fünfjährige Bestehen der kostenfreien Konzerte auf dem Trafalgar Square.

Außerdem begleiteten über vierzig junge Musiker der Initiative LSO On Track das Orchester und spielten eine speziell für diesen Anlass arrangierte Fassung der „Schwanensee-Suite“ von Tschaikowsky. Zu den Aufführenden gehörten auch die Musiker der Guildhall School. LSO On Track ist ein ganzjähriges Gemeindeprogramm für

Presse-Information

Datum 23. Mai 2016

Thema BMW LSO Open Air Classics fand zum fünften Mal auf dem Trafalgar Square statt

Seite 2

junge Musiker aus dem Osten Londons, die unabhängig von Erfahrung oder sozialem Hintergrund teilnehmen können. Ziel der Initiative ist es, die nächste Generation junger Musiker zu fördern und ihnen hochkarätige Aufführungsmöglichkeiten sowie eine Zusammenarbeit mit den Musikern des LSO zu bieten – das Konzert ist für die jungen Teilnehmer der alljährliche Höhepunkt.

Das Konzert wurde von MelodyVR aufgenommen, die weltweit erste Plattform für Musik in Virtual Reality. Das globale Publikum des London Symphony Orchestra kann so die Aufführung zu einem späteren Zeitpunkt in der virtuellen Realität erleben. Das LSO und BMW freuen sich ungemein darauf, mit neuen Technologien zu arbeiten, die seinen Zuhörern das Gefühl vermitteln, sie seien gemeinsam mit dem Orchester auf der Bühne.

Das kulturelle Engagement der BMW Group

Seit fast 50 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, in klassischer Musik und Jazz sowie 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, Jeff Koons, Daniel Barenboim, Jonas Kaufmann und Architektin Zaha Hadid mit BMW zusammengearbeitet. Aktuell gestalten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die nächsten beiden Fahrzeuge für die BMW Art Car Collection. Neben eigenen Formaten, wie BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten in Berlin, München und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Bei allem Kulturrengagement 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

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture-925330854231870/>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Leiter Kulturrengagement

Telefon: +49-89-382-24753

Leonie Laskowski

BMW Group Konzernkommunikation und Politik

Kulturrengagement

Telefon: +49-89-382-45382

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.



Presse-Information

Datum 23. Mai 2016

Thema BMW LSO Open Air Classics fand zum fünften Mal auf dem Trafalgar Square statt

Seite 3

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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.