

Presse-Information
27. Mai 2016

Münchener Biennale 2016 - Festival für neues Musiktheater.

BMW als Partner über Spielmotor München e.V.

München. Vom 28. Mai bis 09. Juni 2016 veranstaltet das Münchener Kulturreferat in Zusammenarbeit mit Spielmotor München e.V. die diesjährige Münchener Biennale. Sie ist weltweit das einzige Festival, das ausschließlich Uraufführungen von Werken des neuen Musiktheaters zeigt. Nach Hans Werner Henze und Peter Ruzicka liegt die künstlerische Leitung ab 2016 bei Daniel Ott und Manos Tsangaris. Die langjährige Kooperation der BMW AG mit der Münchener Biennale im Rahmen der Public-Private-Partnership mit Spielmotor München e.V. ist Teil des kulturellen Engagements am Standort München.

Die diesjährige Münchener Biennale bietet in dreizehn Tagen ein dichtes Programm. Mit dem Leitthema „OmU – Original mit Untertitel“ wird die Vielsprachigkeit des neuen Musiktheaters hinterfragt: Was heißt Originalität, was ist Übersetzung innerhalb des Musiktheaters, seiner Vorlagen, Libretti, Aufführungen, Traditionen, und dergleichen.

„Mit Daniel Ott und Manos Tsangaris haben wir zwei künstlerische Leiter, die Kunstschaffende verschiedener Disziplinen vernetzen, interdisziplinär arbeiten und die Nachwuchsförderung in den Mittelpunkt der Programmgestaltung der ersten von ihnen verantworteten Münchener Biennale stellen,“ so Dr. Hans-Georg Küppers, Kulturreferent der Landeshauptstadt München.

„Musiktheater ist für uns mehr als nur ein genrebezogenes, sinnliches Vergnügen“, stellen Daniel Ott und Manos Tsangaris fest. „Es ist ein offenes Feld, das gesellschaftliche und auch politische Fragestellungen unter besonderen Bedingungen ausleuchten kann.“

Eröffnet wird die Münchener Biennale am 28.5.16 mit den folgenden beiden Stücken:

- „Sweat of the sun“ nach Werner Herzog; Komposition David Fennessy; Musikalische Leitung Alexander Liebreich / MKO
- „if this then that and now what“ von Simon Steen-Andersen; Komposition: Simon Steen-Andersen; Musikalische Leitung: Hermann Bäumer / Philharmonisches Staatsorchester Mainz

Mehr zum Programm: <http://www.muenchenerbiennale.de/programm/spielplan/>

Spielmotor München e.V.

1979 gründete die BMW Group gemeinsam mit der Landeshauptstadt München den Verein Spielmotor München e.V. Diese Public-Private-Partnership steht seitdem für internationale zeitgenössische Theater-, Tanz- und Musiktheaterfestivals, die längst überregional etabliert sind. Spielmotor München veranstaltet das SPIELART Festival und ist Partner der Landeshauptstadt München bei der Durchführung der beiden städtischen Festivals Münchener Biennale und DANCE. Damit steht Spielmotor München exemplarisch für das mittlerweile fast fünfzigjährige kulturelle Engagement der BMW Group, das auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist. Als Corporate Citizen nimmt das Unternehmen

Presse-Information

Datum

27. Mai 2016

Thema

Münchener Biennale 2016.

Seite

2

seine gesellschaftliche Verantwortung auch in der Kultur wahr und ist am Standort München um die Förderung zeitgenössischer Kunst und grenzüberschreitender Projekte aller Bereiche künstlerischen Ausdrucks bemüht.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753

Stefanie Jennes
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-30804

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

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.



Presse-Information

Datum 27. Mai 2016
Thema Münchener Biennale 2016.
Seite 3

www.bmwgroup.com

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

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

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

@BMWGroupCulture

#BMWGroupCulture