

Presse-Information
20. Juli 2016

Auftakt Bregenzer Festspiele mit „Hamlet“ und „Turandot“ Die BMW Group präsentiert sich als Hauptpartner

München/Bregenz. Mit den Bregenzer Festspielen ist die BMW Group ab dieser Saison Hauptpartner eines der weltweit führenden Musikfestivals. Jährlich ziehen die Aufführungen über 200.000 Besucher an. Dabei stellt die Bregenzer Seebühne, die weltweit größte ihrer Art, eine bekannte und beeindruckende Spielstätte der Festspiele dar.

„Die Bregenzer Festspiele sind Teil des vielfältigen Engagements der BMW Group im musikalischen Bereich. Sei es mit preisgekrönten Formaten wie den ‚Oper für alle‘-Konzerten oder nachhaltige Partnerschaften mit internationalen Orchestern und Opernhäusern, das Unternehmen schreibt sich auf die Fahnen, viele Menschen mit klassischer Musik in Berührung zu bringen. Wir wollen die Hemmschwelle für Hochkultur nehmen. Bregenz steht genau dafür und wir sind stolz auf diese neue Partnerschaft.“, so Dr. Nicolas Peter, Leiter für Vertrieb und Marketing Europa der BMW Group.

Im Rahmen der Zusammenarbeit ist die BMW Group einer der vier Hauptpartner sowie exklusiver Automobilpartner der Bregenzer Festspiele. Die Flotte umfasst rein elektrisch betriebene BMW i3, die es den Mitarbeitern des Festivals ermöglichen, ganzjährig effizient und nachhaltig mobil zu sein. Als Künstler-Shuttle stellt die BMW Group während der Festspielzeit weitere Fahrzeuge zur Verfügung. Eine VIP-Shuttle-Flotte von BMW 7er-Fahrzeugen wird während der Eröffnungstage im Einsatz sein.

Die diesjährige Edition, siebzig Jahre nach Festivalgründung, zeichnet sich durch eine breiten programmatischen Spannweite aus: von Ur- und Erstaufführungen an den verschiedenen Spielorten, über die Wiederaufnahme-Premiere von „Turandot“ auf der Seebühne bis hin zu einer musiktheatralischen Erinnerung an die Geburtsstunde des Spiels auf dem See im Jahr 1946. Künstlerisch eröffnet wird das knapp fünf Wochen dauernde Sommerfestival am Abend des 20. Juli mit der Oper „Hamlet“ im Festspielhaus als österreichische Erstaufführung. Beide Inszenierungen stehen dabei unter der musikalischen Leitung des italienischen Dirigenten Paolo Carignani.

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.

Neben eigenen Formaten, wie den BMW Art Cars, BMW Tate Live, der BMW Art Journey und den „Oper für alle“-Konzerten, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester und Opernhäuser auf der ganzen Welt. Das BMW Group Kulturengagement ist dabei stets von gegenseitiger Neugier und Wertschätzung getragen. Bei allen Kulturengagements erachtet das Unternehmen 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.

Presse-Information
Datum 20. Juli 2016
Thema Auftakt Bregener Festspiele mit „Hamlet“ und „Turandot“.
Seite 2

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 Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753

Michael Ebner
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich
Telefon: +43 662 8383 9100
alternativ: Telefon: +43 7252 888 2345

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.