

Presse-Information
22. Juli 2018

„Oper für alle“ 2018 vor gut 89.000 Zuschauern im Freien und online.

Die Live-Übertragung des neuen „Parsifal“ und das Festspielkonzert begeistern das Publikum.

München. Die „Oper für alle“-Reihe, die zum 22. Mal in München stattfand, endete am gestrigen Samstag mit dem Festspielkonzert des Bayerischen Staatsorchesters. Sowohl das Konzert als auch die Live-Übertragung der Oper „Parsifal“ waren dank der Partnerschaft von BMW München und der Bayerischen Staatsoper wie jedes Jahr kostenfrei und lockten gut 89.000 Klassikbegeisterte nach draußen und vor die Bildschirme.

Am 8. Juli wurde „Oper für alle“ mit der Live-Übertragung von Richard Wagners „Parsifal“ auf den Max-Joseph-Platz eröffnet, nur zehn Tage nach der Premiere des Stücks. Bei strahlendem Sonnenschein verfolgten ca. 10.000 Zuschauer die Übertragung aus dem ausverkauften Nationaltheater auf mitgebrachten Decken und Sitzkissen. Die Vorstellung wurde parallel auf STAATSOPER.TV als Livestream übertragen und erreichte auf diesem Weg über 73.000 Klassikfans auf der ganzen Welt. In der Inszenierung von Pierre Audi und zu den Bühnenbildern des Malers Georg Baselitz sang Jonas Kaufmann die Titelrolle, Christian Gerhaher den Amfortas, Nina Stemme die Kundry und René Pape den Gurnemanz. Großen Jubel gab es nach der Vorstellung nicht nur für die Solisten, sondern auch für Kirill Petrenko, das Bayerische Staatsorchester und den Chor der Bayerischen Staatsoper – zuerst auf der Bühne im Saal, danach vor dem Publikum auf der Freitreppe des Nationaltheaters.

Das Festspielkonzert am 21. Juli begann um 20:30 Uhr auf dem Marstallplatz mit einem Auftritt von ATTACCA, dem Jugendorchester des Bayerischen Staatsorchesters unter der Leitung von Allan Bergius. Die jungen Musiker spielten Johannes Brahms' Tragische Ouvertüre op. 81. Das Bayerische Staatsorchester bezauberte das Publikum anschließend mit seiner Darbietung der Symphonie Nr. 8 G-Dur von Antonín Dvořak sowie ausgewählten Arien und Stücken von Giuseppe Verdi. Dirigent Michele Mariotti führte das Orchester virtuos und gab Sopranistin Sonya Yoncheva viel Raum, um ihre Stimme zu entfalten. Trotz wechselhaftem Wetter kamen insgesamt rund 5.800 Zuschauer.

„Hinter uns liegen zwei fantastische Klassikabende unter freiem Himmel“ freut sich Peter Mey, Leiter der BMW Niederlassung München über die positive Bilanz. „Die Begeisterung für das Format steigt jedes Mal aufs Neue. Wir sind froh über die langjährige Kooperation mit der Bayerischen Staatsoper und bedanken uns für die tolle Zusammenarbeit.“

BMW München richtet das Format „Oper für alle“ bereits seit 1997 in enger Partnerschaft mit der Bayerischen Staatsoper aus. Exzellente Qualität und der kostenfreie Genuss klassischer Musik bilden die Merkmale der Reihe, die seit jeher ein Highlight im Münchener Sommer ist. Die Kooperation mit der Bayerischen Staatsoper ist fester Bestandteil des internationalen Kulturrengagements der BMW Group und Teil einer Reihe von Open-Air-Veranstaltungen, die die BMW Group auch in Berlin mit der Staatsoper Unter den Linden, in London mit dem London Symphony Orchestra und in 2018 zum ersten Mal auch in Moskau mit dem Bolshoi Theater veranstaltet.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 20067

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum 22. Juli 2018
Thema „Oper für alle“ 2018 vor gut 89.000 Zuschauern im Freien und online.
Seite 2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

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

Leonie Laskowski
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: 089-382-45382, Fax: 089-382-24418
www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

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. In den letzten beiden Jahren gestalteten die chinesische Künstlerin Cao Fei und der Amerikaner John Baldessari die beiden Neuzugänge der 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
Facebook: <https://www.facebook.com/BMWGroupCulture/>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroupculture/>
@BMWGroupCulture, #BMWGroupCulture

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad 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 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>