

Presse-Information  
13. Juni 2019

**BMW OPERA NEXT.**  
**Digitalpartnerschaft zwischen der Staatsoper**  
**Unter den Linden und BMW.**  
**Perspektivwechsel und neue Zugänge für**  
**junge Zielgruppen.**



**Berlin.** Anlässlich des seit 2007 gemeinsam von der Staatsoper Unter den Linden und BMW ausgerichteten Open-Air Wochenendes „Staatsoper für alle“ am 15. und 16. Juni in Berlin, verkünden die langfristigen Partner eine neue Kooperation im Digitalbereich: Mit BMW OPERA NEXT werden die Möglichkeiten der Digitalisierung für neue Blickwinkel genutzt und eine leichtere Zugänglichkeit der Opernwelt für ein junges Publikum ermöglicht.

Wie sieht die Oper hinter den Kulissen aus? Welche Relevanz hat die Oper in der Stadt und in der Gesellschaft? Was passiert, wenn Musiker an ungewöhnlichen Orten plötzlich aufspielen? Was geschieht in den letzten Sekunden bevor sich der Vorhang hebt? Welchen Blick hat der Dirigent auf das Orchester, wer sind die Musiker der Staatskapelle Berlin und wie sieht die Oper der Zukunft aus?

Mit neuen Social-Media-Serien, mit Selfie Spots vor der Staatsoper Unter den Linden, die zur Interaktion animieren, mit dem Ausbau des Streaming-Angebots sowie einer verstärkten Präsenz auf sozialen Medien werden mit Hilfe von gemeinsam durch die Staatsoper und BMW neu entwickelten Formaten verschiedenste Einblicke in die spannende und vielseitige Welt der Oper und hinter den Kulissen geschaffen.

Alle Inhalte von BMW OPERA NEXT sind unter dem Blog der Staatsoper Unter den Linden <https://blog.staatsoper-berlin.de/kategorie/bmwoperanext> und unter **#BMWOperaNext** zu finden:

**#ChangeYourView**

Einen Perspektivwechsel kann das Publikum bereits bei „Staatsoper für alle“ am Samstag erleben: das Vorspiel zu „Tristan und Isolde“ wird am 15. Juni in diesem Jahr aus einem ganz besonderen Blickwinkel gezeigt: Mithilfe einer „Mini-Kamera“, platziert am Oberkörper des Dirigenten Daniel Barenboim, erhält das Publikum vor Ort und per Livestream weltweit erstmals die Möglichkeit, das Spiel der Musikerinnen und Musiker aus Sicht des Maestros zu verfolgen. Während des Live-Streamings haben die Zuschauerinnen und Zuschauer vor den Bildschirmen zusätzlich die Möglichkeit, weitere unbekannte Perspektiven einzunehmen und die Vorstellung z.B. aus der Vogelperspektive über der Bühne in 360°, aus der Sicht der Souffleusen, von der Beleuchterbrücke oder vom Dirigentenpult aus zu erleben. Auch findet eine Übertragung des Bebelplatzes in den Opersaal statt, so sehen auch die Menschen in der Oper wie sich der Platz mit tausenden Zuschauern füllt.

Presse-Information

Datum

13. Juni 2019

Thema

BMW OPERA NEXT. Digitalpartnerschaft zwischen der Staatsoper Unter den Linden und BMW.

Seite

2

### #OutOfTheOpera

Zunächst ganz analog sind die Musiker der Staatskapelle Berlin zu Besuch in Berlins Lieblingsbars: Einmal im Monat verlassen die Musiker der Staatskapelle Berlin den Konzertsaal und den Orchestergraben der Staatsoper Unter den Linden und treten in Lieblingsbars quer durch die Hauptstadt auf – bei freiem Eintritt. In entspannter Atmosphäre außerhalb des Opernhauses erstklassige Musik genießen und zusätzlich noch mit den Musikern ins Gespräch kommen:

Nach einem erfolgreichen Auftakt in der **Bar Tausend** im Januar 2019, ging es in **Mein Haus am See** in Mitte, in der **Ludwig Bar** in Neukölln, in der **Moritz Bar** im Wedding sowie in der **Zosse Bar** in Rixdorf weiter. Das letzte 30-minütige #OutOfTheOpera-Konzert vor der Sommerpause findet am **17. Juni im Klunkerkranich** in Neukölln statt. Die Konzertreihe wird in der Saison 2019/20 monatlich fortgesetzt und – im Pop-up Stil – mit Videos der letzten Abende bewusst nur über die sozialen Medien angekündigt. Mit #OutofTheOpera sind Besucher außerdem dazu eingeladen, ihre Eindrücke live im Netz zu teilen und Videos der Abende kündigen die nächsten Veranstaltungen an. Wer postet, hat die Möglichkeit Tickets für Aufführungen der Staatsoper Unter den Linden oder Konzerte der Staatskapelle Berlin zu gewinnen.

### #OperaOfTheFuture

Im Frühjahr 2020 soll auch inhaltlich in die digitale Zukunft der Opernwelt gedacht werden: Im Rahmen von der „Digital, Life, Design Conference (DL) 2020“ in München diskutieren Protagonistinnen und Aktive aus verschiedenen Bereichen u.a. der Komposition und digitalen Produktion gemeinsam mit BMW Soundingenieuren über Fragestellungen zu neuen Technologien und Möglichkeiten der Oper der Zukunft.

Zu den neuen **Social-Media-Serien** zählt beispielsweise **#AskMatthias**, ein Format, bei dem sich Intendant Matthias Schulz Zuschauerfragen stellt: Was stört beim Besuch einer Opernvorstellung am meisten?“- fragt die Influencerin [Elisa Schenke](#) und bekommt direkt die Antwort: „Wenn jemand ganz langsam ein Bonbon aus seiner Verpackung löst und damit unnötig lange das Knistergeräusch erzeugt...“.

In der neuen Videoserie **#OperaMatters** schlagen Berliner Talente aus der Popkultur eine Brücke zwischen Themen ausgewählter Opern und ihrer heutigen Relevanz: Fragen wie „Glaubst du an Liebe auf den ersten Blick?“ oder „Was würdest du für Macht tun? zeigen auf, dass sie genauso präsent im alltäglichen Leben wie in den großen Opernstücken „Die Zauberflöte“ oder „Rigoletto“ sind, mit: Langston Uibel, Loco Candy, Haiyti, Visa Vie, Zsó Zsó Inci Bürkle, Sebastian Zimmerhackl, Lipa, Andy Kassier, Cheyenne Tulsa, Josephine Kinsey, Romano, Lary, Search Yiu, Jan Koeppen, Michail Stangl und Kaan Bulak.

**Matthias Schulz, Intendant der Staatsoper Unter den Linden**, über die neue Digitalpartnerschaft: „Mir ist es ein besonderes Anliegen, dass die Staatsoper als ein Ort wahrgenommen wird, in dem man mit allen Sinnen etwas Einzigartiges erleben kann – auch ohne großes Vorwissen. ‚Staatsoper für alle‘ schafft dies seit dreizehn Jahren bereits auf wunderbare Weise! Umso mehr freue ich mich, dass wir nun gemeinsam mit BMW als Hauptpartner die nächsten Schritte gehen und zusammen eine Digitalpartnerschaft ins Leben gerufen haben. Mit den Möglichkeiten der Digitalisierung

Presse-Information

Datum

13. Juni 2019

Thema

BMW OPERA NEXT. Digitalpartnerschaft zwischen der Staatsoper Unter den Linden und BMW.

Seite

3

und der Sozialen Medien möchten wir durch neue Perspektiven auf die Oper neugierig machen, zugänglicher werden und speziell ein jüngeres Publikum dafür begeistern zu uns zu kommen. Aber nicht nur die Kommunikation soll bei dieser Kooperation im Fokus stehen, sondern auch Zukunftsfragen bezüglich der Oper als Kunstform im Umfeld digitaler Innovation. Ich freue mich auf den Austausch!“

**Daniel Barenboim, Generalmusikdirektor der Staatsoper Unter den Linden** fügt hinzu: „Ich freue mich sehr darauf, die Saison mit dem ‚Staatsoper für alle‘ -Wochenende wieder auf dem Bebelplatz, im ‚größten Konzertsaal der Stadt‘, zusammen mit allen Berlinern sowie Besuchern ausklingen zu lassen! Eine besondere Freude ist es mir, dass unsere fantastische 26-jährige Konzertmeisterin, Jiyeon Lee, beim Sinfoniekonzert der Staatskapelle Berlin am Sonntag als Solistin zu erleben sein wird – mit einem besonderen Programm: Neben Brahms spielen wir das Violinkonzert e-Moll op. 64 von Felix Mendelssohn Bartholdy, der seinerzeit selbst das Orchester dirigiert hat! Dass BMW, auch über ‚Staatsoper für alle‘ hinaus, als Hauptpartner an unserer Seite gemeinsam neue Wege sucht, um ein breites Publikum für Oper und klassische Musik zu begeistern, ist für uns sehr wertvoll!“

„Die Oper begeistert seit über 400 Jahren. Wir begeistern uns immerhin schon knapp ein halbes Jahrhundert für die Oper. Als langfristiger Förderer der Staatsoper Unter den Linden freuen wir uns darüber, mit BMW OPERA NEXT auch unser Know-How und Netzwerk in die Partnerschaft mit einzubringen. Denn die digitale Transformation ist nicht nur für den zukünftigen Erfolg unseres Unternehmens entscheidend, sondern ermöglicht der Oper den Perspektivwechsel und das Erreichen eines ganz neuen Publikums“, so **Maximilian Schöberl, Generalbevollmächtigter BMW Group**.

### **„Staatsoper für alle“ am 15. und 16 Juni 2019 moderiert von Thomas Gottschalk**

„Staatsoper für alle“ begeistert seit 2007 mehr als eine halbe Million Besucher und ist seit über einem Jahrzehnt das bedeutende Fundament der langjährigen Partnerschaft zwischen BMW und der Staatsoper Unter den Linden. Seit der Spielzeit 2018/2019 fördert die BMW Group die Staatsoper Unter den Linden als offizieller und globaler Hauptpartner und baut die gemeinsame Kooperation mit der exklusiven Digitalpartnerschaft weiter aus.

Das Programm des Open-Air Wochenendes:

### **Samstag, 15. Juni um 15 Uhr Live-Opernübertragung von Richard Wagners „Tristan und Isolde“ auf den Bebelplatz**

Musikalischen Leitung: Daniel Barenboim

Regie: Dmitri Tcherniakov

Titelrollen: Andreas Schager, Anja Kampe und René Pape

Presse-Information  
Datum 13. Juni 2019  
Thema BMW OPERA NEXT. Digitalpartnerschaft zwischen der Staatsoper Unter den Linden und BMW.  
Seite 4

**Sonntag, 16. Juni um 13 Uhr  
Live-Sinfoniekonzert auf dem Bebelplatz**

Dirigat: Daniel Barenboim

Solistin: Jiyoung Lee

Programm: Felix Mendelssohn Bartholdys Violinkonzert e-Moll op. 64, Johannes Brahms'  
Sinfonie Nr. 2 D-Dur op. 73

Der Eintritt ist dank BMW Berlin frei.

**#BMWOperaNext  
#SOFA2019  
#StaatsoperUnterDenLinden  
#BMWGroupCulture**

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

Prof. Dr. Thomas Girst  
BMW Group Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kulturengagement  
Telefon: +49-89-382-24753  
E-Mail: [Thomas.Girst@bmwgroup.com](mailto:Thomas.Girst@bmwgroup.com)

[www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

Victoria Dietrich  
Leitung Presse  
Staatsoper Unter den Linden  
Telefon: +49 30 203 54 481  
E-Mail: [v.dietrich@staatsoper-berlin.de](mailto:v.dietrich@staatsoper-berlin.de)  
[www.staatsoper-berlin.de](http://www.staatsoper-berlin.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. 2016 und 2017 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, Moskau und London, unterstützt das Unternehmen führende Museen und Kunstmessen sowie Orchester, Jazzfestivals 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](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick)

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

## Presse-Information

Datum 13. Juni 2019

Thema BMW OPERA NEXT. Digitalpartnerschaft zwischen der Staatsoper Unter den Linden und BMW.

Seite 5

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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>