BMW GROUP THE NEXT 100 YEARS

Unternehmenskommunikation

Presse-Information
16. Juni 2019

„Staatsoper für alle“ 2019:
Maestro Barenboim dirigiert erstmals mit Bodykamera und schafft neue Perspektiven mit BMW Opera Next. Über 45.000 Zuschauer am 15. und 16. Juni auf dem Bebelplatz.

Berlin. Mehr als 45.000 begeisterte Zuschauer kamen zur diesjährigen „Staatsoper für alle“ am Samstag und Sonntag auf den Bebelplatz. Daniel Barenboim dirigierte sowohl die Wagner-Oper „Tristan und Isolde“, die live auf dem Bebelplatz übertragen wurde, als auch das heutige Open-Air-Konzert. Mehrere Zehntausend Besucher konnten so im Herzen Berlins unter freiem Himmel klassische Musik auf höchstem Niveau erleben. Erstmals dirigierte Daniel Barenboim mit einer Bodykamera während des Vorspiels zu „Tristan und Isolde“ und gab damit neue Einblicke für das Publikum auf dem Platz und im Livestream. Die Möglichkeiten der Digitalisierung für die leichtere Zugänglichkeit der Opernwelt zu nutzen ist der Fokus der neuen Digitalkooperation: BMW Opera Next.

Ein Zusammenschnitt des „Live-Dirigats“ aus Sicht des Maestros und alle Inhalte von BMW OPERA NEXT sind unter dem Blog der Staatsoper Unter den Linden https://blog.staatsoper-berlin.de/das-vorspiel-zu-tristan-und-isolde-aus-daniel-barenboims-perspektive/
zu finden.

Unter dem Motto **#ChangeYourView** konnte das Publikum des Livestreams am Samstag noch weitere Perspektivwechsel bei „Staatsoper für alle“ erleben: Neben der Bodykamera von Daniel Barenboim, die den Einblick in das Spielen der Musiker der Staatskapelle Berlin live ermöglichte war für die Zuschauer vor den Bildschirmen zusätzlich viel zu sehen: Die Oper konnte aus der Vogelperspektive über der Bühne in 360°, aus der Sicht des Souffleurs, von der Beleuchterbrücke oder vom Dirigentenpult aus beobachtet werden. Auch fand eine Übertragung des Bebelplatzes in den Opernsaal statt, so sahen die Menschen in der Oper wie sich der Platz mit tausenden Zuschauern füllte.

Die Live-Übertragung von Richard Wagners „Tristan und Isolde“ in der Regie von Dmitri Tcherniakov und unter der musikalischen Leitung von Daniel Barenboim bildete am Samstag den Auftakt von „Staatsoper für alle“. In den Titelrollen waren Andreas Schager und Anja Kampe zu sehen, René Pape sang die Rolle des König Marke.

Am Sonntag, dem 16. Juni spielte die Staatskapelle Berlin um 13 Uhr unter freiem Himmel auf dem Bebelplatz ein Sinfoniekonzert, ebenfalls dirigiert von Daniel Barenboim. Das Programm des Konzerts bestand aus Felix Mendelssohn Bartholdys Violinkonzert e-Moll op. 64 mit Jiyoon Lee als Solistin sowie Johannes Brahms’ Sinfonie Nr. 2 D-Dur op. 73. Als Zugabe wurde die Polonaise aus der Oper EUGEN ONEGIN von Pjotr Tschaikowski gespielt. Die Rundbogenbühne – mit knapp 250qm Fläche und zwei LED-Wänden mit 60qm und 40qm – stand in diesem Jahr wieder auf dem Bebelplatz vor dem Hotel de Rome. Die Straße Unter den Linden wurde Samstag von 13 bis 21 Uhr und Sonntag von 11 bis 16 Uhr gesperrt.

Der Regierende Bürgermeister von Berlin, Michael Müller, hat die Schirmherrschaft für „Staatsoper für alle“ übernommen. Moderiert wurde die Veranstaltung in diesem Jahr von Thomas Gottschalk. Der Eintritt ist dank BMW Berlin seit 2007 frei.

Matthias Schulz, Intendant der Staatsoper Unter den Linden: „‚Staatsoper für alle‘ war auch in diesem Jahr wieder ein wunderbares Saison-Finale, bevor wir uns in zwei Wochen in die Sommerpause verabschieden, um am 18. August in die neue Spielzeit 2019/20 zu starten! Ich freue mich, dass trotz der Hitze, wieder über45.000 Menschen – darunter Berliner, Touristen, Familien, junge sowie alte Musikliebhaber und Neugierige – auf den Bebelplatz gekommen sind und ich bin immer wieder begeistert, mit welcher Konzentration die zehntausenden Besucher zuhören und sich auf die Musik einlassen. Staatsoper für alle ist unser Geschenk an die Stadt und ihre Gäste und ich bin dankbar für die Unterstützung unseres Partners BMW, ohne den das nicht möglich wäre.“

„Für die Staatskapelle Berlin und für mich ist ‚Staatsoper für alle‘ ein ganz wunderbarer Bestandteil der Spielzeit. Ich bin sehr froh, dass wir wieder so viele Menschen an der Oper und an dem Konzert teilhaben lassen konnten – bei freiem Eintritt dank unseres Partners BMW. Bei der Programmverkündung der Spielzeit 2019/20 hatte ich erwähnt, dass wir künftig mehr Einblicke über die sozialen Medien geben möchten und mir hat es besonderen Spaß gemacht, in diesem Jahr erstmals mit einer Bodykamera zu dirigieren und die Zuschauer während des Vorspiels zu “Tristan und Isolde“ in meine Perspektive schlüpfen zu lassen – um so die wunderbaren Musikerinnen und Musiker sowie das fantastische Ensemble live aus meiner Sicht erleben zu können“, so **Daniel Barenboim, Generalmusikdirektor der Staatsoper Unter den Linden**.

„Wir freuen uns auch im dreizehnten Jahr die Erfolgsgeschichte von ‚Staatsoper für alle‘ für die Berliner und Besucher der Stadt fortzuschreiben. Unser besonderer Dank gilt auch Maestro Barenboim, der gestern mit einer Bodykamera dirigierte, und der Staatsoper Unter den Linden. Mit BMW Opera Next und den Möglichkeiten der Digitalisierung gehen wir gemeinsam neue Wege um einmalige Perspektiven für die Zuschauer zu ermöglichen. Denn die digitale Transformation ist nicht nur für den zukünftigen Erfolg unseres Unternehmens entscheidend, sondern ermöglicht der Oper das Erreichen eines ganz neuen Publikums, so **Dr. Nicolas Peter, Mitglied des Vorstands der BMW AG, Finanzen**.

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 mithilfe 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.

Ein neues Format dieser Reihe ist auch **#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. Das letzte 30-minütige **#OutOfTheOpera-Konzert vor der Sommerpause findet morgen, am 17. Juni im Klunkerkranich um 20:30 Uhr** 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. Wer postet, hat die Möglichkeit Tickets für Aufführungen der Staatsoper Unter den Linden oder Konzerte der Staatskapelle Berlin zu gewinnen.

Zu Ehren der Künstler und im Rahmen von "Staatsoper für alle" luden die Staatsoper und BMW am 16.6. im Anschluss an „Tristan und Isolde“ zu einem Dinner im Apollosaal der Staatsoper Unter den Linden mit Gästen aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Gesellschaft ein.

„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.

Seit knapp 50 Jahren fördert die BMW Group hunderte Kulturinstitutionen weltweit. Die Kooperation mit der Staatsoper Unter den Linden ist Bestandteil zahlreicher Engagements der BMW Group für Konzerthäuser und Klangkörper von Südafrika bis China, darunter auch eine Reihe von Open-Air-Konzerten in München sowie in London auf dem Trafalgar Square und seit 2018 auch in Moskau.

#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

www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

Victoria Dietrich
Leitung Presse
Staatsoper Unter den Linden
Telefon: +49 30 203 54 481

E-Mail: v.dietrich@staatsoper-berlin.de
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 und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick
Facebook: https://www.facebook.com/BMW-Group-Culture
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
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/