

Presse-Information
28. November 2019

BMW als Pionier im Zusammenspiel von Sound, Musik und Technologie.

Langfristige Kooperationen mit weltbekannten Orchestern und Musikern.

München. London Symphony Orchestra. Teatro alla Scala. Bolschoi-Theater. Bayerische Staatsoper. Staatsoper Unter den Linden. Elbphilharmonie. Polnische Nationaloper. Die Münchner Philharmoniker. BMW arbeitet oft seit Jahrzehnten mit weltweit renommierten Orchestern zusammen und schafft mit Formaten wie „BMW Opera Next“ oder „BMW Classics“ gänzlich neue Musikerlebnisse. Millionen Gäste konnten bislang so auf den Plätzen der Großstädte dieser Welt und online kostenfrei Musik genießen.

Die Elektrifizierung von Fahrzeugen eröffnet zudem ganz neue Möglichkeiten im Spannungsfeld von Sound, Musik und Mobilität. 2019 konnte BMW den international renommierten Filmkomponisten und Oscarpreisträger Hans Zimmer als Partner zur Umsetzung des elektrischen Antriebssounds des BMW Vision M NEXT gewinnen.

Musik ist hoch emotional und schafft unvergessliche Momente. Welches Potenzial liegt in dieser universellen Sprache? Welche Chance birgt es, diese kontinuierlich weiterzuentwickeln?

BMW gibt bekannt, nun auch Orchester in die akustische Erforschung des Sounds der Zukunft zu integrieren. Bei den internationalen Partnern des Automobilkonzerns stieß die Initiative auf ein begeistertes Echo:

Sir Simon Rattle, Chefdirigent des London Symphony Orchestra:

„Seit dem Jahr 2012 wird der berühmte Londoner Trafalgar Square in jedem Sommer zum Aufführungsort für ‚BMW Classics‘, dem größten, kostenfreien Open-Air-Klassikkonzert der Hauptstadt. Unsere gemeinsame Vision ist dabei ganz einfach: Wir möchten, dass so viele Menschen wie möglich die Gelegenheit erhalten, großartige Musik zu erleben. Da das Konzert nun auch als Live-Stream über den YouTube-Kanal des Orchesters übertragen wird, gelingt es uns so, ein weltweites Publikum zu erreichen. Jedes Jahr führen wir ein komplett neues Stück eines jungen Komponisten auf; eine Kommissionsarbeit zu beauftragen und eine kostenfreie Veranstaltung dieser Größenordnung zu ermöglichen, geht nicht ohne die Unterstützung von BMW und dem Bürgermeister von London. Das LSO ist stolz auf diese Hauptpartnerschaft mit BMW, und wir freuen uns auf die Zusammenarbeit in den kommenden Jahren.“

Vladimir Urin, Intendant des Moskauer Bolschoi-Theaters, Moskau:

„Wir freuen uns sehr darüber, dass unsere langjährige freundschaftliche Partnerschaft mit BMW nun auch in Form des Open-Air-Konzerts sichtbar wird, einem Konzert, das die Bewohner der Stadt Moskau sowie deren Gäste willkommen heißt. Somit ist das Bolschoi-Theater zu einem Teil der internationalen Initiative geworden, die BMW im späten 20. Jahrhundert ins Leben gerufen hat. Mittlerweile sehen also nicht mehr nur Berlin, London und München diesen Sommerkonzerten mit Spannung entgegen, sondern auch Moskau. Darüber hinaus wird so einem noch breiteren Publikum die Gelegenheit geboten, die aktuellen Stars der Opernszene zu erleben. Die Initiative passt

Presse-Information

Datum

28. November 2019

Thema

BMW als Pionier im Zusammenspiel von Sound, Musik und Technologie.

Seite

2

hervorragend zu der Grundhaltung von sowohl dem Bolschoi-Theater als auch BMW: Beide sind stets danach bestrebt, Neues zu entwickeln – neue Technologien, neue Maschinerie, Premieren, Nachwuchstalente – und nun auch ein neues Publikum! Und wir sind weit davon entfernt, uns damit zufrieden zu geben – in dieser Saison wollen wir unseren Wirkungsgrad innerhalb der geographischen Grenzen der Hauptstadt ausweiten.“

Alexander Pereira, Intendant des Teatro alla Scala, Mailand:

„Für das Teatro alla Scala ist BMW ein strategischer Partner, mit dem wir in den vergangenen Jahren viele gemeinsame Projekte ins Leben gerufen haben. Die Verbindung von uns als Kulturinstitution mit BMW als Unternehmen, das weltweit für Exzellenz steht, geht weit über ein herkömmliches Sponsorenabkommen hinaus – es ist eine echte Partnerschaft. Seit dem Jahr 2014 ist BMW Hauptpartner für das Projekt ‚Oper für Kinder‘, mit dem es mehr als 200.000 Kindern und deren Familien ermöglicht wurde, zum allerersten Mal das Teatro alla Scala zu besuchen. Im Anschluss haben gleich mehrere dieser Kinder damit begonnen, ein Musikinstrument zu lernen. Das Teatro alla Scala ist stolz auf die Zusammenarbeit mit dem Kulturengagement von BMW und dessen Einsatz für die Musikförderung.“

Matthias Schulz, Intendant, und Daniel Barenboim, Generalmusikdirektor der Staatsoper Unter den Linden, Berlin:

„Uns ist es ein besonderes Anliegen, dass die Staatsoper als ein Ort wahrgenommen wird, in dem man mit allen Sinnen etwas Einzigartiges erleben kann. ‚Staatsoper für alle‘ schafft dies seit dreizehn Jahren bereits auf wunderbare Weise! Umso mehr freuen wir uns, dass wir gemeinsam mit BMW als Hauptpartner die nächsten Schritte gehen und zusammen eine Digitalpartnerschaft ins Leben gerufen haben. Mit ‚BMW Opera Next‘ nutzen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung und der sozialen Medien und möchten durch neue Perspektiven auf die Oper neugierig machen, zugänglicher werden und speziell ein jüngeres Publikum begeistern.“

Nikolaus Bachler Staatsintendant der Bayerischen Staatsoper, München:

„BMW ist mit uns bereits seit 24 Jahren partnerschaftlich verbunden. Es ist eine Partnerschaft auf Augenhöhe, die einen offenen Dialog möglich macht. Anders könnte es ein Format wie ‚Oper für alle‘ nicht geben. BMW versteht, wie wichtig der Zugang zur Musik ist – für jeden Menschen – egal ob es sich dabei nun um klassische Musik, Jazz oder Pop handelt.“

Paul Müller, Intendant, und Valery Gergiev, Chefdirigent der Münchner Philharmoniker:

„Musik ist nichts Statisches – sie muss sich in jeder Generation neu behaupten. Dafür braucht man starke Partner, mit denen ein echter Austausch möglich ist. BMW ist so ein Partner, mit dem man gemeinsam Themen voranbringt und Neues möglich machen kann. Gerade in der Musikvermittlung für eine breit gefächerte Altersgruppe sind wir mit ‚Spielfeld Klassik‘ dadurch sehr stark aufgestellt.“

Presse-Information

Datum

28. November 2019

Thema

BMW als Pionier im Zusammenspiel von Sound, Musik und Technologie.

Seite

3

Die BMW Group ist zudem Partner des Coachella Valley Music and Arts Festival (USA), sowie von Frieze Music in London und Los Angeles. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen in zahlreichen weiteren Opern- und Orchesterkooperationen sowie Initiativen, wie beispielsweise beim Bachfest Leipzig. Ferner kooperiert BMW weltweit u.a. mit dem Orchestre de Paris (Frankreich), dem TNSC Teatro Nacional de São Carlos (Portugal), dem BOZAR - Centre for Fine Arts (Belgien), der Sugi Opera Seoul (Südkorea), der Latvian National Opera (Lettland) und dem West-Eastern Divan Orchestra. Seit 2002 ist die BMW Group außerdem Hauptpartner der Elbphilharmonie Hamburg.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Prof. Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49 89 382 247 53
E-Mail: Thomas.Girst@bmwgroup.com

Stefanie Jennes
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Kulturengagement
Telefon: +49 89 382 308 04
E-Mail: Stefanie.Jennes@bmw.de

Martin Tholund
BMW Group Design-, Innovations- & Motorsportkommunikation
Tel.: +49 89 382 77126
E-Mail: martin.tholund@bmwgroup.com

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. 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. Im Rahmen des Rolls-Royce Art Programme „Muse“ kooperiert der Automobilhersteller für die Initiative „The Dream Commission“ mit zwei international renommierten Kunstinstitutionen. Gemeinsam mit der Fondation Beyeler und den Serpentine Galleries werden junge sowie etablierte Künstlerinnen und Künstler eingeladen, immersive, digitale Arbeiten zu schaffen. Die Nominierung und Auswahl verantworten namhafte Persönlichkeiten aus der internationalen Kunstwelt, wie Daniel Birnbaum, Hans Ulrich Obrist, Cao Fei und Theodora Vischer. 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

Presse-Information

Datum

28. November 2019

Thema

BMW als Pionier im Zusammenspiel von Sound, Musik und Technologie.

Seite

4

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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup><https://www.instagram.com/bmwgroup>LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>