



Die BMW LSO Open Air Classics erneut ein großer Erfolg.

Die BMW LSO Open Air Classics erneut ein großer Erfolg. Vor tausenden Zuschauern veranstalteten das London Symphony Orchestra und BMW zum dritten Mal das alljährliche kostenlose Konzert auf dem Trafalgar Square. Unter der Leitung des Chefdirigenten Valery Gergiev und des Dirigenten Timothy Redmond spielte das London Symphony Orchestra am Sonntagabend, den 11. Mai, ein weiteres Mal kostenfrei vor einem vollen Platz mit Publikum aus Londonern und Besuchern aller Altersstufen. Im Rahmen der BMW LSO Open Air Classics, einer Kooperation zwischen BMW und dem LSO, fand das alljährliche Konzert nun bereits zum dritten Mal in lockerer Atmosphäre mit großem Zuspruch auf dem Trafalgar Square statt. Auf dem Programm stand Prokofiev - seine erste Symphonie, Suiten aus seinem Ballett "Romeo und Julia" sowie eine von Gareth Glynn arrangierte Suite aus dem Film "Lieutenant Kijé". Bei der Suite aus "Lieutenant Kijé" wurde das LSO von rund achtzig jungen Musikern begleitet. Diese setzten sich aus Schülern, die im Rahmen von LSO Discovery, dem preisgekrönten musikpädagogischen Programm des Orchesters, von LSO eigenen Musikern unterrichtet werden, sowie aus Studenten der Guildhall Hochschule für Musik und Theater zusammen. Der Moderator Paul Rissman führte durch die Veranstaltung. Großformatige Leinwände an beiden Seiten der Bühne brachten das Bühnengeschehen ganz nah zum Publikum. Dr. Ian Robertson (HonDSc), Vorstandsmitglied der BMW AG, begrüßte auf der Bühne: "Es ist großartig, zu sehen, wie sehr unser gemeinsames Open-Air-Konzertformat in die kulturelle Landschaft Londons integriert worden ist. Wir haben kürzlich entschieden, diese fantastische Kooperation bis mindestens 2017 weiterzuführen und sehen ihr mit Freude entgegen." Kathryn McDowell, geschäftsführende Direktorin des London Symphony Orchestra, sagte: "Das London Symphony Orchestra war höchst erfreut darüber, wieder auf dem Trafalgar Square auftreten und das dritte Mal in der Reihe der BMW LSO Open Air Classics spielen zu können. Mit den Konzerten, dem Ergebnis der einzigartigen Partnerschaft mit BMW, gelingt es uns, großartige Musik über die Grenzen des Konzertsaals hinaus- und an tausende Menschen aller Altersklassen und Herkunftsorte heranzutragen - so entsteht eine ganz besondere und höchst spannende Atmosphäre. Außerdem ist die Möglichkeit, gemeinsam mit talentierten Nachwuchsmusikern zu spielen, für das LSO eine Gelegenheit, mit der nächsten Generation zusammen zu arbeiten, was wir sehr schätzen. Das LSO dankt dem Bürgermeister von London für die Unterstützung dieser Veranstaltungsreihe, die zu einem der musikalischen Höhepunkte des Londoner Lebens geworden ist." Von Moskau über Seoul, Mailand und London nach München und Berlin, von Stardirigenten Daniel Barenboim, Valery Gergiev, Zubin Mehta und Kirill Petrenko über Kammerkonzerte zeitgenössischer Musik bis hin zu einem groß angelegten Programm für kulturelle Bildung und Musikvermittlung - das Engagement der BMW Group im Musikbereich ist ebenso vielseitig wie nachhaltig. Zu den langjährigen Partnern gehören Opernhäuser und Orchester mit internationalem Renommee wie die Bayerische Staatsoper, die Staatsoper Berlin, die Münchner Philharmoniker oder das London Symphony Orchestra. Das kulturelle Engagement der BMW Group Seit mehr als 40 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 sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzerzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group, seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturrengagement 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 Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Dr. Thomas Girst BMW Group Konzernkommunikation und Politik Leiter Kulturengagement Telefon: +49 89 382 24753 Fax: +49 89 382 24418 Leonie Laskowski BMW Group Konzernkommunikation und Politik Kulturengagement Telefon: +49-89-382-45382 Fax: +49-89-382-24418 www.press.bmwgroup.com E-Mail: presse@bmw.de Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik.

Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.