



Konzertreihe BMW KLASSIK LIVE mit Jonas Kaufmann. Auftakt der Tournee 'Du bist die Welt für mich'.

Konzertreihe BMW KLASSIK LIVE mit Jonas Kaufmann. Auftakt der Tournee "Du bist die Welt für mich".
Am 15. April startet der weltbekannte Tenor und langjährige BMW Markenbotschafter Jonas Kaufmann in der Kölner Philharmonie seine Tournee "Du bist die Welt für mich" - eine Hommage an die Operette und Operettenfilme des frühen 20. Jahrhunderts. Im Rahmen der Konzertreihe BMW KLASSIK LIVE wird Jonas Kaufmann seinen Fans in elf Städten Evergreens wie "Freunde, das Leben ist lebenswert", "Dein ist mein ganzes Herz", und "Du bist die Welt für mich" präsentieren.
Seit 2009 hat Jonas Kaufmann als Markenbotschafter mit BMW bereits viele Aktivitäten umgesetzt. Im Rahmen der BMW KLASSIK LIVE Konzertreihe begleitet BMW erstmalig in enger Zusammenarbeit mit Jonas Kaufmann eine Konzerttournee von der Idee bis zur Umsetzung. Stefanie Wurst, Leiterin Marketing BMW Deutschland, zeigt sich erfreut über die Partnerschaft: "Jonas Kaufmann ist einer der international erfolgreichsten deutschen Künstler, weltoffen und technikbegeistert. Mit der BMW KLASSIK LIVE begleiten wir den Startenor erstmals umfassend von der Tourneeeidee bis zum Auftritt auf der Bühne. Wir sind sehr froh, dass wir ein so faszinierendes Projekt gemeinsam auf die Beine stellen konnten".
Bisher hatte Jonas Kaufmann Operettenmelodien oft als Zugabe gesungen, aufgrund der großen Begeisterung seines Publikums, widmet er der Unterhaltungsmusik zwischen 1925 und 1935 nun ein gesamtes Programm. Begleitet vom Münchner Rundfunkorchester unter der Leitung von Jochen Rieder interpretiert Kaufmann unter anderem Lieder von Franz Lehár, Robert Stolz, Emmerich Kálmán, Richard Tauber und Ralph Bernatzky.
Bei aller Leichtigkeit der Melodien darf das anspruchsvolle Repertoire jedoch nicht unterschätzt werden. So gesteht Jonas Kaufmann: "Kein Repertoire hat mich so sehr gefordert wie dieses! Man sagt gern 'Leichte Muse, weil die Musik fürs Publikum leicht klingt, doch die meisten Evergreens von Lehár, Kálmán, Stolz und Abraham sind sängerisch äußerst anspruchsvoll.'
Zusammen mit Kaufmann auf Tour ist der BMW 327, ein seltenes Oldtimer Sport-Kabriolett in beige-braun aus dem Jahre 1937. Es ergänzt optisch den durch Musik und Text heraufbeschworenen Zeitgeist der 20er und 30er Jahre des Konzertprogrammes.
Tourdaten Jonas Kaufmann "Du bist die Welt für mich":
15.04.2015 Köln, Philharmonie
17.04.2015 Dortmund, Konzerthaus
19.04.2015 Stuttgart, Liederhalle
22.04.2015 Hamburg, Leizhalle
24.04.2015 München, Philharmonie
26.04.2015 Baden-Baden, Festspielhaus
14.05.2015 Wien, Konzerthaus
16.05.2015 Luzern, KKL
18.05.2015 Berlin, Philharmonie
20.05.2015 Hannover, Kuppelsaal
23.05.2015 Paris, Théâtre des Champs Elysées
Bildmaterial erhalten Sie im BMW PressClub (www.press.bmwgroup.com)
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Dr. Thomas Girst
BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kulturengagement
Telefon: +49-89-382-24753
Bitte wenden Sie sich für weitere Informationen an das BMW Group Kulturengagement:
Telefon: +49 (0)151-601-51468
Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de
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 Konzernzentrale 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 Schwazer, 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 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
Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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>


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.