



Die Lange Nacht der Musik 2015.

Die Lange Nacht der Musik 2015.
Am 9. Mai steht München wieder ganz im Zeichen der Musik: Ab 20 Uhr findet im Rahmen der "Langen Nacht der Musik" erneut vielfältiges musikalisches Programm an mehr als 100 Spielorten statt. BMW Lenbachplatz ist bereits das neunte Mal mit von der Partie. "Die Lounge am Lenbachplatz" hat sich als eine beliebte Spielstätte mit ca. 5.000 Besuchern in diesem Rahmen etabliert und zählt im Veranstaltungsportfolio bei BMW Lenbachplatz zu einer der größten im Jahr. Zusammen mit der Münchner Kultur GmbH und dem Medienpartner BR-KLASSIK, insbesondere der jungen Klassik-Sendung "U21 - Deine Szene. Deine Musik.", präsentiert BMW intensive Klangerlebnisse in entspannter Atmosphäre. Dort, wo sonst in moderner Architektur aus Glas und Stahl mit der aktuellen BMW i Ausstellung Mobilitätsdienstleistungen der Zukunft gezeigt werden, spielen den Abend über auf zwei Ebenen und mehreren Bühnen sowohl Newcomer als auch arrivierte Künstler aus Klassik, Jazz und Pop. Unter ihnen befinden sich unter anderem junge Künstler aus dem Opernstudio der Bayerischen Staatsoper, welcher BMW seit vielen Jahren partnerschaftlich verbunden ist. Auch dieses Jahr überträgt der BR-KLASSIK live von 22 bis 24 Uhr von der Veranstaltung, wie 2014 etabliert auch parallel per Online-Live-Videostream auf der BR-Webseite. Weitere Informationen unter: www.bmw-lenbachplatz.de Tickets sind in allen beteiligten Spielstätten und bei allen Partnern für 15€ erhältlich. Dieses Kombiticket gewährt Zutritt zu allen Veranstaltungen und gilt gleichzeitig für die Nutzung der MVG Shuttlebusse. 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 Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmel(b)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 Kulturrengagement
Telefon: +49 89 382 24753 Fax: +49 89 382 24418 Leonie Laskowski - BMW Group Konzernkommunikation und Politik
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 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

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.