



## **BMW LSO Open Air Classics erneut ein großer Erfolg. Tausende beim kostenlosen Konzert des London Symphony Orchestra auf dem Trafalgar Square.**

BMW LSO Open Air Classics erneut ein großer Erfolg. Tausende beim kostenlosen Konzert des London Symphony Orchestra auf dem Trafalgar Square. Unter der Leitung ihres Chefdirigenten Valery Gergiev spielte das London Symphony Orchestra am Sonntag, den 17. Mai, abends vor einem vollen Platz. Zahlreiche Londoner und Touristen aller Altersklassen erlebten eine Aufführung in lockerer Atmosphäre auf dem Londoner Trafalgar Square. Das öffentliche, kostenfreie Konzert im Rahmen der Reihe BMW LSO Open Air Classics ist bereits die vierte Veranstaltung der Kooperation zwischen dem LSO und BMW. Auf dem Programm stand Schostakowitsch: die erste Symphonie, die Festliche Ouvertüre und einige Sätze aus seinem Violinenkonzert. Als Solistin trat die Geigerin Nicola Benedetti auf. Außerdem wurden ausgewählte, extra für diesen Anlass von Gareth Glyn arrangierte Jazzsuiten von Schostakowitsch aufgeführt, wobei die Mitglieder des LSO auf der Bühne von jungen Musikern des Programms LSO On Track und von den Musikern der Guildhall School of Music Drama begleitet wurden. LSO On Track ist eine Initiative für junge Instrumentalisten aus den zehn Stadtteilen im Londoner Osten - hier werden junge Musiker von Mitgliedern des LSO unterrichtet. Moderiert wurde die Veranstaltung von Paul Rissman, der gemeinsam mit den Schlagzeugern des LSO das Publikum dazu animierte, an der Aufführung von Schostakowitschs "The Gadfly" teilzunehmen, indem sie den Rhythmus von der Bühne aus mit einer Mischung aus Schenkelklopfen und Klatschen vorgaben. Großformatige Leinwände auf beiden Seiten der Bühne sowie zur Rückseite des Trafalgar Square ermöglichten dem gesamten Publikum, das Konzert aus nächster Nähe zu erleben. Ian Robertson, Vorstandsmitglied der BMW AG, sagte: "Seit fast einem halben Jahrhundert unterstützt BMW mehr als hundert wichtige Kulturprojekte auf der ganzen Welt. Die Förderung der Künste ist ein wesentlicher Bestandteil unseres kulturellen Engagements. Und ein besseres Verständnis dafür erreicht man mit Veranstaltungen wie dieser. Wir danken dem LSO, dass es ein so großartiger Partner ist und sehen dem kommenden, fünften Jahr unserer Partnerschaft schon jetzt mit großer Freude entgegen." Kathryn McDowell, geschäftsführende Direktorin des London Symphony Orchestra, sagte: "Diese einzigartigen Konzerte auf dem Trafalgar Square, die aus unserer Partnerschaft mit BMW entstehen, sind sowohl für das Orchester als auch für das Publikum ein unglaublich spannendes Erlebnis, mit dem wir diese herrliche Musik aus dem Konzertsaal hinaus an diesen wunderbaren Ort im Herzen Londons bringen können. Ich weiß, dass das für die teilnehmenden Jungmusiker eine ganz besondere und aufregende Erfahrung ist, und ich freue mich sehr darüber, dass LSO On Track, die Initiative, mit der wir das Orchester für die Eröffnungszeremonie der Olympischen Spiele gegründet haben, den jungen Menschen aus dem Londoner Osten auch weiterhin solch großartige Chancen bietet. Das LSO dankt dem Londoner Bürgermeister für die Unterstützung dieser Veranstaltung, die zu einem echten musikalischen Highlight der Stadt geworden ist." Von Moskau bis nach Seoul, von Mailand bis nach London und von München bis nach Berlin - bedeutende Dirigenten, angefangen von Daniel Barenboim und Valery Gergiev bis hin zu Zubin Mehta und Kirill Petrenko - von Kammermusikkonzerten zeitgenössischer Musik bis hin zu umfangreichen, kulturellen und musikalischen Lehrveranstaltungen: Das kulturelle Engagement der BMW Group im Bereich Musik zeigt sich ebenso vielfältig wie nachhaltig. Zu den langjährigen Partnern gehören international renommierte Opernhäuser und Orchester wie die Bayerische Staatsoper, die Staatsoper Berlin, die Münchner Philharmoniker und 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 Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Mehta, 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 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](http://www.bmwgroup.com/kultur) und [www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick](http://www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick) Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Dr. Thomas Girst BMW Group Konzernkommunikation und Politik Leiter Kulturrengagement Telefon: 089-382-24753 Fax: 089-382-24418 Leonie Laskowski BMW Group Konzernkommunikation und Politik Kulturrengagement Telefon: 089-382-45382 Fax: 089-382-24418 [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de) 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](http://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](mailto: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.