

Presse-Information
8. August 2011

Der neue BMW i Markenfilm

Hollywood-Komponist Abel Korzeniowski kreierte die Musik zum Film

München. BMW i steht für visionäre Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen, inspirierendes Design sowie für ein neues Verständnis von Premium, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. Das spiegelt sich auch im neuen Markenfilm von BMW i wieder, der seit Freitag 29.07.2011 – pünktlich zum Launch der beiden Fahrzeuge BMW i3 Concept und BMW i8 Concept – auf den Webseiten von BMW i www.bmw-i.com und auf YouTube <http://www.youtube.com/watch?v=K-4THnOdk3I> zu sehen ist.

Die Musik zum neuen Markenfilm von BMW i wurde eigens von dem bekannten Hollywood-Komponisten Abel Korzeniowski kreiert. Der in Los Angeles lebende Korzeniowski wurde bekannt durch seine Musik für das Tom Ford Regie-Debut „A Single Man“, für die er eine Nominierung für den Golden Globe erhielt. Bereits im ersten Markenfilm von BMW i ist das aus diesem Film stammende Stück „Swimming“ zu hören. Aktuell komponiert er für den neuen Film „W.E.“ von Madonna, der im September Premiere auf der Biennale in Venedig haben wird. Korzenowskis Kompositionen weisen einen einzigartigen Stil aus. So vereint er in einem anspruchsvollen Mix klassische orchestrale Elemente mit elektronischen Klängen und moderner Ambient-Musik.

„Das gesamte BMW i Konzept hat mich stark inspiriert. Es geht nicht nur um ein Auto, es ist ein neues Lebenskonzept, wie wir unsere Ressourcen nutzen, wie wir Dinge nutzen.“ kommentiert Abel Korzeniowski. „Es entsteht der Eindruck einer vertrauten und zugleich neuartigen Technologie, nicht der einer klassischen Erfindung, sondern einer sehr menschlichen Technologie. Genau wie die Message ‚Born Electric‘.“

Die Aufnahmen der exklusiven BMW i Komposition zum neuen Markenfilm entstanden in den legendären Abbey Road Studios in London mit einem großem Orchester.

Presse-Information

Datum 8. August 2011

Thema Der neue BMW i Markenfilm

Seite 2

Regie führte Christoph Deja von der Münchener Agentur ByLauterbach.

BMW i. Born Electric.

Mit BMW i verfolgt die BMW Group einen ganzheitlichen Ansatz: mit maßgeschneiderten Fahrzeugkonzepten, Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette und ergänzenden Mobilitätservices definiert BMW i das Verständnis von individueller Mobilität neu.

Der BMW i3 Concept, bisher als Megacity Vehicle bekannt, bedient als erstes rein elektrisch betriebenes Serienfahrzeug von BMW die künftigen Mobilitätsherausforderungen im urbanen Umfeld. Er vereint typische BMW Attribute mit Lösungen für die Anforderungen individueller Mobilität in Mega Cities von morgen.

Der BMW i8 Concept, ein Sportwagen der neuesten Generation, fortschrittlich, intelligent und innovativ, vereint einen Verbrennungsmotor und einen Elektro-Antrieb zu einem außergewöhnlichen Kraftpaket. Das ermöglicht maximale Fahrfreude bei minimalem Verbrauch, besonders im urbanen Umfeld.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Martina Daschinger, Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation, Marketing
martina.daschinger@bmw.de, Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
alexander.bilgeri@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmw.de
e-mail: presse@bmwgroup.com



Presse-Information

Datum 8. August 2011

Thema Der neue BMW i Markenfilm

Seite 2

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.