

Presse-Information  
9. Dezember 2011

## **Großes Kino in der BMW Welt. Europapremiere des Hollywood-Blockbusters „Mission: Impossible – Phantom Protokoll“ mit hochkarätiger Starbesetzung.**

**München.** Ganz großes Kino bei BMW. Einmal mehr rückt die bayerische Landeshauptstadt ins Rampenlicht der Filmwelt. Am Freitag, 9. Dezember 2011, findet die Europapremiere des Hollywood-Blockbusters „Mission: Impossible – Phantom Protokoll“ in der BMW Welt in München statt. Weltstar Tom Cruise, der auch im vierten Teil als Spezialagent Ethan Hunt eine Vielzahl von Gefahren und Herausforderungen bestehen muss, wird über den roten Teppich gehen und der Europapremiere in München seine ganz persönliche Note verleihen. Begleitet wird er von seinen Filmpartnern Paula Patton und Simon Pegg, dem amerikanischen Regisseur Brad Bird sowie Erfolgsproduzent Bryan Burk.

Die BMW Welt mit ihrer zukunftsweisenden Architektur bildet den perfekten Rahmen für den glanzvollen Premiere-Event. BMW ist exklusiver Automobil-Partner der Paramount Pictures-Produktion und stellt einen Großteil der Filmfahrzeuge in dem aufwendig gedrehten Thriller. „Wir sind sehr stolz, Teil dieses herausragenden Kino-Ereignisses zu sein“, erklärte Ian Robertson, Vorstand der BMW AG für Vertrieb und Marketing. „Der neue ‚Mission: Impossible‘-Film setzt Maßstäbe für spannungsreiche Action und ist damit das ideale Umfeld für die Präsentation unserer Fahrzeuge und Technologien.“

Sven Sturm, Geschäftsführer Paramount Pictures Germany GmbH, ergänzt: „Wir freuen uns, mit BMW einen starken Partner in der Vermarktung unseres Blockbusters ‚Mission: Impossible – Phantom Protokoll‘ gefunden zu haben und sind stolz darauf, in dieser spektakulären Location in München die Europa Premiere feiern zu dürfen.“ „Mission: Impossible – Phantom Protokoll“ kommt am 15. Dezember 2011 in die deutschen Kinos.

Mit im Blitzlichtgewitter stehen mehrere BMW Modelle, die in dem packenden Action-Thriller an der Seite der prominenten Hauptdarsteller ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Hollywood-Superstar Tom Cruise ist unter anderem im Konzeptfahrzeug BMW Vision EfficientDynamics unterwegs. Dank der vielfältigen technischen Möglichkeiten, die der faszinierende Sportwagen bietet,

Datum      Presse-Information  
              9. Dezember 2011  
Thema      Großes Kino in der BMW Welt  
Seite        2

steuert Cruise in der Rolle des Ethan Hunt intelligent und sicher durch den hektischen Großstadtverkehr von Mumbai. Kam es früher auf die reine Schnelligkeit an, behalten heute nicht nur Geheimagenten durch die innovative Fahrzeugtechnologie von BMW ConnectedDrive die Oberhand. Großes Aufsehen erregt die Studie mit ihrem futuristischen Design nicht nur vor der Kamera. Bereits im Jahr 2014 wird der auf Basis dieser Konzeptstudie entwickelte BMW i8 die Serienreife erlangen und als Plug-in-Hybrid-Fahrzeug mit innovativer Carbon-Fahrgastzelle die Fahrfreude und Effizienz in einem Sportwagen von BMW neu definieren.

**Hauptdarsteller mit integrierter Fahrfreude: BMW Vision EfficientDynamics, BMW 6er Cabrio, BMW X3, BMW 1er und BMW ConnectedDrive.**

Zu den weiteren Leinwandstars aus München gehören der BMW X3, das BMW 6er Cabrio und der neue BMW 1er. Das Sports Activity Vehicle mit intelligentem Allradantrieb BMW xDrive und der faszinierend gestylte offene Oberklasse-Viersitzer stehen im Mittelpunkt einer spektakulären Verfolgungsjagd durch einen Sandsturm in der Wüstenmetropole Dubai. Dem neuen Kompaktmodell von BMW kommt – vor einer ebenfalls beeindruckenden Kulisse in Mumbai – eine zentrale Rolle bei der Erfüllung der Mission durch den Geheimagenten Ethan Hunt zu.

Unterstützung erhält die Hauptfigur dabei auch durch innovative Funktionen von BMW ConnectedDrive. Das BMW Head-Up Display, die Auffahrwarnung, die Spracheingabe zur Aktivierung der Telefonfunktion und die vernetzte Navigation mit besonders detaillierter Kartendarstellung sind technische Highlights, die dem Leinwand-Helden den Weg zum scheinbar unmöglichen Sieg über das Böse verhelfen – und ebenso zuverlässig im Alltagsverkehr für mehr Komfort, Sicherheit und Fahrfreude sorgen.

**BMW setzt neue Standards im Entertainment-Marketing.**

Mit der Beteiligung am vierten Teil der erfolgreichen „Mission: Impossible“-Reihe unterstützt BMW einmal mehr ein großes Filmprojekt in der weltberühmten Traumfabrik Hollywood und setzt zugleich einen neuen Standard im Entertainment-Marketing. Über die reine Produkt-Präsentation hinaus werden erstmals innovative Technologien wie BMW ConnectedDrive

Presse-Information  
Datum 9. Dezember 2011  
Thema Großes Kino in der BMW Welt  
Seite 3

und BMW EfficientDynamics in die Filmgeschichte integriert. Diese intelligente Integration von BMW Modellen und Technologien in globale Entertainment-Projekte (Blockbuster, TV-Serien, Musikvideos, Videospiele) erweitert das klassische Marketing-Portfolio der BMW Group um eine neue vielversprechende Variante. Diese weiterentwickelte Form des hochmodernen Product Placements bietet nicht nur die Möglichkeit, die Produkte in spannenden Szenen mit ungewöhnlicher „Performance“ in Medien mit weltweiter Distribution zu zeigen, sondern gleichzeitig auch neue Zielgruppen für die Marke BMW zu interessieren und erfolgreich anzusprechen.

Bereits seit mehr als fünf Jahrzehnten engagiert sich die BMW Group nachhaltig in der Kreativ- und Kulturlandschaft für Kino und TV. Product Placement ist von Beginn an als wichtiger Baustein fest in der langfristig angelegten Image- und Produktkommunikation verankert. Das Engagement beschränkt sich jedoch nicht nur auf Fernseh- und Filmproduktionen, die BMW Group unterstützt auch deren Lehrinrichtungen und zahlreiche Branchenevents – von großen, hochkarätigen Filmfestivals bis hin zu kleinen, ambitionierten Filmtagen. So übernimmt der bayerische Premium-Automobilhersteller beispielsweise seit 2010 die Hauptpartnerschaft für die Berlinale, den Internationalen Filmfestspielen in Berlin. Unter anderem unterstützt BMW auch den Bayerischen Filmpreis, das renommierte Landshuter Kurzfilmfestival und die Regensburger Kurzfilmwoche. Auch international wird der Kurzfilm gefördert. Hervorzuheben ist zum Beispiel das Kurzfilmprojekt „BMW Shorties“ in Malaysia.

Den Livestream zum roten Teppich finden Sie unter:  
[www.facebook.com/BMWDeutschland](http://www.facebook.com/BMWDeutschland)

Erstes Bildmaterial zum Event finden Sie ab ca. 21 Uhr unter:  
<https://mediencenter.t-onlinede/guestview/index/token/f5650a1784099>

Weiteres Fotomaterial vom Roten Teppich wird noch in der Nacht auf Samstag zum Download bereitgestellt unter: [www.image.net](http://www.image.net)

Datum Presse-Information 9. Dezember 2011  
Thema Großes Kino in der BMW Welt  
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Martina Daschinger  
Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing  
Martina.Daschinger@bmw.de  
Telefon: +49 89 382-14908

Karin Elvers  
Produkt- und Lifestyle Kommunikation BMW Automobile  
Karin.Elvers@bmw.de  
Telefon: +49 89 382-23742

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
E-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**BMW Welt – Herz der Marke am Puls der Stadt**

Die BMW Welt ist dank ihres attraktiven Programms und ihrer wegweisenden Architektur einer der Orte in München, an dem vielfältige Erlebnisse garantiert sind. Seit der Eröffnung 2007 hat sich die BMW Welt zu einem Besuchermagneten mit jährlich rund zwei Millionen Gästen und damit zur Nr. 1 in Bayern entwickelt. Auf die Besucher warten ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie Gaumenfreuden in mehreren Restaurants. Egal ob Jazz-Konzert, Poetry Slam, Clubbing, Improtheater, Familiensonntag, Filmpremiere, Gala-Event oder Podiumsdiskussion – die BMW Welt bietet innovativen Veranstaltungen für bis zu 2.500 Gäste eine ideale Plattform.

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>