

Presse-Information
7. Februar 2013

Die ganze Welt des Films: Glanzvolle Augenblicke bei der 63. Berlinale

BMW ist Hauptpartner der 63. Internationalen Filmfestspiele Berlin

München. Die BMW Group sorgt das vierte Jahr in Folge für die stilvolle Vorfahrt der Stars am roten Teppich der Internationalen Filmfestspiele Berlin, die heute eröffnet werden. Als Hauptpartner der 63. Berlinale stellt der Automobilhersteller rund hundert Fahrzeuge zur Verfügung. Der BMW 6er Gran Coupé, der BMW 5er ActiveHybrid, Limousinen der 7er Reihe und der brandneue BMW 4er Concept Coupé sowie die Rolls Royce Modelle Ghost und Phantom bilden einen gebührenden Rahmen für den größten Event der Filmindustrie in Deutschland.

„Die BMW Group engagiert sich seit über vierzig Jahren nachhaltig in der Kreativ- und Kulturlandschaft für Kino und TV. Zum 63. Mal trifft sich die Kinoelite aus der ganzen Welt in Berlin. Wir freuen uns, auch dieses Mal mit unseren Premiumfahrzeugen das Filmevent des Jahres in Deutschland zu unterstützen“, so Johannes Seibert, Leiter Marketing Deutschland der BMW Group.

Die BMW Golden Bear Lounge im Grand Hyatt Berlin mit Blick auf den roten Teppich vor dem Berlinale Palast hat sich inzwischen zur festen Größe in der Branche etabliert. Auch 2013 ist das der beliebte Treffpunkt für Filmschaffende, Stars und Medienvertreter aus aller Welt. In der BMW Golden Bear Lounge besteht die Möglichkeit, in einer für diese Zwecke ausgestatteten TV-Ecke Interviews und Moderationen zu drehen. Akkreditierung, Terminbuchung und weitere Informationen über press@bmw-lounge.de.

Services: TV-Footage und Presseinformationen

Das für redaktionelle Berichterstattung rechte- und kostenfreie TV Footage steht ab 07.02.2012 unter folgendem Link zum Download bereit:

<http://kunden.bylauterbach.com> (Benutzername: Berlinale2013 / Passwort: BMW)

Aktuelles Fotomaterial erhalten Sie unter folgendem Zugang:

<http://bit.ly/YcWOCN>

<https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/de/startpage.html>

Aktuelle Presseinformationen und Fotomaterial erhalten Sie im BMW Pressclub unter:

<https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/de/startpage.html>

Presse-Information

Datum

7. Februar 2013

Thema

Die ganze Welt des Films: Glanzvolle Augenblicke bei der 63. Berlinale

Seite

2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Daria Gotto-Nikitina, Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de

Telefon: +49 89 382-60340, Fax: +49 89 382-24418

Alexander Bilgeri, Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Alexander.Bilgeri@bmw.de

Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmwgroup.come-mail: presse@bmw.de**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 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2011 belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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 acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Seit mehr als vier 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.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>