

700 Gäste bei der Weltpremiere des Freeride Films „Shades of Winter: Between“ in der BMW Welt Fans feierten die erste Vorstellung des neuen Filmprojekts von BMW Athletin Sandra Lahnsteiner

München. Am vergangenen Freitag, den 7. Oktober 2016, wurde das dritte Filmprojekt der österreichischen Filmemacherin und BMW Athletin Sandra Lahnsteiner erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt: „Shades of Winter: Between“. Die Österreicherin will seit ihrem Leinwand-Debüt (2010) neue Wege für den weiblichen Actionsport ebnen. Insgesamt 700 Gäste kamen anlässlich dieses Ereignisses in die BMW Welt nach München. Unter den Anwesenden befanden sich nicht nur begeisterte Fans des Ski- und Freeride-Sports sondern auch die Darstellerinnen und Athletinnen selbst: Julia Mancuso, Evelina Nilsson, Janina Kuzma und viele mehr. BMW trat an dem Abend nicht nur als Gastgeber auf, sondern ist mit dem BMW X1, der dem Team zur Verfügung gestellt wurde, auch exklusiver Automobilpartner des einzigartigen Filmprojekts.

Extremsportlerinnen am Limit und hautnah

Nach 2013 und 2014 ist „Between“ bereits der dritte Teil der „Shades of Winter“ Reihe, wobei weibliche Extremsportler im Fokus stehen. Die Action-Dokumentation zeigt die Sportlerinnen in ihrem Element und rund um den Globus: ob auf schneebedeckten Hängen in Schweden, Österreich, Kanada, Neuseeland, Alaska, der Schweiz oder sogar auf Hawaii. Viele der Protagonistinnen waren persönlich anwesend, unter ihnen die Olympiateilnehmerin Janina Kuzma (NZL), Goldmedaillen-Gewinnerin Julia Mancuso (USA), sowie die Dritte der Freeride World Tour in Andorra Evelina Nilsson (SWE). Gemeinsam mit der Regisseurin Sandra Lahnsteiner nahmen sie sich im Vorfeld der Premiere im Auditorium der BMW Welt die Zeit, um Fragen der teils weitgereisten Journalisten und begeisterten Freeride-Fans zu beantworten.

Das Engagement der BMW Group im Wintersport

Unter dem Namen BMW Mountains werden alle europaweiten Engagements und Aktivitäten der Marke BMW im Winter gebündelt. „Zu unseren Aktivitäten in diesem Bereich zählen nicht nur langfristig angelegte Kooperationen mit namhaften Skiresorts sowie mit Partnern aus der Sport- und Outdoor-Industrie, sondern auch die Unterstützung solcher Projekte, die helfen die Ästhetik und den Anspruch

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 10. Oktober 2016

Thema 700 Gäste bei der Weltpremiere des Freeride Films „Shades of Winter: Beetween“ in der BMW Welt

Seite 2

dieses Sports festzuhalten und in die ganze Welt zu tragen“, erklärte Jörg Reimann, Leiter Markenerlebnis Kunde, der das Event ebenfalls besuchte.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer

Pressesprecher BMW Welt & Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Marketing

Phone: +49-89-382-28556

mailto: Bernhard.Ederer@bmwgroup.comInternet: www.press.bmw.de**BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.**

Mit über 3 Millionen Besuchern in 2015 zählt die BMW Welt in München zu einer der meistbesuchten Sehenswürdigkeiten Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten entwickelt. Mit ihrer ikonischen Architektur ist sie das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie beliebte Eventlocations für über 400 externe Veranstaltungen im Jahr. Die verschiedenen Restaurants der BMW Welt bieten ein vielfältiges kulinarisches Angebot bis hin zur Sterne-Gastronomie. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Globalität, Mobilität und Nachhaltigkeit.

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>