



Presse-Information
09. Februar 2022

BMW zeigt während des Super Bowls erstmals einen neuen Werbespot mit Arnold Schwarzenegger, Salma Hayek Pinault und dem brandneuen, vollelektrischen BMW iX Sports Activity Vehicle.

- **Der von Goodby Silverstein & Partners konzipierte und von Bryan Buckley inszenierte 60-Sekunden-Spot wird in der dritten Werbepause des ersten Spielviertels ausgestrahlt.**
- **BMW bringt im nächsten Monat zwei neue vollelektrische Fahrzeuge auf den US-Markt – das BMW iX Sports Activity Vehicle und das viertürige BMW i4 Gran Coupé.**

München. BMW wird während des Super Bowls am Sonntag, dem 13. Februar 2022, erstmals einen neuen 60-Sekunden-Werbespot ausstrahlen, um das brandneue vollelektrische BMW iX Sports Activity Vehicle zu präsentieren, das nächsten Monat in den USA auf den Markt kommt. In dem prominent besetzten Spot sind der legendäre Schauspieler Arnold Schwarzenegger und die schon einmal Oscar®-nominierte Schauspielerin Salma Hayek Pinault zu sehen. Bryan Buckley, bereits zweimal für den Oscar® nominiert, führte Regie. Der Spot wird in der dritten Werbepause des ersten Spielviertels ausgestrahlt.

Schwarzenegger spielt Zeus, den griechischen Gott von Blitz und Donner, und Hayek Pinault dessen Gemahlin, die Göttin Hera. Die beiden ziehen sich vom Olymp in ein ruhiges Dasein in Palm Springs, Kalifornien, zurück. Die Monotonie des Ruhestands macht Zeus jedoch schnell zu schaffen. Er ist frustriert von seinen Problemen mit der irdischen Elektronik und den ständigen Bitten seiner lästigen sterblichen Nachbarn, ihre elektrischen Golfcarts und Heckenscheren aufzuladen. In der Zwischenzeit hat sich Hera, die Heldin der Geschichte, gut eingelebt und fühlt sich im Ruhestand sichtlich wohl.

Um wieder etwas Aufregung in Zeus' Leben zu bringen, schenkt sie ihm einen vollelektrischen BMW iX, der die Elektronik-Begeisterung ihres Mannes augenblicklich erneut entfacht. Der Spot endet mit dem glücklichen Paar, das in seinem neuen BMW iX zum Klang von „Electric Avenue“ von Eddie Grant die Straße entlang rockt, während Zeus mit seinen elektrischen Kräften die Ampeln auf Grün schaltet.

„Die vollelektrische Mobilität ist das Herzstück der Marke BMW“, erklärt Jens Thiemer, Senior Vice President Customer & Brand der BMW AG. „Es gibt keinen besseren Ort für diese Botschaft als eines der weltweit größten TV-Spektakel, bei dem die Zuschauer die Werbespots genauso begeistert verfolgen wie das Spiel. Mit Arnold und Salma können wir der Welt den neuen BMW iX auf einprägsame und eindrucksvolle Weise vorstellen.“



Presse-Information

Datum 09.02.2022

Thema BMW Super Bowl Spot 2022.

Seite 2

„Der Humor liegt darin, dass dieser legendäre Gott der Blitze, der als unverwundlich gilt, mit der Elektronik des Alltags Probleme hat“, sagt Schwarzenegger. „Erst als seine brillante Frau ihm einen vollelektrischen BMW iX schenkt, wird Zeus von der mächtigen Kraft der Elektrizität getroffen und vollständig verjüngt.“

Der Spot wurde von der für BMW federführenden US-Kreativagentur Goodby Silverstein & Partners konzipiert und unter der Regie des zweimal Oscar®-nominierten Filmregisseurs Bryan Buckley realisiert, der für seine Arbeit an mehr als 65 Super Bowl-Werbespots bereits viel Anerkennung erhalten hat. Hayek Pinault tritt erstmals in einem Super Bowl-Spot auf und ist darüber hinaus zum ersten Mal gemeinsam mit Schwarzenegger in einem landesweiten Werbespot zu sehen.

„Dies ist meine erste Super Bowl-Werbung – und das erste Mal, dass ich eine griechische Göttin spiele“, beschreibt Hayek Pinault ihre Rolle. „75 Prozent der Entscheidungen, die in einer Ehe darüber gefällt werden, wofür das Geld ausgegeben wird, werden von Frauen getroffen. Auch in diesem Spot ist es die Frau, die sich für das richtige Auto entscheidet, um ihren Mann wieder auf Kurs zu bringen. Natürlich ist der Werbespot unterhaltsam, aber es steckt auch eine echte menschliche Wahrheit darin.“

„Ich habe schon etwa 60 Super Bowl-Spots gedreht, aber ich hatte noch nie so viel Starpower wie mit diesen beiden Darstellern“, erklärt Regisseur Bryan Buckley. „Als ich das erste Mal Schwarzeneggers Namen auf dem Drehbuch sah, war ich sofort dabei, und Salma – es gibt keine bessere Schauspielerin. Es handelt sich um einen 60 Sekunden langen Film, der auf einer unglaublich großen Bühne läuft.“

„Bei diesem legendären jährlichen Ereignis geht es nicht nur um ein Meisterschaftsspiel. Es ist ein kulturelles Phänomen, bei dem die Zuschauer sogar noch aufmerksamer werden, wenn die Action auf dem Spielfeld ruht“, sagt Rich Silverstein, Mitbegründer und Co-Chairman bei Goodby Silverstein & Partners. „Es gibt nur eine Person auf der Welt, die sagen kann, sie sei Zeus, und das ist Arnold. Und es gibt nur eine Marke, die es verdient, The Ultimate Electric Driving Machine genannt zu werden, und das ist BMW. Das wollten wir auf die große Bühne bringen, und das werden wir am 13. Februar tun.“

Der BMW iX wurde entwickelt, um Normalsterblichen mehr als nur Mobilität zu bieten. Er vereint die fünfte Generation der BMW eDrive Technologie mit den neuesten Entwicklungen des Unternehmens in den Bereichen Design, Konnektivität, digitale Dienste und Nachhaltigkeit. Mit 516 PS und einer Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in nur 4,6 Sekunden garantiert der BMW iX ein berauschendes Fahrerlebnis. Die EPA schätzt die rein elektrische Reichweite auf bis zu 324 Meilen (522 Kilometer). Zu den neuesten Technologien im Fahrzeug gehören 5G-Konnektivität, ein elegantes gewölbtes Display,



Presse-Information

Datum 09.02.2022

Thema BMW Super Bowl Spot 2022.

Seite 3

das das 12,3-Zoll-Informationsdisplay mit einem 14,9-Zoll-Display für die zentrale Steuerung verbindet, sowie das neue BMW iDrive 8, die neueste Benutzeroberfläche des Unternehmens.

„Dies ist eine der wichtigsten Veranstaltungen in den USA und die perfekte Bühne, um unseren Kunden in den USA den BMW iX vorzustellen“, sagt Uwe Dreher, Vice President Marketing, BMW of North America. „Wir verzeichnen bereits eine beträchtliche Anzahl von Vorbestellungen für den BMW iX und den BMW i4 und freuen uns sehr über die Begeisterung für diese beiden neuen Elektrofahrzeuge.“

Neben dem BMW iX wird BMW im nächsten Monat auch den vollelektrischen BMW i4, ein viertüriges Gran Coupé, in den USA auf den Markt bringen. Damit macht das Unternehmen einen großen Schritt in Richtung seines erklärten Ziels, bis 2030 weltweit 50 Prozent seines Absatzes mit Elektrofahrzeugen zu erzielen.

Der letzte Super Bowl-Werbespot von BMW erschien 2015 und zeigte Katie Couric und Bryant Gumbel beim Bestaunen des BMW i3, des ersten vollelektrischen Serienfahrzeugs von BMW. Der BMW i3 war ein echter Wegbereiter der Elektromobilität und wurde zu einem der meistverkauften Premium-Elektrofahrzeuge der Welt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg
Telefon: +49-89-382-30641
E-Mail: Phil.Dilanni@bmwna.com

Ingo Wirth, Head of Product & Brand Communications BMW
Telefon: +49-89-382-25814
E-Mail: Ingo.Wirth@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 09.02.2022

Thema BMW Super Bowl Spot 2022.

Seite 4

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>