



Sajtóinformáció
2022. február 12.

A BMW új reklámfilmét készítette a Super Bowl-ra – Arnold Schwarzenegger, Salma Hayek Pinault és a BMW iX főszereplésével

A Goodby Silverstein & Partners ötletei alapján készített és Bryan Buckley rendező nevével fémjelzett, egyperces alkotás az első negyed harmadik reklámszünetében kerül adásba. Az Egyesült Államokban a BMW egy hónap múlva indítja be két vadonatúj elektromos modelljét, a BMW iX és a BMW i4 értékesítését.

Magyar idő szerint február 14-én, hétfő hajnalban rendezik meg Los Angelesben a 2022-es Super Bowl-t, amelyre a BMW egy merőben új, egyperces reklámfilmét álmódott meg. Az alkotás négykerekű főszereplője a bajor prémiummárka technológiai zászlóshajójaként bemutatott BMW iX Sports Activity Vehicle modell, amely az Egyesült Államokban egy hónap múlva ünnepli piaci premierjét. A BMW új reklámfilmjében a hollywoodi legenda, Arnold Schwarzenegger és az Oscar-díjra jelölt Salma Hayek Pinault brillíroznak, a rendezői feladatokat pedig az Oscar-díjra kétszer is jelölt Bryan Buckley vállalta el. Az egyperces reklámspot a Super Bowl első negyedének harmadik reklámszünetében kerül adásba.

A BMW új reklámfilmjében Arnold Schwarzenegger Zeust, a görög mitológia főistenét, Salma Hayek Pinault pedig a feleségét, Hérát alakítja, akik az Olümposzról nyugdíjba vonulva a kaliforniai Palm Springs-ben élik csendes életüket. A nyugdíjas évek monotonitása azonban hamar megviseli Zeust, akit frusztrálnak a földi élet elektronikai küzdelmei és a halandó szomszédok olyan folyamatos kérései, mint hogy földöntúli adottságait latba vetve töltsen fel elektromos golfkocsijukat és sövénynyírójukat. Héra közben teljesen beilleszkedett a földi társadalomba, ahol jól érzi magát nyugdíjas éveiben. Hogy Zeus szemébe ismét csillogást és őszinte rajongást csaljon, Héra megajándékozza férjét egy tisztán elektromos meghajtású BMW iX modellel, amely az istenek királyát azonnal izgalomba hozza. Az egyperces alkotás Eddy Grant „Electric Avenue” című slágerével zárul, amint a boldog pár az új BMW iX modellben élvezi a gondtalanságot, miközben Zeus az összes előttük álló forgalmi lámpát zöldre váltja.

„A tisztán elektromos mobilitás a BMW márka essenciája, és ezt a világ egyik legnagyobb televíziós közönsége előtt is bemutatjuk” – mondta Jens Thiemer, a BMW márkaigazgatója. „A Super Bowl nézői legalább annyira vannak ráhangolódva a reklámokra, mint magára a játékra. Arnold és Salma főszereplésével felejthetetlen és hatásos módon tudjuk bemutatni a világnak az új BMW iX modellt” – tette hozzá.

„A humor abban gyökerezik, hogy a villámok istene, aki állítólag elpusztíthatatlan, napról napra kénytelen megküzdeni a hétköznapi elektronikai berendezéseivel” – mesélte a Zeust megformáló Arnold Schwarzenegger. „Zeus csak akkor válik eggyé az



Sajtóinformáció
2022. február 12.

elektromosság hatalmas erejével, amikor zseniális felesége megajándékozta őt a teljesen elektromos BMW iX modellel, és így teljesen megfiatalodik” – fogalmazott.

A reklámspot alapötletét és részleteit a BMW elsőszámú tengerentúli kreatív ügynöksége, a Goodby Silverstein & Partners dolgozta ki, akik rendezőnek azt a Bryan Buckley-t kérték fel, akit munkássága okán már kétszer is jelöltek Oscar-díjra és aki a Super Bowl reklámszüneteibe már több mint 65 reklámot készített. Salma Hayek Pinault számára a BMW új reklámfilmje az első, amelyben feltűnik a Super Bowl reklámszünetében, egyúttal az első olyan országos méretű reklám, amelyben Arnold Schwarzenegger oldalán szerepel.

„Ez az első Super Bowl-reklámom – és az első alkalom, hogy görög istennőt játszhatok” – mesélte Salma Hayek Pinault. „Egy házasságban az anyagi döntések hetvenöt százalékát a nők hozzák meg, ebben a reklámban pedig a nő az, aki az ideális autó kiválasztásával visszaadja férjének az életkedvet. Az alkotás természetesen szórakoztató, de azért van valóságalapja” – mondta a színésznő.

„Mintegy hatvan Super Bowl-reklámot készítettem már, de még soha nem dolgoztam akkora sztárokkal, mint ők ketten” – nyilatkozta Bryan Buckley rendező. „Amint megláttam Schwarzenegger nevét a forgatókönyvben, elvállaltam. És Salma: nincs nála nagyobb színésznő. Az alkotás egy hatvan másodpercbe sűrített film, az elképzelhető legnagyobb közönség előtt” – tette hozzá.

„A Super Bowl egy minden évben megrendezett, ikonikus esemény, amely túlmutat a sportágakon és nem csupán egy mérkőzés. Ez egy kulturális jelenség, amely arra ösztönzi a nézőket, hogy még jobban odafigyeljenek, amikor a pályán zajló események leállnak” – mondta Rich Silverstein, a Goodby Silverstein & Partners társalapítója és társelnöke. „Csak egyetlen ember van a bolygón, aki Zeusznak vallhatja magát, és az Arnold. És csak egyetlen márka van, amely az elektromos mobilitás abszolút élményét kínálja: a BMW. Mindezt nagyszabásúan kellett bemutatnunk, ezért is a Super Bowl” – fogalmazott.

Az emberi szükségletek kielégítésénél is többre tervezett BMW iX modell a BMW eDrive hajtáslánc-technológia ötödik generációját a vállalatcsoport legkorszerűbb járműkialakítási, járműkapcsolati, digitális szolgáltatásokat kínáló és fenntarthatósági innovációival egyesíti. 385 kW / 523 lóerő maximális teljesítményével és 4,6 másodperc alatt abszolút nulla-százás gyorsulásával a BMW iX vérpezsdítő vezetési élményt garantál, miközben nagyfeszültségű akkumulátora a valós körülmények közötti legdinamikusabb járműhasználat eredményeit vizsgáló, globális szabvány szerint működő tesztciklus (WLTP – Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) mérései szerint egyetlen feltöltéssel 630 kilométerre elegendő energiát képes eltárolni. A modellben az 5G mobiltechnológiával is felvértezett, legkorszerűbb járműtechnológia, a 12,3” képernyő-átmérőjű digitális műszerfal és a 14,9” képernyő-átmérőjű központi kijelző kettőset kínál



Sajtóinformáció
2022. február 12.

BMW Ívelt Kijelző, valamint a BMW Operációs Rendszer 8 dolgozik együtt, a vállalatcsoport eddigi legfejlettebb felhasználói felületét adva a bajor prémiummárka ügyfeleinek kezébe.

„A Super Bowl egy kimagasló esemény az Egyesült Államokban. Tökéletes színpad arra, hogy bemutassuk ügyfeinknek az új BMW iX modellt” – nyilatkozta Uwe Dreher, a BMW Észak-Amerika marketingigazgatója. „A BMW iX modellre és a BMW i4 modellre egyaránt számos előrendelést rögzítettünk már, mindkét tisztán elektromos újdonságot osztatlan rajongói izgalom övezi” – tette hozzá.

A bajor prémiumgyártó a következő hónapban a BMW iX mellett a BMW i4 tisztán elektromos meghajtású Gran Coupé modell értékesítését is megkezdi az Egyesült Államokban, amellyel újabb fontos lépést tesz 2030-ra kitűzött azon célja felé, hogy globális tekintetben minden második új autóját tisztán elektromos meghajtással értékesítse.

A BMW a Super Bowl-on legutóbb 2015-ben jelent meg reklámmal, amelyben a főszereplők, Katie Couric and Bryant Gumbel a BMW első tisztán elektromos meghajtású modelljét, a BMW i3 innovációit és környezettudatos karakterét csodálták. A BMW i3 az elektromos mobilitás iránymutatójaként érkezett meg az utakra és később a világ egyik legnagyobb darabszámban értékesített prémium elektromos modelljévé vált.

A Zeus & Hera c. reklámfilm a YouTube-on tekinthető meg:
<https://youtu.be/nUC1QA5gRcU>.

A Zeus & Hera c. reklámfilmhez kapcsolódó további fotók a következő oldalon érhetők el:
<https://www.press.bmwgroup.com/global/article/detail/T0367315EN/bmw-to-debut-a-new-advertisement-during-the-super-bowl-starring-arnold-schwarzenegger-salma-hayek-pinault-and-the-all-new-fully-electric-bmw-ix-sports-activity-vehicle>.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.



Sajtóinformáció 2022. február 12.

2021-ben a BMW Group több mint 2,5 millió darab gépkocsit és több mint 194 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 98,990 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2020-as pénzügyi évben 5,222 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2020. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 120 726 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség, a beszállítói hálózattól kezdve, a sorozatgyártáson keresztül, egészen a termékek életciklusának végéig.

www.bmw.hu

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/>