



## Einsatz am roten Teppich

Einsatz am roten Teppich  
Die BMW Group wird Partner des Internationalen Filmfest München. München. Die BMW Group wird 2013 offizieller Partner des 31. Internationalen Filmfest München, das vom 28. Juni bis 6. Juli die besten Spiel- und Dokumentarfilme aus aller Welt präsentiert. Die BMW Group sorgt für den stillvollen Shuttle-Service der prominenten Gäste des Filmfest München bei der feierlichen Eröffnung, den Preisverleihungen, Gala-Premieren und weiteren Veranstaltungen des Festivals. Darüber hinaus sind zwei große Events vom Filmfest München bei der BMW Group zu Gast. Im Doppelkegel der BMW Welt findet in diesem Jahr die feierliche Verleihung des CineMerit-Preises an eine herausragende Persönlichkeit des internationalen Filmschaffens statt. Das BMW Museum öffnet seine Tore für die Feier des Förderpreises Neues Deutsches Kino, einem der wichtigsten Nachwuchspreise im deutschen Film. Maximilian Schöberl, Bereichsleiter Konzernkommunikation und Politik der BMW Group zum Filmfest Engagement: "BMW hat eine lange Tradition im Film. München ist in Deutschland ein wichtiges Zentrum der Filmwirtschaft. Daher freue ich mich besonders, das Filmfest München - Deutschlands bedeutendstes Sommer-Filmfestival - mit unserem Engagement zu unterstützen." Die Direktorin des Internationalen Filmfest München, Diana Iljine, fügt hinzu: "Mit BMW können wir bereits auf eine lange gemeinsame Geschichte zurück blicken. Mehr als 20 Jahre lang hat BMW das Filmfest München mit seinem Engagement unterstützt. Umso mehr freue ich mich, dass uns die BMW Group jetzt wieder als starker Partner zur Seite steht." Seit mehr als vier Jahrzehnten engagiert sich die BMW Group nachhaltig in der Kreativ- und Kulturlandschaft für Kino und TV. Neben der Ausstattung mit Fahrzeugen für Filmaufnahmen unterstützt die BMW Group auch Lehrinrichtungen und zahlreiche Branchenevents - von großen, hochkarätigen Filmfestivals bis hin zu kleinen, ambitionierten Filmtagen. Die BMW Group bietet Produzenten, Regisseuren und Filmausstattern für ihre Projekte mit ihren Fahrzeugen, aber auch mit ihrer Architektur (z. B. der BMW Welt) die perfekten Requisiten. Neben zukunftsweisenden BMW Automobilen (z. B. dem BMW i8 Concept in Mission Impossible) werden historische Fahrzeuge, Motorräder, Fahrzeuge der Marke MINI sowie Produktionsfahrzeuge zur Verfügung gestellt. Das Filmfest München ist seit 1983 ein bedeutender Treffpunkt der Filmbranche. Jährlich sind beim Filmfest München über 2.500 deutsche und internationale Medienprofessionals sowie mehr als 600 Journalisten akkreditiert. Das Filmfest München zeigt jedes Jahr rund 180 der besten Spiel- und Dokumentarfilme aus aller Welt in internationaler, europäischer oder deutscher Erstaufführung. 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.com e-mail: presse@bmw.de Das kulturelle Engagement der BMW Group Seit mehr als 40 Jahren ist die internationale Kulturförderung der BMW Group mit inzwischen über 100 Projekten weltweit essentieller Bestandteil der Unternehmenskommunikation. Schwerpunkte des langfristig angelegten Engagements setzt die BMW Group in der zeitgenössischen und modernen Kunst sowie in klassischer Musik, Jazz, Architektur und Design. 1972 fertigte der Künstler Gerhard Richter drei großformatige Gemälde eigens für das Foyer der Münchener Konzernzentrale an. Seither haben Künstler wie Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Olafur Eliasson, Jeff Koons, Zubin Metha, Daniel Barenboim und Anna Netrebko mit BMW zusammengearbeitet. Außerdem beauftragte das Unternehmen Architekten wie Karl Schwanzer, Zaha Hadid und Coop Himmelb(l)au mit der Planung wichtiger Unternehmensgebäude. 2011 feierte das BMW Guggenheim Lab, eine internationale Initiative der Solomon R. Guggenheim Foundation, des Guggenheim Museums und der BMW Group, seine Weltpremiere in New York. Bei allem Kulturengagement erachtet die BMW Group die absolute Freiheit des kreativen Potentials als selbstverständlich - denn sie ist in der Kunst genauso Garant für bahnbrechende Werke wie für Innovationen in einem Wirtschaftsunternehmen. Weitere Informationen: www.bmwgroup.com/kultur und www.bmwgroup.com/kultur/ueberblick Die BMW Group Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 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 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 Indices. www.bmwgroup.com 

## Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

## Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der

motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.