

DHL feiert Veröffentlichung des neuen James Bond Films *Keine Zeit zu Sterben* mit internationaler Markenkampagne

- **Kampagne zeigt DHL als effizienten und zuverlässigen Partner**
- **Herzstück der Kampagne ist ein weltweit ausgestrahlter TV-Werbespot**
- **Fokussierung auf stärkere Emotionalisierung der Marke DHL**
- **DHL ist offizieller Logistikpartner für *Keine Zeit zu Sterben***

Bonn, 3. September 2021: Vor der Kinopremiere des neuen James-Bond Films *Keine Zeit zu Sterben* hat das führende Logistikunternehmen DHL heute eine neue Kampagne gestartet, um die langjährige Partnerschaft und die Essenz herausragender Zustellservices zu zelebrieren. Herzstück der Kampagne ist ein TV-Werbespot als Hommage an die Kult-Filmreihe, für die DHL bereits zum fünften Mal Logistik- und Transportdienstleistungen übernommen hat.

„Wir sind unglaublich stolz auf die Unterstützung, die DHL für die letzten fünf James-Bond-Filme erbringen konnte. Um ein Projekt dieser Größenordnung zu realisieren, bedarf es der kollektiven Anstrengung und Orchestrierung unseres internationalen DHL-Netzwerks und seiner jeweiligen Teams. Von Action bis Augenzwinkern hat die Kampagne alles, was einen echten Bond-Film ausmacht und ist dabei aber gleichzeitig fest in der DHL-Welt verankert. Die Botschaft lautet: Egal, wie ungewöhnlich oder komplex Ihr Auftrag auch sein mag – auf DHL als Logistikpartner können Sie sich verlassen“, so Monika Schaller, Executive Vice President Konzernkommunikation, Nachhaltigkeit & Marke.

Um einen Werbespot zu drehen, der genauso fesselnd und actiongeladen wie eine Bond-Verfolgungsjagd ist, war die Auswahl der richtigen Akteure für die Gestaltung, Inszenierung und Umsetzung von entscheidender Bedeutung. Mit am Set waren das 007-Stuntteam einschließlich des Koordinators Pete White. Bonds kultiger Aston Martin DB5 wird von Ben Collins gefahren, der als Stuntfahrer auch im neuen Bond-Streifen *Keine Zeit zu Sterben* zum Einsatz kommt. Regie führte der preisgekrönte Regisseur Adam Berg von Smuggler und für den Dreh des Spots war Linus Sandgren, Chef-Kameramann von *Keine Zeit zu Sterben*, verantwortlich. Das Kreativkonzept wurde von DHL's Lead-Agentur 180 Amsterdam entwickelt.

Mit der Kampagne setzt DHL auf ein Storytelling, das auf eine stärkere Emotionalisierung der Marke abzielt. Der Spot spielt in Shanghai und zeigt einen DHL-Kurier, der ein wichtiges Paket an James Bond ausliefern soll. Als er am vereinbarten Treffpunkt eintrifft, wird die Übergabe an Bond verhindert, und es kommt zu einer rasanten Verfolgungsjagd durch die Straßen von Shanghai. Während 007 durch die

Straßen gejagt wird, gelingt es dem Kurier dem Chaos zu entkommen und das Paket sicher und effizient an eine aktualisierte Lieferadresse zu liefern.

Neben dem TV-Werbespot wird die Kampagne auch über alle internationalen digitalen Kanäle laufen und sowohl digitale Banner als auch Videos und Printanzeigen umfassen. Weitere Informationen, Behind-the-Scenes Material und den TV-Spot in voller Länge finden Sie auf der Kampagnen-Website NoTimeToDie.dhl.

Keine Zeit zu Sterben ist ein Film von Regisseur Carj Jojo Fukunaga mit Daniel Craig in der Hauptrolle, der für seinen fünften und letzten Film als Ian Flemings James Bond zurückkehrt. Der Film wird am 30. September 2021 im Vereinigten Königreich von Universal Pictures International und in den USA am 8. Oktober 2021 von Metro Goldwyn Mayer (MGM) über ihr Unternehmen United Artists Releasing in die Kinos gebracht.

– Ende –

You can find the press release for download as well as further information on dpdhl.com/pressreleases

Pressekontakt:

Deutsche Post DHL Group

Media Relations

David Stöppler

Tel.: +49 228 182-9944

E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.com/press

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 400.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit

einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern, spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“ und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.

No Time To Die Synopsis:

In KEINE ZEIT ZU STERBEN ist Bond nicht mehr im aktiven Dienst und genießt ein ruhiges Leben in Jamaika. Sein Frieden ist von kurzer Dauer, als sein alter Freund Felix Leiter von der CIA auftaucht und ihn um Hilfe bittet. Die Mission, einen entführten Wissenschaftler zu retten, erweist sich weitaus tückischer als erwartet und führt Bond auf die Spur eines mysteriösen Bösewichts, der im Besitz von gefährlicher neuer Technologie ist.

About EON Productions:

EON Productions Limited and Danjaq LLC are wholly owned and controlled by the Broccoli/Wilson family. Danjaq is the US based company that co-owns, with Metro Goldwyn Mayer Studios, the copyright in the existing James Bond films and controls the right to produce future James Bond films. EON Productions, an affiliate of Danjaq, is the UK based production company that has made the James Bond films since 1962 and together with Danjaq controls all worldwide merchandising. For more information, visit www.007.com.

About Metro Goldwyn Mayer:

Metro Goldwyn Mayer (MGM) is a leading entertainment company focused on the production and global distribution of film and television content. The company owns one of the world's deepest libraries of premium film and television content. In addition, MGM has investments in domestic and international television channels and is the majority owner of and distributor for United Artists Media Group (UAMG). For more information, visit www.mgm.com.

About Universal Pictures International:

Universal Pictures International (UPI) is the international marketing and distribution division for Universal Pictures. In the United Kingdom, Ireland, Spain, Italy, Germany, Austria, Switzerland, the Netherlands, France, Russia, Korea, Australia, New Zealand, Mexico and China (including Hong Kong SAR), UPI directly markets and distributes movies through its own offices, creating local campaigns and release strategies. In other parts of the world, UPI partners with Warner Bros, with Paramount through United International Pictures (UIP), and with Sony, either directly or through UIP, to distribute its films. Universal Pictures is part of NBCUniversal, one of the world's leading media and entertainment companies in the development, production, and marketing of entertainment, news, and information to a global audience. NBCUniversal is a subsidiary of Comcast Corporation.

About United Artists:

United Artists Releasing, a joint venture between Metro Goldwyn Mayer (MGM) and Annapurna Pictures (Annapurna), is a U.S. theatrical releasing company. Built upon the legacy of the iconic United Artists motion picture studio, the joint venture provides a home where filmmakers are supported by thoughtful approaches to marketing, publicity and distribution. United Artists Releasing offers content creators an alternative distribution option outside of the studio system and supports Annapurna and MGM's film slates as well as the films of third-party filmmakers.

###