



Neue BMW Kampagne. 'DESIGNED FOR DRIVING PLEASURE.'

Neue BMW Kampagne. "DESIGNED FOR DRIVING PLEASURE".
Mit dem Start in Deutschland präsentierte BMW am Samstag die neue internationale Kampagne zum Thema Design. Die weltweite, integrierte Kampagne stellt die Dynamik des BMW Designs in den Mittelpunkt. Der TV-Spot zeigt das BMW Concept 4er Coupé dynamisch mit einem überraschenden, visuellen Effekt, der sich am Ende des Spots auflöst. Design und Dynamik sind auch das Thema der Printmotive. Straff gespannte Seile erzeugen im Bild den Effekt der Bewegungs-Unschärfe, die normalerweise durch echte Fahraufnahmen entsteht. Auch im Internet können die User bereits seit November 2012 ein Special zum Thema Design erleben: www.bmw.com/design. Filme, Animationen und eine historische "Timeline" geben Einblicke in den Designprozess, die Historie und die Vision des BMW Designs. In dem Online Special steht auch eine App zum Download bereit: Das Magazin Architectural Digest hat die neue App "AD Essence", eine Sonderausgabe für iPad und Android Tablets, in Kooperation mit dem BMW Group Design auf den Markt gebracht. Die Kampagne startet aktuell auf der deutschen Website www.bmw.de.
Die Dynamik des BMW Designs ist Thema der neuen weltweiten Kampagne, die im ersten Quartal 2013 rund um den Globus zum Einsatz kommt. "Unsere Produkte geben ein Versprechen: Freude am Fahren. Die Vorfreude auf das, was man mit einem BMW erleben kann, entsteht jedoch schon auf den ersten Blick. In der neuen Kampagne wird die Dynamik des Designs überraschend anders inszeniert", sagt Andreas-Christoph Hofmann, Leiter BMW Markenkommunikation.
Die Kreation entstand im engen Schulterschluss mit BMW Design. Karim Habib, Leiter BMW Design: "Das BMW Concept 4er Coupé ist ein eigenständiger Charakter innerhalb der BMW Familie und vereint zugleich alles, wofür BMW steht: Dynamik, Sportlichkeit und Eleganz. Präzise Linien und charaktervoll modellierte Flächen drücken diese Dynamik und Bewegung bereits im Stand aus."
Im TV-Spot von Hollywoodregisseur Samuel Bayer sieht man das BMW Concept 4er Coupé in dynamischer Bewegung. Beschleunigung, Bremsen, schnelle Kurven - pure Fahrfreude. Allerdings handelt es sich um einen überraschenden, durch Kamerafahrten erzeugten, visuellen Effekt. Denn das Fahrzeug steht den ganzen Spot über auf einem Podest. Zu sehen ist der Spot unter: www.bmw.com/4seriesconcept, www.bmw.com/4erconcept
Auch die Printkampagne folgt demselben Gedanken: Auf den ersten Blick wirken die Fotografien von Uwe Düttmann wie extrem schnelle Fahrschüsse. Beim genaueren Hinsehen fällt jedoch auf, dass die Bewegungsunschärfe der Umgebung durch straff gespannte Seile initiiert wird. Mit über 3.500 Metern gespannter Seile rund um die Fahrzeuge konnte die dynamische Anmutung im Bild erzeugt werden, obwohl das Fahrzeug steht.
Die Kampagne wird in Deutschland auch Online und in den Social-Media-Kanälen präsentiert. Online-Werbebanner und -Animationen greifen die Idee der Printmotive und des TV-Spots auf und spielen ebenfalls dynamisch mit dem Eindruck eines fahrenden Fahrzeuges. Eine zentrale Landingpage auf www.bmw.de bietet neben Informationen zu den gezeigten Fahrzeugen auch Hintergründe zum TV-Spot und ein Gewinnspiel. So können User auch im Rahmen des Facebook Auftritts von BMW Deutschland einen neuen BMW Z4 für die Dauer von drei Monaten gewinnen. Über den Youtube Channel und den BMW eigenen Kanal www.bmw-tv.de wird die Kampagne mit einem Special zum Thema Design vertieft.
Mitte Februar startet in Deutschland die Kampagne in Print, TV, Online, in den Social Media und Out of Home für mehrere Wochen. Johannes Seibert, Leiter Marketing BMW Deutschland: "Die neue BMW Kampagne nimmt im Jahr 2013 eine zentrale Rolle in Deutschland ein. Das Design unserer Produkte ist für die meisten BMW Kunden der wichtigste Kaufgrund. Mit dieser Kampagne stellen wir also einen für die Marke BMW sehr relevanten und positiven Imagefaktor in den Mittelpunkt." Auf den Printanzeigen sind verschiedene BMW Modelle zu sehen. Neben dem Fokus auf das BMW Concept 4er Coupé steht der neue BMW Z4 mit der bundesweiten Markteinführung am 16. März bei den BMW Partnern im Vordergrund.
Umgesetzt hat die integrierte Kampagne Serviceplan, Hamburg.
Die BMW Group
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 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 2011 belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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.
BMW Group - Bayerische Motoren Werke AG
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (0)89 382 - 0
URL: <http://www.bmwgroup.de>

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.