



"Motor einer neuen Mobilität - BMW Group Kampagne zur Revolution der Mobilität"

"Motor einer neuen Mobilität" - BMW Group Kampagne zur Revolution der Mobilität
Mit BMW i beschreitet die BMW Group als Pionier neue Wege in München. Mit BMW i stellt sich die BMW Group wirtschaftlichen und ökologischen Herausforderungen in einer sich verändernden Welt. Die international angelegte Kampagne stellt bekannte, historisch bedeutende Revolutionen in den Mittelpunkt und überträgt deren Bedeutung auf den Pioniercharakter von BMW i. Printanzeigen, Internet-Banner und Social-Advertising führen zu einem Online-Film, der sich in neun verschiedene Features auflöst, die Mitarbeiter der BMW Group im Kontext ihrer Tätigkeit für BMW i und auch Nutzer von Elektromobilität zeigen. Die Features behandeln verschiedene Aspekte von BMW i wie beispielsweise die Verwendung von nachhaltigen Materialien oder geben Antworten auf häufig gestellte Fragen wie zum Beispiel die Frage nach der Reichweite eines Elektrofahrzeugs. Die Kampagne ist in Bild und Sprache an die Nachhaltigkeitskampagne der BMW Group angelehnt und integriert sich in die BMW i Marken- und Produktkommunikation. Auch mit der Kampagne "Motor einer neuen Mobilität" geht die BMW Group neue Wege. "Anspruch der BMW Group ist es, die Mobilität der Zukunft zu gestalten. Mit der konsequenten Ausrichtung auf nachhaltige Mobilität mit Premiumanspruch treiben wir als Unternehmen die Veränderung und sind gleichzeitig Teil der Lösung", so Bill McAndrews, Leiter Konzernkommunikationsstrategie, Unternehmens- und Marktkommunikation der BMW Group. "Wir nehmen daher bewusst die BMW Group als Absender der Kampagne und zeigen unsere Mitarbeiter, die mit ihrer Arbeit tagtäglich große und kleine Revolutionen auf den Weg bringen", so McAndrews weiter. BMW i erschließt neue Zielgruppen für die BMW Group und positioniert die Muttermarke BMW noch stärker als nachhaltige und zukunftsorientierte Marke. BMW i revolutioniert das Verständnis von Mobilität und verfolgt einen holistischen Ansatz aus maßgeschneiderten Fahrzeugkonzepten mit einzigartigem Design, Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette und ergänzenden Mobilitätsdienstleistungen. Die Kampagne startete am 13. Mai 2013 mit ersten Printanzeigen. Kreativkonzept und Umsetzung: Interone, München
Filmproduktion: TVT, München
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
Martina Napoleone, Wirtschafts- und Finanzkommunikation BMW Group, Sprecherin Marketing und BMW Welt
Martina.Napoleone@bmw.de, Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418
Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation BMW Group
Alexander.Bilgeri@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418
Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de
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 Montagstätten 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.


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.