



## Die Kampagne zum neuen BMW 3er Gran Turismo

Die Kampagne zum neuen BMW 3er Gran Turismo<br /><br />München. Mit ersten Printanzeigen ist in dieser Woche die Kampagne zum neuen BMW 3er Gran Turismo gestartet. Die integrierte Kampagne stellt das Zusammenspiel von Form und Ästhetik, sowie Raum und Funktionalität des BMW 3er Gran Turismo in den Mittelpunkt. Ab dem kommenden Wochenende folgen ein TV-Spot und weitere Maßnahmen im Print und Online-Bereich. Die deutschlandweite Markteinführung des BMW 3er Gran Turismo ist am 15. Juni bei allen BMW Partnern.<br />"Mit dem neuen BMW 3er Gran Turismo präsentiert BMW ein innovatives und eigenständiges Konzept innerhalb der erfolgreichen BMW 3er Reihe. Das Konzept vereint die sportlich dynamischen Gene der Limousine mit der Funktionalität und Vielseitigkeit des Touring, ergänzt um ein erlebbares Plus an Raum und Reisekomfort. Das perfekte Zusammenspiel von Form und Raum ist auch Thema der aktuellen Kampagne und wird über alle Kanäle aktiviert", sagt Johannes Seibert, Leiter Marketing, BMW Deutschland. Eine wesentliche crossmediale Zielsetzung der Kampagne ist daher, die Größe des Fahrzeuges in den Medien über die normale Inszenierung hinaus erlebbar zu machen. Die Kampagne fokussiert sich durchgängig auf den Claim: "Erleben Sie eine neue Größe. Der neue BMW 3er Gran Turismo".<br />In der Printkampagne gelingt die Inszenierung der Geräumigkeit durch die Beleuchtung des Fahrzeuges im Innenraum. Die Qualitäten des Außendesign werden durch die kraftvollen Beautyshots verdeutlicht. Auch die Headlines greifen die Stärke von Raum und Design auf: "Einzigartig Außen. Eindrucksvoll Innen".<br />Alle Anzeigen sind mit einem QR Code versehen, mit dem man von mobilen Endgeräten direkt auf das Web-Special des BMW 3er Gran Turismo Special auf der [www.bmw.de](http://www.bmw.de) gelangt. Im Printbereich werden zusätzlich Magazin-Banderolen eingesetzt. Neugierde auf das neue Modell wird über eine Designskizze geschaffen. Beim Aufklappen der Banderole erlebt der Leser das moderne, elegante Design des Autos und das großzügige Raumgefühl des Interieurs auf den ersten Blick.<br />Der TV-Spot zeigt den BMW 3er Gran Turismo mit innovativem Design und großzügiger Raumfreiheit. Für ausgewählte reichweitenstarke Sender wird die Größe des Fahrzeuges im Innenraum durch eine aus dem Logo der TV-Station heraus originalgetreue 3D-Animation des BMW 3er Gran Turismo verdeutlicht: Das Auto fährt ins Bild, die Kamera steuert am Fahrzeug entlang und durch das Seitenfenster hinein in den geräumigen Innenraum des Fahrzeugs. Aus dem Bildschirm heraus startet dann der eigentliche TV-Spot und zeigt das neue Modell aus unterschiedlichen Perspektiven. Zu sehen ist der Spot ab Samstag 18. Mai 2013 im deutschen TV und online unter: [www.bmw.de/3erGranTurismo/highlights](http://www.bmw.de/3erGranTurismo/highlights).<br />Die Kampagne wird auch Online und in den Social-Media-Kanälen präsentiert. [www.bmw.de/3erGranTurismo](http://www.bmw.de/3erGranTurismo) Online-Werbeposter und -Animationen greifen die Idee und den Claim der Printmotive und des TV-Spots auf: "Erleben Sie eine neue Größe". In einer 15-sekündigen 3D-Animation können User interaktive "Hotspots" des Fahrzeugs anklicken. Dort werden die Besonderheiten des Fahrzeugs näher erklärt. Beispielsweise die "Air Breather", dabei handelt es sich um Luftschächte hinter den vorderen Radläufen, die bis zur Auslassöffnung an der Seitenwand reichen und dort als neue sichtbare Designelemente ausgeprägt sind. Oder der aktive Heckspoiler, der bei einer Geschwindigkeit von 110 km/h automatisch ausfährt. Neben dem visuellen Aspekt, sorgen diese zwei Technologien für noch mehr effiziente Dynamik.<br />In den Social-Media-Kanälen von BMW und dem BMW eigenen Kanal [www.bmw-TV.de](http://www.bmw-TV.de) wird die Kampagne ebenfalls aufgegriffen. Über Facebook [www.facebook.com/bmwdeutschland](http://www.facebook.com/bmwdeutschland) werden Produktdetails des neuen BMW 3er Gran Turismo und das Fahrzeug präsentiert. Abonnenten und Interessierte werden auf Youtube [www.youtube.com/bmwdeutschland](http://www.youtube.com/bmwdeutschland) Videomaterial zum neuen BMW 3er Gran Turismo versorgt. Zudem werden BMW TV-Beiträge auf Twitter über Tweets angekündigt.<br /><br />Umgesetzt hat die integrierte Kampagne Serviceplan, Hamburg.<br />Anzeigenmotive sind im BMW PressClub zu finden unter: <https://www.press.bmwgroup.com> <br />Fahrzeugbilder BMW 3er Gran Turismo: docNo=T0136657DE><https://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/de/photoCompilationDetail.html?title=der-neue-bmw-3er-gran-turismo><br />docNo=T0136657DE <br /><br />Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:<br />Unternehmenskommunikation<br />Martina Napoleone, Wirtschafts- und Finanzkommunikation BMW Group,<br />Sprecherin Marketing und BMW Welt<br />Martina.Napoleone@bmw.de, Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418<br />Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation BMW Group<br /> Alexander.Bilgeri@bmw.de , Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418<br />Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de) <br />E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de) <br /><br />Die BMW Group<br />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.<br />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.<br />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.<br /> [www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com) <br />Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup> <br />Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup> <br />YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview> <br />Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com> <br />

## Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

## Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.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.