



Die Kampagne zur neuen BMW 5er Reihe.

Die Kampagne zur neuen BMW 5er Reihe. München. In dieser Woche startet die Kampagne zum Launch der erfolgreichen BMW 5er Reihe, dem Bestseller im Premium-Segment der oberen Mittelklasse. Die integrierte Kampagne unter dem Motto "FAHREN-WIE-NIE-ZUVOR.DE" stellt den innovativen Charakter der neuen BMW 5er Reihe mit den intelligenten Diensten und Assistenzsystemen von BMW ConnectedDrive in den Mittelpunkt. Das damit verbundene, einzigartige Fahrerlebnis der BMW 5er Reihe wird so zum zentralen Element der Kommunikation. Mit dem Kampagnenstart werden Maßnahmen in Print, Online sowie TV und weiteren Kommunikationskanälen umgesetzt. Die deutschlandweite Markteinführung der neuen BMW 5er Reihe findet am 20. Juli 2013 bei allen BMW Partnern statt. Die sechs Motive der Printkampagne belegen diesen Vorsprung der neuen BMW 5er Reihe mit BMW ConnectedDrive, der intelligenten und einzigartigen Vernetzung von Fahrer, Fahrzeug und Umwelt. Einzelne Dienste und Assistenzsysteme aus BMW ConnectedDrive wie die innovationsstarken, auf Wunsch erhältlichen Ausstattungen Diktierfunktion, Online Entertainment oder das BMW Head-Up Display werden als besonderer Kundennutzen mit mehr Sicherheit und Fahrkomfort sowie Infotainment in den jeweiligen Anzeigen-Headlines beispielhaft für "FAHREN-WIE-NIE-ZUVOR.DE" thematisiert: "EFFIZIENZ-WIE-NIE-ZUVOR.DE", "ENTSPANNUNG-WIE-NIE-ZUVOR.DE" oder "ÜBERBLICK-WIE-NIE-ZUVOR.DE". Die Headlines im URL-Duktus nehmen so Bezug auf die verschiedenen, innovativen Technologien und adressieren die Lebenswelt des BMW 5er Fahrers über deren selbstverständlichen Umgang mit dem Internet. Die URL-Headlines verlinken direkt auf eine Landingpage mit weiterführenden Informationen. Auf dieser Internetseite hat der Nutzer die Möglichkeit mit nur einem Klick in den Schauraum des jeweiligen BMW 5er Modells zu gelangen, um dort sein Wunschfahrzeug zu konfigurieren, Probefahrten zu vereinbaren und zusätzliches Informationsmaterial zu bestellen. Der TV-Spot mit 30 Sekunden Länge zeigt ebenfalls die Innovationskraft der drei verschiedenen BMW 5er Modelle. Die drei Episoden im Spot zeigen anschaulich unterschiedliche Situationen, in denen die intelligenten Systeme von BMW Connected Drive eine tragende Rolle spielen und dem Fahrer so ein außer-gewöhnliches Erlebnis ermöglichen. Eine BMW Fahrerin möchte z. B. ihre zahl-reichen Einkaufstüten unter strömendem Regen in ihr Fahrzeug packen - dank dem Komfortzugang, der das berührungs- und schlüssellose Öffnen und Schließen der Heckklappe durch eine kurze Fußbewegung unter dem hinteren Stoßfänger ermöglicht, hält sie lediglich ihr Bein vor die Sensoren des Kofferraum ihres BMW 5er Tourings und die Klappe öffnet sich. Der Kundennutzen der Diktierfunktion im BMW 5er Gran Turismo wird in einer weiteren Episode verdeutlicht: Der Fahrer hat gerade seine Frau am Flughafen abgesetzt und versendet eine Nachricht an sie aus seinem BMW 5er. Er bleibt dank dem BMW 5er vernetzt mit ihrer Welt. Die dritte Szene mit der BMW 5er Limousine zeigt, wie der serienmäßige Fahrerlebnis-schalter per Knopfdruck in den gewünschten Fahrmodus - COMFORT, ECO PRO oder SPORT Modus - wechselt. Auch im TV wird die übergreifende URL "FAHREN-WIE-NIE-ZUVOR.DE" prominent dem Betrachter ausgespielt, um so die enge Verknüpfung mit der Kampagne herzustellen und mit der weiterführenden Website eine tiefere Informationsbasis zu ermöglichen. Zu sehen ist der Spot ab 13. Juli 2013 im deutschen TV sowie Online unter: WWW.FAHREN-WIE-NIE-ZUVOR.DE Im Rahmen der Kampagne spielen auch die Online- und Social-Media-Kanäle eine wichtige Rolle. Online-Werbebanner und -Animationen greifen die Botschaft der Printmotive und des TV-Spots auf. Die neue BMW 5er Reihe wird auch hier in Verbindung mit den BMW ConnectedDrive Features in Szene gesetzt. Die Adaption der Kampagne auf mobilen Endgeräten wurde u.a. besonders für die Businesskunden der BMW 5er Reihe umgesetzt, damit diese auch auf Tablets und Mobiltelefonen eine adäquate Darstellung erfahren. Auch der Facebook Auftritt von BMW Deutschland bietet die Option, sich im Rahmen der Kampagne zu informieren. Des Weiteren findet der Kunde auf YouTube und BMW TV Videobeiträge zu den einzelnen Modellen der BMW 5er Reihe und den verschiedenen BMW ConnectedDrive Ausstattungen. Die BMW TV-Beiträge werden auf Twitter über Tweets angekündigt. Ergänzender Einsatz von Bewegtbildmaterial erfolgt in Sonderinszenierungen, auf YouTube sowie Mobile. So können Abonnenten und Interessierte unter www.youtube.com/bmwdeutschland Videomaterial zu den neuen BMW 5er Modellen finden. Umgesetzt hat die integrierte Kampagne die Agentur Serviceplan Hamburg. Anzeigenmotive und Bildmaterial zum BMW 5er sind im BMW PressClub zu finden unter: <https://www.press.bmwgroup.com> 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 Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup> Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup> YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview> Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com> Dokumente zum Download: Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group/Martina Napoleone/Tel.: +49-89-382-14908/Fax: +49-89-382-24418/E-Mail Adresse: martina.napoleone@bmw.de 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.