

Medien-Information

13. Juli 2011

Neue Wege in der Kommunikation – die BMW Group präsentiert ihr erstes Musikvideo.

„check my machine“ - Der neue BMW 1er als Instrument, das BMW Werk Regensburg als Bühne. Der Film ist auf Youtube freigeschaltet:
<http://www.youtube.com/watch?v=NaDpt76Lkd4>

München. Die BMW Group und ihre Marken BMW, MINI und Rolls-Royce stehen für Innovationen. Diese Innovationen betreffen nicht nur Design und Technologie. Auch in der Kommunikation werden beständig neue Wege beschritten und Trends gesetzt. Auch zum neuen BMW 1er wurde ein neuer audiovisueller Ansatz gesucht wurde.

„Der Fertigungsprozess eines Automobils ist ein spannender Vorgang und vielfach gefilmt worden. Als innovatives Unternehmen will die BMW Group zeigen, dass die Fertigung eines Fahrzeugs auch ganz anders dargestellt werden kann - ohne dass die Authentizität der Abläufe dabei verloren geht“, sagt Bill Mc Andrews, Leiter Kommunikationsstrategie, Unternehmenskommunikation der BMW Group.

„check my machine“ ist ein Filmprojekt, das in enger Zusammenarbeit der Abteilung Elektronische Medien der BMW Group mit den Münchener Kreativen Jonas Imbery (Gomma Records) und Mirko Borsche (Bureau mirko borsche) entstand. Als Produktionsfirma zeichnet The Brainstormclub zusammen mit Eyetrip verantwortlich.

Der von Jonas Imbery komponierte Soundtrack könnte auch in angesagten internationalen Clubs gespielt werden: „Der Reiz der Arbeit bestand darin, eine tragfähige, eigenständige und wiedererkennbare Komposition zu entwickeln, die sich nur der Geräusche des Fahrzeugs bedient, wie Blinker, Navigationsstimme, Schließ-Geräusche, Sicherheitsgurte, Türen, Sicherheitshinweisglocke. Durch die visuelle Auflösung am Ende ist zu erkennen, dass die perkussiven Elemente, wie Basssynthesizer, Vocals und Melodien vom Fahrzeug selber erzeugt wurden.“

Medien-Information
Datum 13. Juli 2011
Thema Neue Wege in der Kommunikation – die BMW Group präsentiert ihr erstes Musikvideo.
Seite 2

„Mit verschiedenen bildgestalterischen Mitteln wurde das technische Umfeld der Produktionshallen in eine emotionale Welt transformiert. Um Maschinen und Roboter vom Rest des Raumes zu trennen, arbeiteten wir mit selektiver Schärfe, gezielter Lichtsetzung sowie eingespiegelten Reflektionen durch Kristalle.“ erklärt Daniel Falk von Eyetrip.

Der Film ist auf Youtube freigeschaltet:
<http://www.youtube.com/watch?v=NaDpt76Lkd4>

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2, 4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.at

◊ ◊ ◊

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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

Medien-Information

Datum 13. Juli 2011

Thema Neue Wege in der Kommunikation – die BMW Group präsentiert ihr erstes Musikvideo.

Seite 3

sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

Entsprechend ist die BMW Group seit sechs Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.