



Medien-Information  
28. April 2014

## **BMW i3 Online-Kampagne schaut Testfahrern über die Schulter.** Fahrerlebnisse im BMW i3 auf einer interaktiven Onlineplattform.

**München.** In der aktuellen BMW i Online-Kampagne rückt nun das Fahrerlebnis in den Fokus, nachdem bis jetzt die Marke BMW i und das Produkt BMW i3 im Vordergrund der Kommunikation standen. Auf der Onlineplattform [www.TheBMWi3Experience.com](http://www.TheBMWi3Experience.com) können User ab sofort BMW i3 Testfahrer bei ihrer ersten Fahrt mit einem elektrisch angetriebenen Fahrzeug begleiten. Nicht-inszenierte Situationen und Dialoge ohne Skript vermitteln die authentischen Reaktionen und Begeisterung der Fahrer und Beifahrer. „Bereits nach den ersten Probefahrten war uns klar, dass wir die Begeisterung der BMW i3 Testfahrer für eine sehr authentische und einzigartige Kommunikation nutzen sollten“, erläutert Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketingservices BMW Group. „Die Online-Kampagne vernetzt Realität und Marketing und gibt einen ehrlichen Einblick in das Fahrerlebnis mit dem BMW i3“, so Althaus.

45 Teams – insgesamt 107 Menschen - wurden in Berlin, London und Madrid zur Testfahrt in einem BMW i3 eingeladen und während ihrer Fahrt gefilmt. Über 30 Stunden Filmmaterial wurden auf die besten und unterhaltsamsten Szenen komprimiert und zur Verwendung auf der Onlineplattform zusammen geschnitten. Weitere Testfahrten in Paris, Amsterdam und Oslo sind in Planung. Die Testfahrer sind Menschen ohne Erfahrung in der Nutzung von Fahrzeugen mit Elektroantrieb: Paare, Familien, Freunde, Studenten und Arbeitskollegen im Alter zwischen 20 und 65 Jahren, aber auch ein Hollywoodstar: Der US-amerikanische Schauspieler und Produzent Josh Hartnett wurde ebenfalls bei seinem ersten BMW i3 Erlebnis gefilmt.

Auf der interaktiven Microsite können User die BMW i3 Testfahrten mitverfolgen. Den Besuchern der Website werden per Zufallsprinzip Videos der Testfahrten angeboten. Dabei können die User jederzeit einen Fahrerwechsel auslösen, die Kameraperspektive wechseln oder zum nächsten Team springen. Gerade so, als würde man eine virtuelle Testfahrt absolvieren. Zusätzlich werden Fragen zum BMW i3 oder zur Elektromobilität, die Testfahrer während der Fahrt

Firma  
BMW Austria  
Gesellschaft mbH

Postanschrift  
PF 303  
5021 Salzburg

Telefon  
+43 662 8383 9100

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)



Medien-Information  
Datum 28.04. 2014  
Thema BMW i3 Online-Kampagne schaut Testfahrern über die Schulter.  
Seite 2

stellten, durch kurze Videosequenzen von einem Experten beantwortet. Der Fokus der Kampagne liegt auf der interaktiven Onlineplattform mit engen Verknüpfungen zur BMW i Website und den BMW i Social-Media-Kanälen.

Zu sehen ist der Film unter: [https://www.youtube.com/watch?v=E337XA1a\\_74](https://www.youtube.com/watch?v=E337XA1a_74)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen 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](mailto:michael.ebner@bmwgroup.at)

#### **Die BMW Group**

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 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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.

[www.bmwgroup.com](http://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>

