



# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

15 März 2021

## LAUNCHED BY \_ : INTERNATIONALE KAMPAGNE ZUR AKTUELLEN MARKTEINFÜHRUNG DES MINI.



P90414796

**Künstler, Sportler, Fahrspaß-Experten und Vordenker aus aller Welt präsentieren die Neuauflage des MINI 3-Türer, des MINI 5-Türer und des MINI Cabrio in ihrem persönlichen Umfeld. Achteilige Videoclip-Serie auf den Social-Media-Kanälen von MINI feiert die Begeisterung für Vielfalt, die Offenheit für Neues und die Kreativität, die Menschen auf unterschiedliche Weise inspiriert.**

**München.** Unter dem Motto „Launched by \_“ startet der britische Premium-Automobilhersteller MINI eine weltumspannende Videoclip-Kampagne zur Markteinführung der Neuauflage seiner Modelle im Kleinwagen-Segment. Junge und renommierte Künstler, Nachwuchssportler und erfahrene Fahrspaß-Experten sowie Influencer und Vordenker aus unterschiedlichen Disziplinen zeigen auf jeweils individuelle Weise, wie sie den umfangreich überarbeiteten Modellen MINI 3-Türer, MINI 5-Türer und MINI Cabrio in ihrem persönlichen Umfeld zu einem großen Auftritt verhelfen. Im Mittelpunkt der achteiligen Kurzfilm-Reihe stehen die Begeisterung für Vielfalt, die Offenheit für Neues und die Kreativität, die in den verschiedensten Ausprägungen Menschen in aller Welt inspiriert.

**Firma**  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

**Postanschrift**  
BMW AG  
80788 München

**Telefon**  
+49-89-382-38072

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

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 15 März 2021

Thema Launched by \_ : Internationale Kampagne zur aktuellen Markteinführung des MINI.

Seite 2

Pionierleistungen, neue Ideen und der Mut zu unkonventionellen Lösungen sind tief in der Tradition der Marke MINI verwurzelt. „Schon Alec Issigonis, der Schöpfer des classic Mini war ein kreativer Vordenker, der seine ersten Skizzen für einen revolutionär neuen Kleinwagen auf einer Serviette festhielt“, sagt Sebastian Beuchel, Head of MINI Global Brand Management. „Diese Haltung prägt uns bis heute. In unserer Kampagne ‚Launched by \_‘ zeigen wir deshalb Menschen, die Neues wagen und mit ihren Ideen inspirieren – jede und jeder auf eine ganz eigene Art und Weise.“ Mit „Launched by \_“ bietet MINI einmal mehr eine Plattform, auf der Kreative unterschiedlicher Richtungen ihren individuellen Blick auf MINI präsentieren können. Darin kommt auch die Überzeugung zum Ausdruck, dass es der Marke gut tut, nicht jedes Detail selbst zu bestimmen, sondern durch Co-Creation und Collaboration neue Impulse zu gewinnen.

Das Aufgebot der Protagonisten für die „Launched by \_“ Clips reicht vom weltbekannten britischen Modedesigner Sir Paul Smith bis zur US-amerikanischen Profi-Skateboarderin Briana King und von Charlie Cooper, dem Enkel des legendären Sportwagen-Konstrukteurs John Cooper, bis hin zu der digitalen Influencerin Miquela, der mittlerweile mehr als drei Millionen Fans auf Instagram folgen. Sie alle wurden mit der gleichen Frage konfrontiert: „How would you launch a MINI?“ – „Wie würdest Du eine MINI Markteinführung inszenieren?“

Die Antworten fielen so vielfältig aus wie das Leben in den globalen Märkten, auf denen MINI erfolgreich ist. Der britische Fotograf und Regisseur Rankin portraitierte für seine persönliche Inszenierung des MINI 5-Türer Menschen, die eine persönliche Verbindung zu der britischen Marke haben. Jonathan Jay Lee, Illustrator aus Hongkong, machte den MINI 3-Türer zur Hauptfigur eines rasanten Comic-Strips. Zu einem lukullischen Genuss wurde der Beitrag der türkischen Kuchenkünstlerin Tuba Geçkil. In ihrem Atelier Red Rose Cake in Istanbul kreierte sie eine im wahrsten Sinne des Wortes süße Version des MINI Cabrio. Auch die britische Pop-Art-Künstlerin Lakwena widmete sich dem MINI Cabrio.

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 15 März 2021

Thema Launched by \_ : Internationale Kampagne zur aktuellen Markteinführung des MINI.

Seite 3

Inspiziert von der neuen Karosserielackierung Zesty Yellow gestaltete sie ein Wandbild in London in leuchtenden Farben und mit einer klaren Botschaft: #BIGLOVE.

Damit ist die Kampagne zur Markteinführung der Neuauflage der Modelle MINI 3-Türer, MINI 5-Türer und MINI Cabrio auch ein Spiegelbild für den Charakter der weltweiten MINI Community, in der sich die Freude an Individualität und das emotionale Erlebnis in einer starken Gemeinschaft ideal ergänzen. „MINI steht für Vielfalt, Lebensfreude und Wir-Gefühl. So facettenreich wie der Fahrspaß mit unseren neuen Modellen ausfällt, so unterschiedlich sind auch die Persönlichkeiten und ihre Geschichten in unserer Kampagne ‚Launched by \_ ‘“, erläutert Sebastian Beuchel. „Darin zeigt sich die Bedeutung der Aussage ‚We are all different – but pretty good together‘. Diversity – in jeglicher Ausprägung – ist für uns ein wichtiger Impulsgeber für Ideen und Innovationen.“

Die Markteinführungs-Kampagne „Launched by \_ “ umfasst einen Pre-Roll Spot sowie acht Editorial Stories mit einer Länge von bis zu einer Minute für den Einsatz auf den internationalen digitalen Kanälen und Plattformen von MINI. Erstmals nutzt MINI dabei auch die populäre Social-Video-App TikTok als Kommunikationsplattform. „Mit TikTok erschließen wir einen weiteren stark wachsenden Social-Media-Kanal für die Botschaften der Marke MINI, auf dem wir eine junge, digital affine Zielgruppe begeistern wollen“, sagt Sebastian Beuchel.

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 15 März 2021

Thema Launched by \_ : Internationale Kampagne zur aktuellen Markteinführung des MINI.

Seite 4

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Sie beziehen sich auf Fahrzeuge auf dem Automobilmarkt in Deutschland. Bei Spannweiten berücksichtigen die Angaben im NEFZ Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße, im WLTP die Auswirkungen jeglicher Sonderausstattung.

Alle Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. Aufgeführte NEFZ-Werte wurden gegebenenfalls auf das NEFZ-Messverfahren zurückgerechnet. Für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO<sub>2</sub>-Ausstoß abstellen, sowie gegebenenfalls für die Zwecke von fahrzeugspezifischen Förderungen werden WLTP-Werte zugrunde gelegt. Weitere Informationen zu den Messverfahren WLTP und NEFZ sind auch unter [www.bmw.de/wltp](http://www.bmw.de/wltp) zu finden.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Julian Kisch, Pressesprecher Produktkommunikation MINI

Telefon: +49-89-382-38072

E-Mail: [julian.kisch@mini.com](mailto:julian.kisch@mini.com)

Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI

Telefon: +49-89-382-23662

E-Mail: [andreas.lampka@mini.com](mailto:andreas.lampka@mini.com)

Jennifer Treiber-Ruckenbrod, Leitung Kommunikation MINI und BMW Motorrad

Telefon: +49-89-382-35108

E-Mail: [jennifer.ruckenbrod@bmwgroup.com](mailto:jennifer.ruckenbrod@bmwgroup.com)

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 15 März 2021

Thema Launched by \_ : Internationale Kampagne zur aktuellen Markteinführung des MINI.

Seite 5

## Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>