



Presse-Information
29. Juli 2025

BMW Group bringt Medienagentur Dentsu an Bord, um neue Medienstrategie für Europa voranzutreiben.

+++ Dentsu übernimmt für BMW, MINI und BMW Motorrad die zentrale Rolle als Medienagentur für alle europäischen Märkte +++ Fokus auf KI-basierte Effizienz, Kundenorientierung und nachhaltige Medienarbeit +++ Ganzheitliche Markenführung und kanalübergreifende Medienplanung +++ Einführung erfolgt rechtzeitig zum Launch der Neuen Klasse +++

München. Die BMW Group holt die Medienagentur Dentsu an Bord, um ihre neue europäische Medienstrategie für die Marken BMW, MINI und BMW Motorrad voranzutreiben. Ab dem 1. Januar 2026 wird Dentsu die BMW Group zusätzlich auch global unterstützen. Damit wird die Expertise von Dentsu – einer der weltweit führenden Marketing- und Kommunikationsagenturen – zur Umsetzung einer einheitlichen und leistungsstarken Medienarbeit genutzt. In der neuen Konstellation werden Medien- und Marketingansätze an die Anforderungen der Digitalisierung und Nachhaltigkeit angepasst. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Künstlicher Intelligenz, zentraler Datensteuerung, hybriden Teams und integrierten Plattformen (Media Hubs). Kampagnen sollen dadurch effizienter, zielgerichteter und verantwortungsvoller gestaltet werden.

„Ich persönlich bin sehr glücklich, dass wir Dentsu als neuen Medienagenturpartner an Bord haben. Gemeinsam schlagen wir ein neues Kapitel für eine Kommunikation auf, die sich ganz auf den europäischen Kunden konzentriert,“ sagt Uwe Dreher, Vice President Marketing BMW Europe, und ergänzt: „Unser Ziel, mit einem hochgradig datengesteuerten und zielgerichteten Multi-Channel- und Multi-Markt-Planungsansatz zu arbeiten, der durch modernste KI-Tools zur Steigerung der Effizienz und Wirkung optimiert wird, ist erreicht – die Umsetzung wird den Marketing-Return-on-Investment für unsere Märkte noch weiter beschleunigen. BMW Marketing Europe freut sich darauf, unsere Neue Klasse mit dieser neuen Konstellation auf den Markt zu bringen.“

Maßgeschneiderte Kommunikation für die Ära der Neuen Klasse.

Ziel der Ausschreibung war es, eine nahtlose, markenkonforme Kommunikation der BMW Group über alle Medienkanäle sicherzustellen – national und auch international. Die Vergabe des europäischen Media-Geschäfts an Dentsu ist ein wichtiger Schritt, um die europäische Medienstrategie umzusetzen. Die

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 29. Juli 2025

Thema BMW Group bringt Medienagentur Dentsu an Bord, um neue Medienstrategie für Europa voranzutreiben.

Seite 2

Bündelung der Media-Aktivitäten bildet die Grundlage für eine europaweit einheitliche Lösung. Der Start der neuen Agenturkonstellation fällt zusammen mit der Markteinführung der Neuen Klasse und markiert eine neue Ära. Diese zeichnet sich einerseits durch hochinnovative Fahrzeugtechnologien aus, geht aber auch mit einem grundlegend veränderten Marken- und Kommunikationsverständnis einher. Der neue Media-Ansatz trägt dieser Transformation Rechnung.

KI-gesteuert und mit zentralem Media Hub für Europa.

Der umfassende Einsatz künstlicher Intelligenz wird zum zentralen Erfolgsfaktor. Mithilfe modernster KI-Tools erfolgt die Mediaplanung zukünftig noch präziser. Zielgruppen werden genauer erkannt und erreicht, Entscheidungen auf Basis von konkreten Daten – messbaren Leistungsindikatoren – getroffen. Dadurch werden Wirksamkeit und Effizienz in Echtzeit entlang aller Berührungspunkte der Kundinnen und Kunden mit Werbung messbar gesteigert.

Ein weiteres zentrales Element der neuen Struktur ist der Aufbau eines integrierten Media Hubs. Auf dieser Plattform werden Online- und Offline-Medien nahtlos zusammenführt. Das erlaubt, kanalübergreifende Synergien zu erkennen und zu nutzen, Transparenz zu gewährleisten und effizient planen und umsetzen zu können. Die Zentralisierung ermöglicht eine gebündelte Kontrolle aller Aktivitäten und Kanäle sowie eine zentrale Auswertung aller Daten. Dennoch bleibt immer Raum für lokale Differenzierung: Nationale Marktgegebenheiten und kulturelle Besonderheiten – und die Reaktion darauf – sind zusätzliche Erfolgsfaktoren.

Integration aller Marken der BMW Group.

Der neue Medienansatz verfolgt einen markenübergreifenden Kurs: BMW, MINI und BMW Motorrad werden gemeinsam betrachtet. Dadurch entstehen neue Optimierungspotenziale im Media-Mix. Unterstützt wird das durch hybride Teams, die Onshore-, Nearshore- und Offshorekompetenzen kombinieren. Dieses Know-how aus vielen internationalen Märkten schafft zusätzliche Flexibilität und Qualität in der Umsetzung und ist eine Antwort auf die stark wechselnden Anforderungen im internationalen Mediageschäft.

Kunden im Fokus: Medienarbeit entlang der gesamten Customer Journey.

Mit dem neuen Modell wird die Customer Journey vom ersten Impuls, der ersten

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 29. Juli 2025

Thema BMW Group bringt Medienagentur Dentsu an Bord, um neue Medienstrategie für Europa voranzutreiben.

Seite 3

Begegnung, bis zum Fahrzeugkauf konsequent in den Mittelpunkt gerückt. Zielgruppen werden über alle Medienformate hinweg noch treffsicherer, emotionaler und situationsbezogener angesprochen. Der Übergang zu einem stärker leistungsorientierten Planungsansatz, bei dem Faktoren wie Echtzeitdaten und Verkaufsziele eine zentrale Rolle spielen, erhöht die messbare Wirkung der Medienausspielung deutlich. Gleichzeitig unterstützt der Planungsansatz den Direktvertrieb und stärkt die Transformation zu einem nachhaltigen Handelsmodell.

Nachhaltigkeit und Verantwortung im Mediaeinsatz.

Einen starken Einfluss auf die Entscheidung der BMW Group bei der Wahl des Agenturpartners hatte auch das Thema Nachhaltigkeit. Dieser Aspekt wurde systematisch in die Bewertung möglicher Agenturpartner integriert. Beispiele dafür sind etwa CO₂-reduzierte Produktionsprozesse und ethisch transparente Medienbuchungen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, Produktkommunikation BMW Automobile
Telefon: +49-89-382-30641
E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Alexandra Landers, Leiterin Produkt-, Markenkommunikation BMW
Telefon: +49-89-382-30871
E-Mail: Alexandra.Landers@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 29. Juli 2025

Thema BMW Group bringt Medienagentur Dentsu an Bord, um neue Medienstrategie für Europa voranzutreiben.

Seite 4

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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>