



Presse-Information
6. Februar 2008

MINI Frühjahrskampagne 2008: Anzeige fotografieren und mehr erfahren!

In der Frühjahrskampagne 2008 informiert MINI unter anderem über die niedrigen Verbrauchswerte des MINI Cooper D - via Handy Kamera

München. „Der trinkt nichts, der muss noch fahren.“

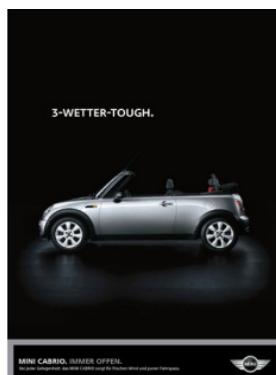
Bei 3,9l/100km bietet der MINI Cooper D pures Gokart-Feeling bei geringem Verbrauch. Was auf den ersten Blick wie eine Anzeige im typischen MINI Stil aussieht, hat es in sich. In einer Ecke der Print-Anzeige befindet sich ein schwarz-weißes Quadrat, der sogenannte „Quick Response-Code (QR-Code)“. QR-Codes verbinden die Offline Welt mit der Online Welt.

Alles, was man zu dieser Verbindung benötigt, ist ein Kamerahandy und die notwendige Software, um den zwei-dimensionalen Code zu scannen. Die dazu notwendige Lesesoftware ist auf aktuellen Handys meist vorinstalliert oder kann kostenlos per SMS angefordert werden. Hinter diesem Code verbirgt sich die Adresse zu einer speziell auf die Handynutzung angelegten MINI-Website, die dem Kunden neben Produktinformationen zum Verbrauch und CO₂ Emissionen das „MINI Techniklexikon“ sowie Downloads fürs Handy (TV-Spots, Wallpapers, Klingeltöne) bietet.



Die MINI Frühjahrskampagne 08

Die Anzeige mit dem QR-Code ist Teil der breit angelegten Print-Kampagne, die alle drei MINI Modelle bewirbt: den Hatch, den Clubman und das Cabrio. Die Motive sind allesamt 1/1 Seiten mit einem Beautyshot des jeweiligen Modells und einer knackigen Headline in MINI typischer Art und Weise.



Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+ 49 89 382-0

Internet
www.mini.com



Presse-Information
Datum 6. Februar 2008.
Thema MINI Anzeige fotografieren und mehr erfahren
Seite 2

Vier neue TV-Spots

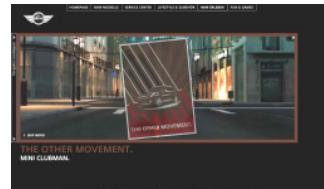
Im Herbst 2007 erzielten die MINI TV Spots „One of these things“ mit der „etwas anderen Kommunikation“ sehr hohe Aufmerksamkeit.

Die vier neuen TV Spots Pinball, Clubmanitis, Etch-a-Sketch und Tapedeck werden dem Anspruch an diese Art der Kommunikation wieder gerecht und verleihen der MINI Frühjahrskampagne zusätzliche Impulse. Alle vier Spots heben die Einzigartigkeit des Designs, Fahrzeugkonzepts und Go-Kart Feelings des MINI Clubman hervor.



Online-Special „THE OTHER MOVEMENT“

Eingeschränkte Farbenwahl, konforme Türenkonzepte, Strecken ohne Kurven, dagegen lehnt sich „THE OTHER MOVEMENT“ auf. Das Ziel: Individualismus und Fahrspaß auf die Straße zu bringen. Das Online-Special bietet Unterhaltung, Information und aufwendige Visuals zum neuen MINI Clubman. In einer virtuellen Welt mit



Untergrundatmosphäre kann der eigene MINI Clubman in geheimen Werkstätten zusammengestellt werden und man erfährt alles über die Technologie, Asymmetrie und Besonderheiten des Fahrzeugs. Ein Stadtplan dient dem Benutzer dabei als ständiger Begleiter und zeigt die verschiedenen Stationen der Individualität. So lassen sich zum Beispiel personalisierte Poster mit eigenem Porträt erstellen. Eine Kooperation mit spreadshirt.com um sein individuelles Plakat auf T-Shirts, Tassen etc. zu drucken, folgt.



Presse-Information
Datum 6. Februar 2008.
Thema MINI Anzeige fotografieren und mehr erfahren
Seite 3

ONE 4 ALL – ALL IN ONE

Die vertriebsorientierte Kommunikation konzentriert sich auf das



Leasingangebot der deutschen Handelsorganisation
MINI Smile. Diverse Werbemittel wie Plakate,
Promotion Cards, Lesezeichen etc. runden die
nationale Funk-Kampagne mit dem Motto „ONE 4
ALL – ALL IN ONE“ ab.

Die Agenturen

Verantwortlich für die Umsetzung der MINI Print- und Funkkampagne ist die Agentur Plantage, Berlin. Das Online-Special wurde von der Agentur Interone Worldwide in München verwirklicht. Die TV-Spots wurden von der Produktionsfirma Butler, Shine, Stern & Partners, Sausalito, gedreht. Für die Umsetzung der Kampagne im Bereich Handelsmarketing Deutschland ist Buero Gelb in München zuständig.

Bilder in Druckqualität können im BMW Group PressClub unter www.press.bmwgroup.com abgerufen werden.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Micaela Sandstede, BMW Group, Pressekommunikation Marketing
Telefon: +49 (0)89 382- 61611, Fax: +49 (0)89 382- 24418

Marc Hassinger, BMW Group, Pressekommunikation Marketing
Telefon: +49 (0)89 382- 23362 Fax: +49 (0)89 382- 24418

Internet: www.press.bmwgroup.com
e-mail: presse@bmw.de