

Presse-Information  
01. Dezember 2008

## **„Das Cabrio in Ihren Händen!“ Die Launchkampagne des neuen MINI Cabrios überrascht mit neuen Kommunikations- maßnahmen**

Als erster Automobilhersteller setzt MINI eine interaktive Anzeige mit virtuellem 3D-Modell ein

Innovative TV Spots mit einer Länge von nur elf Sekunden garantieren eine hohe Aufmerksamkeit und starke Wiedererkennung

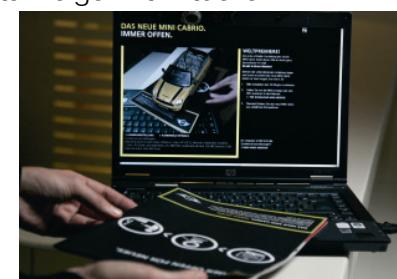
Guerilla Marketing hat weiter eine hohe Bedeutung im MINI Marketing

Der Slogan der weltweiten Kampagne ist wie beim Vorgängermodell „Always Open“ – die Idee dahinter noch radikaler

München. Die Premiere des neuen MINI Cabrios findet diesmal an einem ganz besonderen Ort statt: „direkt in Ihren Händen“. Am Wochenende startete die Kommunikation zum neuen MINI Cabrio, das ab 28. März 2009 bei den MINI Vertragshändlern und Niederlassungen stehen wird. Neben der klassischen Print- und Onlinekampagne hält die Launchkampagne des MINI Cabrios überraschende Elemente bereit.

### **Das Cabrio in Ihren Händen**

„Das neue MINI Cabrio in Ihren Händen“ - Dieser Slogan auf einer Printanzeige des neuen MINI Cabrios, auf der das Fahrzeug gar nicht zu sehen ist, macht neugierig. MINI setzt als erster Automobilhersteller eine interaktive Printanzeige mit virtuellem 3D-Modell ein. Mit Hilfe der innovativen Augmented-Reality-Technologie schlägt MINI die Brücke zwischen realer und digitaler Welt, zwischen zweidimensionaler Printanzeige und dreidimensionalem Produkt. Erst wenn der Betrachter die Printanzeige unter [www.mini.de/webcam](http://www.mini.de/webcam) vor seine Webcam hält,



erscheint das neue MINI Cabrio als virtuelles Modell auf dem Bildschirm – live und in 3D. Wie auf einer Bühne parkt plötzlich das neue MINI Cabrio auf der Anzeigenseite. Die detailgetreuen 3D-Daten des Fahrzeugs sind hierbei mit dem Live-Bild verknüpft. Bewegt man die Anzeige, bewegt sich parallel dazu auch das MINI Cabrio in Echtzeit. Der Betrachter kann seinen Blickwinkel vollkommen frei wählen und spielerisch mit dem Modell interagieren. So lässt man mit ein paar Handgriffen seinen privaten Showroom zu Hause entstehen. Die Anzeige ist auch als pdf über [www.mini.de/webcam](http://www.mini.de/webcam) zum Ausdrucken abrufbar.



Presse-Information

Datum 1. Dezember

Thema „Das Cabrio in Ihren Händen!“ Die Launchkampagne des neuen MINI Cabrios überrascht mit neuen Kommunikationsmaßnahmen

Seite 2

**Der Claim der weltweiten Kampagne: „Always Open“**

Das neue MINI Cabrio symbolisiert die Begeisterung für das Fahren in einem offenen Automobil und verkörpert den unverwechselbaren Stil der Marke MINI. Der Claim der globalen Launchkampagne ist wie bei dem Vorgänger: „Always Open“. Die Leitidee bei der Kreation der Kampagne war allerdings noch extremer als bei dem Vorgängermodell: „Radically Open“. Das neue MINI Cabrio wird nur offen gefahren! Auch bei Regen, bei minus 10 °C und auch wenn beste Feunde im Auto anderer Meinung sind. Beispiele dazu finden sich durchgehend in allen Kommunikationsmaßnahmen.



**Innovative TV Spots mit einer Länge von nur elf Sekunden**

Einige der neuen TV Spots zum MINI Cabrio bringen die kommunikative Aussage in nur elf Sekunden auf den Punkt: das neue MINI Cabrio. Immer offen. Das MINI Cabrio wird in der typischen MINI CI gezeigt – in der Launchfarbe Interchange Yellow vor dem schwarzen MINI Hintergrund. Das Fahrzeug fährt in den Spots kurz ins Bild, das Dach droht sich zu schließen. Doch auf halbem Weg ertönt aus dem Off ein origineller



Sound, der das Schließen stoppt. Sofort bewegt sich das Dach zurück und das Verdeck des Cabrios bleibt offen. Die Kürze der Spots bewirkt eine hohe Aufmerksamkeit und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Die Botschaft ist kurz und einfach: Das Dach bleibt immer offen! Die kurzen Spots eignen sich auch für eine

Erweiterung der Kampagne im Internet und in neuen Medien wie beispielsweise Mobile oder Vodcasts, in Form von Pre-Roll Ads oder Video Ads. In einer 2008 von MINI beauftragten Neuromarketingstudie wurden verschiedene lange MINI TV Spots in Bezug auf ihre Aufmerksamkeitsspanne, das auf- und absteigende Interesse und die Erinnerungsleistung von Testpersonen getestet. Das Ergebnis zeigt: Um sowohl hohe Aufmerksamkeit und großes Interesse als auch eine nachhaltige Erinnerung der Spots beim Zuschauer zu erreichen, hat sich ein elf Sekunden langer Spot als besonders wirkungsvoll erwiesen. Zusätzlich zu den kurzen Spots wird die Idee „Always Open“ in verschiedenen TV Spots zum Ausdruck gebracht. Einmal wird das Thema historisch betrachtet, wobei auf humorvolle Art darauf hingewiesen wird, dass MINI die



## Presse-Information

Datum	1. Dezember
Thema	„Das Cabrio in Ihren Händen!“ Die Launchkampagne des neuen MINI Cabrios überrascht mit neuen Kommunikationsmaßnahmen
Seite	3

Geschichte der offenen Mobilität weiterführt. Ein anderes Mal bedrohen Ninjas den Beifahrer, als er versucht, das Verdeck zu schließen. Und selbst eine enge Freundschaft ist gefährdet, wenn man es wagt, das Offenfahrvergnügen im MINI Cabrio aus welchen Gründen auch immer zu beenden.

### **Guerilla!**

Für MINI hat unkonventionelles Marketing eine besondere Bedeutung innerhalb aller Kommunikationsaktivitäten. Daher wird auch zur Einführung des neuen MINI Cabrios auf innovative und überraschende Aktionen gesetzt, um die Zielgruppen zu erreichen. Ein ganzes Buch mit 60 Guerilla-Ideen, „Viva la Revolution“, wird vom zentralen Marketing zur Inspiration der weltweiten Marketingkollegen und Händler zur Verfügung gestellt. Man darf gespannt sein, mit welchen Aktionen die Märkte und Händler den Launch des MINI Cabrios begleiten werden.

### **Printanzeigen**

Auch bei den Printanzeigen steht das Motto „Always Open“ weltweit im Vordergrund. Das MINI Cabrio präsentiert sich zwar in gewohnter MINI Manier vor schwarzem Hintergrund, aber sowohl die außergewöhnlich radikalen Perspektiven als auch die Tonalität der Überschriften geben zu verstehen, dass man mit diesem Cabrio nur offen fahren sollte.



### **Online Special**

Die Idee des radikalen Offenfahrens wird online durch die Fish-eye Optik – eine gefühlte 360° - Perspektive – gesetzt. Der Besucher kann sich das MINI Cabrio auf einem Turntable aus allen möglichen Betrachtungswinkeln, sowohl als Gesamtbetrachtung im Weitwinkel als auch über Nahaufnahmen einzelne Details, ansehen. Das Internet-



Presse-Information

Datum 1. Dezember

Thema „Das Cabrio in Ihren Händen!“ Die Launchkampagne des neuen MINI Cabrios überrascht mit neuen Kommunikationsmaßnahmen

Seite 4

Special zum neuen MINI Cabrio ist bereits unter [www.mini.de/cabrio](http://www.mini.de/cabrio) online. Mitte Dezember folgt die Livestellung des Online-Showrooms sowie des Konfigurators.

**Agenturen**

Anzeigen, TV-Spot und Print Konzept wurden von der Agentur Plantage, Berlin, umgesetzt. Idee, Konzept und Umsetzung der Augmented Reality Aktion „Weltpremiere – in Ihren Händen“ stammen von BUZZIN MONKEY, einer Münchner Agentur für Buzz-, Guerilla- und Viralmarketing, und der „die agentour GmbH“. Das Online Special wurde von Interone, Hamburg, entwickelt.

Weitere Informationen und Bildmaterial finden Sie unter [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com), [www.mini.de](http://www.mini.de) und [www.mini/webcam](http://www.mini/webcam).

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**Konzernkommunikation und Politik**

Micaela Sandstede, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Marketing  
Telefon: +49 89 382-61611, Fax: +49 89 382-24418

Marc Hassinger, Wirtschafts- und Finanzkommunikation  
Telefon: +49 89 382-23362, Fax: +49 89 382-24418