



Presse-Information
20. Dezember 2011

BMW i launcht iAd in Europa **Innovativer Auftritt auf foursquare und Mashable.com**

München. BMW i, die Marke für Elektromobilität der BMW Group, beschreitet neue Wege im Marketing. BMW i setzt innovative Online-Maßnahmen um und integriert mit foursquare, Mashable.com und iAd drei neue, digitale Kanäle in das Online Kommunikationskonzept. Apple iAd, die mobile Werbeplattform von Apple, erreicht Millionen von iPhone-, iPod touch- und iPad-Nutzer.

BMW i ist Launchpartner für iAd auf dem iPad und startet mit einer innovativen Kampagne in Deutschland, England und Frankreich. Die iAd Kampagne nutzt die medialen Werbedimensionen von iPhone, iPod touch und iPad und öffnet den Nutzern die Türen zu einer dreidimensionalen Bild- und Erlebniswelt der Mobilität. Die Konzeptfahrzeuge BMW i3 und BMW i8 stellen den thematischen Schwerpunkt der geschalteten Werbemaßnahmen dar. iPhone-, iPod touch- und iPad-Funktionalitäten erlauben eine intuitive Navigation durch die iAd Kampagne und machen die Fahrzeuge frei und dreidimensional erlebbar.

Neben den etablierten Social Media Auftritten der Subdomain BMW i auf Facebook und Twitter mit bereits über 500.000 Fans ergänzt der Auftritt auf foursquare, einem standortbezogenen sozialen Netzwerk zur Städteerkundung, das Kommunikationsangebot von BMW i. Besitzer von Smartphones können mit dem Online-Tool, das weltweit 15 Mio. Menschen nutzen, in insgesamt 30 Städten interessante Locations entdecken. Dies funktioniert wie folgt: Sobald ein foursquare-User an einem bestimmten Ort „eincheckt“, bekommt er über sein mobiles Endgerät online exklusive Tipps und Hintergrundinformationen zu der von ihm besuchten Location. Auf der Brandpage der Marke BMW i <http://www.foursquare.com/BMWi> bekommen Nutzer spezielle Hinweise zu Locations, die sich thematisch besonders mit Nachhaltigkeit, Elektromobilität, Design und Kunst beschäftigen.

Der Auftritt von BMW i auf der Seite der Online-News Plattform Mashable.com rundet die Marketing-Kooperationen ab. Diese Kooperation besteht bereits seit April 2011 und wird im Jahr 2012 weitergeführt. BMW i präsentiert den 20 Mio. monatlichen Mashable-Besuchern in der Kategorie ‚Global Innovation Series‘ unter <http://mashable.com/global-innovation> wöchentlich Neuigkeiten rund um das Thema Mobilität und Technologie. Die Besucher der Plattform sind sowohl inhaltlich als auch thematisch mit der Zielgruppe von BMW i deckungsgleich.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 20. Dezember 2011
Thema BMW i launcht iAd in Europa
Seite 2

Mashable.com ist deshalb ein besonders relevantes Umfeld zur Platzierung der Themen von BMW i. Auf der Markenwebsite von BMW i sind die Artikel ebenfalls unter www.bmw-i.com/Mashable zu finden. Die Marketing-Kooperationen von BMW i wurden von der Kreativagentur KKLD* geplant und umgesetzt.

Bildmaterial unter www.press.bmwgroup.com.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martina Daschinger, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing
Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418, martina.daschinger@bmw.de

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418, alexander.bilgeri@bmw.de

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

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>