



Presse-Information  
04. April 2012

## **BMW startet neue Markenkampagne. Emotionale Kampagne betont nachhaltige, zukunftsorientierte und dynamische Denkhaltung.**

**München.** Unter dem Leitslogan „Dynamik beginnt im Kopf“ launcht BMW ab April die neue Markenkampagne. Die crossmedial konzipierte Kampagne interpretiert Dynamik auf neue Art und Weise. Emotionale Bildwelten bringen vermeintlich gegensätzliche Themen in einen logischen und harmonischen Zusammenhang. Dynamik bedeutet für BMW neben dynamischem Fahren auch dynamisches und zeitloses Denken.

„Mit unserer neuen Markenkampagne beschreiten wir die nächste Stufe unserer Markenkommunikation“, betont Uwe Ellinghaus, Leiter Markenführung der BMW Group. „Die rasante Entwicklung der Energiemärkte sowie Technologien und Infrastrukturen weltweit beeinflussen das Kundenverhalten nachhaltig. Unsere Kunden erwarten Antworten hinsichtlich zukünftiger Antriebstechnologien und Mobilität. Wir sind darauf vorbereitet und bieten nachhaltige Lösungen, ohne den gewohnten BMW typischen Fahrspaß zu vernachlässigen. Mit unserer neuen Markenkampagne ‚Dynamik beginnt im Kopf‘ fokussieren wir auf die Innovationskraft der Marke BMW.“

Anfang April startet die weltweite Kampagne in Deutschland in Print, TV, Online, Out of Home und PoS. Auf den Printanzeigen sind verschiedene BMW Modelle aus den Bereichen Hybrid-Technologie, Motorsport, Design oder Classic zu sehen. Neben der Bildsprache greifen die Anzeigen auch im Text das Thema Innovation auf.

Der TV-Spot bietet in zahlreichen Vignetten die ganze emotionale Bandbreite der Marke BMW: von schnellen und sportlichen Szenen bis hin zu innovativen Technologien und zwischenmenschlichen Beziehungen. Geschwindigkeit, Ruhe und Technik stehen sich hierbei gegenüber und ergeben, ergänzt um unterschiedliche Hintergrundmusik, einen facettenreichen TV-Spot. Abgerundet wird der Spot mit einem besonderen Voice-Over, das der Aussage „Dynamik beginnt im Kopf“ eine besondere Größe verleiht. Die Charakterstimme des TV-Spots stammt von Schauspieler Axel Milberg, der u.a. gerade mit dem Grimme-Preis 2012 ausgezeichnet wurde.

# **BMW**

## **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Presse-Information  
Datum 04. April 2012  
Thema **BMW startet neue Markenkampagne.**  
Seite 2

Auch auf der Internetseite von BMW Deutschland wird dem User ein besonderes Special geboten: Über einen Regler kann er zwischen den beiden Polen „Dynamisches Fahren“ und „Dynamisches Denken“ die persönliche Relevanz beider Komponenten angeben. Je nach Interesse des Users werden ihm interaktive Inhalte zur Verfügung gestellt. Von historischen Momenten in der BMW Geschichte über Informationen zu den verschiedenen BMW Motoren bis hin zu typischen Designmerkmalen – unter dem Motto „Dynamic Storytelling“ erlebt man die Marke BMW so dynamischer denn je. Dass sich dynamisches Fahren und dynamisches Denken nicht ausschließen, erfährt der User, wenn er die Mitte wählt. Hier wird der BMW ActiveHybrid 3 interaktiv inszeniert und passende Inhalte werden bereitgestellt.

Die Kreativagentur Interone, München war bei der Kampagne federführend. Die deutsche Ableitung der Kampagne in Print verantwortet Serviceplan, Hamburg. Für die Entwicklung und Umsetzung des Online Auftritts ist Interone, München verantwortlich.

[www.bmw.de/marke](http://www.bmw.de/marke)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Martina Daschinger, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing  
[Martina.Daschinger@bmw.de](mailto:Martina.Daschinger@bmw.de)

Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation  
[Alexander.Bilgeri@bmw.de](mailto:Alexander.Bilgeri@bmw.de)

Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
e-mail: [presse@bmw.de](mailto: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.

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 04. April 2012

Thema **BMW startet neue Markenkampagne.**

Seite 3

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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](http://www.bmwgroup.com)

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

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

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