

Presse-Information
30. August 2012

Das neue BMW Magazin - DRIVEN. Neues Lifestyle-Konzept für das BMW Kundenmagazin.

München. Das BMW Magazin wird zum Lifestyle-Magazin. Unter dem Motto „DRIVEN“ erscheint nun zweimal im Jahr das neue Format mit Themen im Spannungsbogen von Antrieb, Leidenschaft und Energie. BMW Modelle werden gekonnt in Szene gesetzt mit Berichten zu Kunst, Mode und Design - alles unter der Philosophie, im Leben niemals stehen zu bleiben. Internationale Geschichten über Menschen, die mit visionären Ideen unser Leben verändern, stehen im Mittelpunkt. Andreas-Christoph Hofmann, Leiter BMW Markenkommunikation, sagt zum Start: „Layout und Inhalt des neuen BMW Magazins verkörpern den Pioniergeist unserer Marke. Wir präsentieren uns modern, visionär, inspirierend und kreativ. Das konsequente Lifestyle-Konzept macht das Magazin einmal mehr zum Innovationsführer unter den Automobilzeitschriften weltweit.“

In diesem Sinne wurden die neuen Rubriken zu Emotionen, IQ und Helden eingeführt. In der ersten Ausgabe des BMW Magazins - DRIVEN präsentiert der renommierte amerikanische Fotograf Erik Madigan Heck den neuen BMW 7er als Teil eines Mode-Shootings in Barcelona. Auf emotionale Entdeckungstour geht es mit dem BMW 3er Touring in die marokkanische Wüste zum „Hollywood Nordafrikas“. Eine Reporterin geht in Los Angeles der Frage nach, ob sich sämtliche Hotspots der dortigen Kunstszene mit einer einzigen Akku-Ladung des BMW Active E erreichen lassen. Der Multi-Milliardär und Hobby-Astronaut Richard Branson beschreibt in einem seiner seltenen Interviews, was ihn ganz persönlich antreibt. Gleichzeitig bindet das neue Magazin auch die große Facebook-Community von BMW mit einem Beitrag über die aufregendsten Bergtouren der Welt ein.

Der Verlag Hoffmann und Campe ist als langjähriger Partner der BMW Group auch für die Redaktion und Produktion des neuen Magazins verantwortlich. Der neue Chefredakteur Adriano Sack, der in der Vergangenheit für „Der Spiegel“ arbeitete und das Kulturressort der „Welt am Sonntag“ leitete, ist ab sofort für die Inhalte verantwortlich. Sack gehörte zur Entwicklungsredaktion der deutschen Ausgabe von „Vanity Fair“, ist seit Juli 2011 der Executive Editor der deutschen Ausgabe der „Interview“ und Gründer der Online-Mode-Community „I like my style“.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information
Datum 30. August 2012
Thema Das neue BMW Magazin - DRIVEN
Seite 2

Für den Relaunch entwickelte der vielfach ausgezeichnete Art Director Dirk Linke, Gründer des Editorial-Design-Büros ringzwei in Hamburg, ein völlig neues Layout sowie ein neues Cover-Konzept. Dieses fügt vier Bilder im Stil einer Collage zusammen, die die Inhalte des Hefts wiedergeben. Das 100 Seiten starke Lifestyle-Magazin ist ab 10. September 2012 für acht Euro an ausgewählten Kiosken, Bahnhöfen und Flughäfen erhältlich.

Über das BMW Magazin:

Das BMW Magazin ist seit 1989 das internationale Kundenmagazin der BMW AG. Die Printausgabe erscheint zwei Mal im Jahr, im März und im September. Die Auflage liegt bei ca. 3,8 Millionen Exemplaren. Seit 2010 ist das BMW Magazin zudem als Onlineversion für das iPad erhältlich, ab 2013 in erweiterter digitaler Form. Auch international ist das Kundenmagazin ein Erfolg – so ist es nun weltweit in über 150 Ländern präsent und wird in 25 Sprachen publiziert. Viele nationale und internationale Auszeichnungen haben in den letzten Jahren diesen Erfolg bestätigt: Mit 38 gewonnenen Preisen liegt die BMW Group auf Platz 1 der erfolgreichsten CP-Unternehmen im Ranking von CP-Monitor 2011.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

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

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

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 29 Produktions- und Montagstätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

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.



Presse-Information

Datum 30. August 2012
Thema Das neue BMW Magazin - DRIVEN
Seite 3

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>