

Presse-Information
18. März 2013

Neues Sound Logo für die Marke BMW

Dynamische Melodie wird neues Erkennungsmerkmal für BMW

München. Eine dynamische Melodie bildet die zukünftige akustische Visitenkarte der Marke BMW. Das Sound Logo hat durch seinen innovativen Mischklang einen besonders hohen Wiedererkennungswert. Die markenspezifische Klangsprache betont die Innovationskraft und Dynamik von BMW. Das neue Sound Logo bildet zukünftig den Abschluss der Werbespots in TV und Radio sowie aller Produkt- und Markenfilme von BMW. Es wird global in 2013 eingeführt und in der jeweiligen nationalen Markenkommunikation eingesetzt. Der Roll-out beginnt Mitte März in den Märkten Großbritannien und Frankreich.

Joachim H. Blickhäuser, Leiter Corporate und Brand Identity BMW Group: „Akustik ist ein wichtiger Bestandteil im BMW Markenauftritt. Im Zuge der Weiterentwicklung der akustischen Markenführung haben wir den seit 14 Jahren verwendeten ‘Doppelgong’ ersetzt. Mit dem neuen Sound Logo erhält die Marke ein modernes, ästhetisches und dynamisches Erkennungsmerkmal, das variabel und global einsetzbar wird.“

Das Logo besteht aus verschiedenen Sound-Elementen, die für Teilbereiche der Markenidentität von BMW stehen. Durch das perfekt aufeinander abgestimmte Zusammenspiel entfalten die Elemente ihre ganzheitliche Wirkung. Klangbestandteile werden in Reverse-Technik vorwärts und rückwärts eingespielt und stehen symbolhaft für flexible Mobilität. Die Melodie wird von einem anschwellenden, hallenden Sound vorbereitet und anschließend von zwei markanten bassbetonten Akzenten getragen, die das klangliche und rhythmische Fundament des Sound Logos darstellen. Final mündet das neue Sound Logo in einen schimmernden, wertig anmutenden Ausklang. Diese Kombination verschiedener Elemente steht für Freude an Fortschritt, an Dynamik und für die Freude am Fahren.

Sounddesigner Thomas Kisser von HASTINGS media music zur Entwicklung des neuen Logos: „Es war von Anfang an ein sehr intensiver Prozess und eine spannende und tolle Herausforderung. Die Fragen, die ich mir zu Beginn stellte, waren: Wie klingt für mich die Marke BMW? Welche Soundwelt steht für die Werte, die ich mit BMW verbinde, wie zum Beispiel Freude am Fahren, Ästhetik und Kraft? Und wie schaffe ich es, dass sich die Marke auch im Sound Logo eindeutig von anderen Marken - insbesondere denen der Automobilbranche - unterscheidet? Wichtige Kriterien für die Erarbeitung waren unter anderem globale kulturelle Verträglichkeit, Variabilität in der Anwendung, Markenfit und Wiedererkennbarkeit.“

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum

18. März 2013

Thema

Neues Sound Logo für die Marke BMW

Seite

2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martina Napoleone, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen

Pressesprecherin Marketing und BMW Welt

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.bmw.dee-mail: presse@bmw.de**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>