



Presse-Information  
17. Juni 2013

## „NOT NORMAL“ – MINI Markenkampagne Die energiegeladene, unkonventionelle Kampagne geht in die nächste Runde

**München.** Unter dem bereits etablierten Claim „NOT NORMAL“ startet ab Juni die neue MINI Markenkampagne. Die globale Kampagne vermittelt das individuelle und energiegeladene Lebensgefühl der Marke und betont die starke emotionale und persönliche Bindung zwischen Fahrer und MINI. „NOT NORMAL“ stellt den starken und eigenständigen Charakter von MINI in den Mittelpunkt. Die Kampagne integriert die gesamte MINI Produktpalette und wird weltweit über alle Kommunikationskanäle verbreitet.

Das Herzstück der MINI Markenkampagne bilden die beiden neuen **TV-Spots**. Der emotional ansprechende Spot „A FRIEND FOR LIFE“ zeigt auf humorvolle Weise, dass MINI für Jung und Alt lebenslang ein Begleiter in allen Lebenslagen ist. Im typischen MINI Stil zeigt der Spot Menschen in unterschiedlichen Lebensabschnitten, die aber eine Sache verbindet: Die Begeisterung für MINI. Der Spot endet in verschiedenen Schlusszenen: Eine davon zeigt den ehemaligen Rallye-Rennfahrer Rauno Aaltonen als begeisterten MINI Fan.  
Zu finden ist der Spot unter: <http://youtu.be/yn8fsVoNnw8>

Der zweite TV-Spot „BAND OF MINI“ zeigt vier MINI Fahrer in verschiedenen MINI Modellen während sie synchron zum Song „I Believe In A Thing Called Love“ von The Darkness an derselben Straßenkreuzung aufeinandertreffen und sich zur etwas anderen MINI Band formieren. Dabei verbindet die Fahrer die Begeisterung für MINI, das individuelle Lebensgefühl und gemeinsame Interessen – in diesem Fall der gleiche Musikgeschmack. Eine Schlussszene bildet hier die bekannte Englische Bulldogge Tillman „skating bulldog“ auf ihrem Skateboard.

Zu finden ist der Spot unter: <http://youtu.be/hTz718Ucrwg>

Die **Printkampagne** nützt unterschiedliche Motive, die in ihrer Farbenvielfalt und mit frechen Headlines unterstützt außergewöhnliche „NOT NORMAL“

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München  
Telefon  
+49 89 382 14908

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

# MINI

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 17. Juni 2013

Thema „NOT NORMAL“ – MINI Markenkampagne

Seite 2

Geschichten erzählen. Alle Motive verbinden ein einheitlicher Look & Feel sowie die Darstellung der persönlichen Beziehung zwischen MINI und seinem Fahrer. So sieht man zum Beispiel einen MINI Besitzer, der in der Garage den Geburtstag seines MINI mit einer Torte feiert, oder einen MINI, der mit seiner Fahrdynamik sogar künstlerisch inspiriert.

Darüber hinaus findet die Kampagne auch in allen relevanten **Online-Kanälen** statt. Insbesondere der Bereich **Social Media** bietet unkonventionelle Umsetzungen der Markenkampagne mit internationalem, spannendem Auftakt. Ab 29. Juli 2013 wird es ein interaktives Live-Erlebnis in London geben: MINI wird die britische Metropole in ein neues Licht tauchen und Big Ben, Westminster Abbey und die Queen erstrahlen lassen. Fans aus der ganzen Welt können interaktiv in Echtzeit die ganze Stadt in einen echten NOT NORMAL Place-To-Be verwandeln. Eine Reise aus der digitalen Welt ins reale London wartet auf die Community der Marke MINI.

Beteiligte Agenturen:

Kampagnenkonzept, TV und Print: BSSP, San Francisco

Filmproduktion: Sterntag Film GmbH, Hamburg / Regie: Bruce St. Clair

Fotograf: Igor Panitz

Online: AKQA, Amsterdam

Social Media: KKLD, Berlin

Key Kanäle, auf denen die Aktion stattfinden wird:

[www.facebook.com/MINI](http://www.facebook.com/MINI)

[www.twitter.com/MINI](http://www.twitter.com/MINI)

<https://plus.google.com/+MINI>

[www.pinterest.com/officialMINI](http://www.pinterest.com/officialMINI)

[www.youtube.com/MINI](http://www.youtube.com/MINI)

# **MINI**

## **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Presse-Information

Datum 17. Juni 2013

Thema „NOT NORMAL“ – MINI Markenkampagne

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Martina Napoleone, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing

Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418, [martina.napoleone@bmw.de](mailto:martina.napoleone@bmw.de)

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418, [alexander.bilgeri@bmw.de](mailto:alexander.bilgeri@bmw.de)

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

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

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

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>