

Presse-Information  
29. Juli 2013

## **Die BMW i3 Launchkampagne**

### **Pünktlich zur Weltpremiere startet die Kommunikation zum neuen elektrischen BMW i3**

**München.** Zeitgleich in den Metropolen London, New York und Peking fand am heutigen Montag die internationale Premiere des BMW i3 statt. Mit einer Live-Übertragung aus den drei Standorten wurde das revolutionäre Konzept des neuen BMW i3 der Weltöffentlichkeit vorgestellt. Pünktlich zu diesem Ereignis startete auch die Launch-Kommunikation für den neuen elektrischen BMW i3. Mit einem international einheitlichen Online-Auftritt, in dessen Zentrum der Launchfilm steht, einer neu überarbeiteten Website mit Konfigurator und ersten Printanzeigen ist die Kampagne zum neuen BMW i3 weltweit gestartet. Die Kommunikation in den sozialen Netzwerken rundet die Kampagne ab. Die dazugehörige TV Kampagne startet im November zur europaweiten Markteinführung des Fahrzeugs. Die integrierte Kampagne setzt die urbane Positionierung, die BMW i seit dem Launch der Marke im Februar 2011 prägt, konsequent fort. In einem BMW i3 elektrisch zu fahren, heißt auf nichts zu verzichten. Das Fahrzeug verfügt über die neueste Technologie, ist alltagstauglich, komfortabel und besitzt alle Eigenschaften eines Premiumfahrzeugs.

Mit dem Kampagnenstart können Interessenten auf der neugestalteten **BMW i Webseite** das Fahrzeug bequem konfigurieren und finden darüber hinaus alle Informationen zu den relevanten Themen wie Laden, Alltagstauglichkeit, Technik und zu den BMW i Händlern. Auch in den **sozialen Netzwerken**, wie z.B. auf Facebook, wo BMW i bereits heute über 1,3 Millionen Fans hat, können die Nutzer einfach und komfortabel den BMW i3 konfigurieren oder sich für eine Testfahrt registrieren. Gleichzeitig werden Online-Werbebanner im relevanten Umfeld, z.B. Blogs oder Vergleichsportalen, die sich mit Elektro- und Hybridfahrzeugen beschäftigen, aber auch im redaktionellen Umfeld, ausgespielt. Mitte August wird auch die **BMW i App** für Android, iPhone und iPad mit erweiterten Funktionen zur Verfügung stehen. Darunter befinden sich die standortbasierte Visualisierung der BMW i3 Reichweite, eine Foto Gallery, ein Visualizer mit 360° Panorama-Interieur Ansicht, um den neuen BMW i3 zu erleben, wie ebenso ein Tool zur Vereinbarung von Probefahrten.

Uwe Dreher, der weltweit die BMW i Marketingkommunikation verantwortet, fasst zusammen: „Das Ziel aller Kommunikationsaktivitäten ist es, Interessenten für Probefahrten und damit potentielle Kunden für das Fahrzeug zu gewinnen. Denn das faszinierende wie einzigartige Fahrgefühl und die BMW typische Fahrfreude, mit der der elektrische BMW i3 überzeugt, kann man am Besten erleben, wenn man das Fahrzeug tatsächlich fährt.“

Das Shooting für die Launch-Kampagne des **BMW i3 in Print und Online** fand in Los Angeles statt. Bei der Auswahl der Bildwelten wurde bewusst darauf geachtet,

## Presse-Information

Datum 29. Juli 2013

Thema BMW i3 Launchkampagne

Seite 2

keine abstrakten Szenen darzustellen. Der BMW i3 wird im Alltag der urbanen Zielgruppen gezeigt. Für die Vertonung des Launch-Filmes konnte die Band Phoenix mit dem Lied Lisztomania gewonnen werden.

Pünktlich zur Markteinführung in Europa im November folgt die **TV Kampagne**, die in den Häuserschluchten von Downtown Chicago gedreht wurde.

**BMW i** steht für visionäre Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen, ein inspirierendes Design sowie ein neues Verständnis von Premium, das sich stark an Nachhaltigkeit orientiert. Die Marke BMW i definiert die individuelle Mobilität neu. Der BMW i3 ist das weltweit erste Premium Elektrofahrzeug, das von Grund auf für diese Antriebsform konzipiert wurde. Dabei entstand ein Automobil, das pure BMW typische Fahrfreude vermittelt und emissionsfrei fährt.

Im BMW i3 – dem ersten Serienfahrzeug von BMW i – wird emissionsfreie Mobilität zu purer Fahrfreude in einem Premium-Automobil. Das erste rein elektrisch angetriebene Modell der BMW Group schafft vollkommen neue, wegweisende Möglichkeiten, Fahrfreude, Nachhaltigkeit und Vernetzung im urbanen Verkehrsgeschehen zu erleben. Das visionäre Design des BMW i3 bringt sowohl die BMW typische Sportlichkeit als auch die Effizienz des Viersitzers authentisch zum Ausdruck. Sein innovatives Fahrzeugkonzept, einschließlich einer Fahrgastzelle aus carbonfaserverstärktem Kunststoff (CFK), vereint Leichtigkeit, Stabilität und Sicherheit mit außergewöhnlichem Raumkomfort. Und mit den speziell für BMW i entwickelten Fahrerassistenzsystemen und Mobilitätsdiensten von BMW ConnectedDrive sowie den Services von 360° ELECTRIC wird emissionsfreie Mobilität im städtischen Umfeld zu einer faszinierend alltagstauglichen Erfahrung.

Link zum BMW i3 Website-Special: [www.bmw.com/i3](http://www.bmw.com/i3)

Link zum BMW i3 Film: [www.bmw.com/i3film](http://www.bmw.com/i3film)

Link zum BMW i3 Visualizer: [www.bmw.com/i3visualizer](http://www.bmw.com/i3visualizer)

Link zur BMW i Facebook: <https://www.facebook.com/BMWi>

Federführend bei der Konzeption, Gestaltung und Ausarbeitung der Kampagne ist die Agentur DORTEN mit Sitz in Stuttgart und Berlin, die seit Januar 2012 als Leitagentur für BMW i tätig ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Martina Napoleone  
Pressesprecherin Marketing und BMW Welt  
Phone: +49-89-382-14908



## Presse-Information

Datum 29. Juli 2013

Thema BMW i3 Launchkampagne

Seite 3

mailto: [Martina.Napoleone@bmw.de](mailto:Martina.Napoleone@bmw.de)

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Phone: +49 89 382-24544,

mailto: [Alexander.Bilgeri@bmw.de](mailto:Alexander.Bilgeri@bmw.de)Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

E-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 Bekennnis 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>