

Presse-Information
18. September 2013

Das digitale BMW Magazin **Lifestyle Stories und weiterführende Inhalte in einer neuen App**

München. Das BMW Magazin erscheint heute in einer neuen digitalen Form: www.bmw.com/magazin. Der neue, rein elektrische BMW i3 spielt in der Digitalausgabe des BMW Magazins eine große Rolle. In einem ausführlichen Spezialteil wird das innovative Konzept des BMW i3 beleuchtet. Ein filmisches „Making-Of“ zum Produktionsprozess rundet die Geschichte zum neuen Elektrofahrzeug von BMW i ab.

Auch das BMW Magazin geht damit einen Schritt in die mobile Zukunft: die neue digitale App kann sowohl als native Variante für Tablet und Smartphone (Betriebssysteme: Android und iOS) heruntergeladen als auch plattformübergreifend in jedem Webbrowser genutzt werden. Die Anwendung wird zentral gepflegt und passt sich durch das Responsive Design jedem Format optimal an. Großformatige Bilder, weiterführende Stories rund um namhafte BMW Fans und Informationen zu den neuen Modellen ergänzen die Inhalte aus dem BMW Magazin. Aus den redaktionellen Beiträgen generierte Videos erwecken die Geschichten zum Leben.

Andreas-Christoph Hofmann, Leiter BMW Markenkommunikation zur neuen App: „Das neue Digital-Konzept des BMW Magazins ist ein Paradebeispiel für gelungenes Storytelling und zeigt, wie die Zukunft der Marken-Kommunikation aussieht.“

Im Mittelpunkt stehen internationale Geschichten über Menschen, die mit visionären Ideen unser Leben verändern. BMW Modelle werden gekonnt in Szene gesetzt mit Berichten zu Kunst, Mode und Design - alles unter der Philosophie, im Leben niemals stehen zu bleiben. Die neue App bietet viele Extras wie z.B. die Story rund um den Stararchitekten Michael Maltzan im Video-Interview zu Gestaltsprache in der Architektur und im Automobildesign. Namhafte Stilexperten stellen herausragendes Produktdesign seit der Jahrtausendwende vor. Außerdem begleitet der Leser den Surfer Tim Boal bei einem Ausflug mit dem neuen BMW X5 an die französische Atlantikküste.

Alle Artikel werden durch vollformatige Bilder eingeleitet. Der Link „Weitere Themen“ am Ende des - unabhängig von der Bildebene laufenden - Textes verweist auf verwandte Geschichten. Die App erscheint zunächst auf Deutsch und wird kontinuierlich aktualisiert. Weitere Sprachversionen folgen. Die App-Inhalte werden dem User dann – je nachdem, in welchem Land er sich gerade befindet und welche Sprache auf seinem Gerät eingestellt ist - in der jeweiligen Länderversion angezeigt werden.

Das Digitalkonzept stammt von HOFFMANN UND CAMPE Corporate Publishing und wurde unter der Leitung von Chefredakteur Jan Kirsten Biener und Art Director Dirk Linke umgesetzt.

Presse-Information

Datum **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**Thema **Das digitale BMW Magazin**

Seite 2

Das BMW Magazin ist seit 1989 das internationale Kundenmagazin der BMW AG. Die Printausgabe erscheint unter der Leitung von Chefredakteur Adriano Sack zwei Mal im Jahr, im März und im September. Seit 2010 ist das BMW Magazin zudem als Onlineversion für das iPad erhältlich - jetzt in erweiterter Form mit der App für Tablet, Smartphone und Webbrowser. Das 100 Seiten starke Lifestyle-Magazin ist weltweit in rund 100 Ländern präsent und wird in 21 Sprachen publiziert. Es ist für acht Euro an ausgewählten Kiosken, Bahnhöfen und Flughäfen erhältlich.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Daria Gotto-Nikitina, Wirtschafts- und Finanzkommunikation BMW Group,
Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de, Telefon: +49 89 382-60340, Fax: +49 89 382-24418

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

Internet: 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 Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

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>