

Presse-Information
12. Februar 2014

Startschuss für die BMW 2er Coupé Kampagne. „2-WORTE für den #2er.“

München. Die deutschlandweite Einführungskampagne für das BMW 2er Coupé startete mit der ersten Printanzeige am 6. Februar unter der Headline „MYTHOS ZWEIER“ und dem Claim „Fahrerfreude verdichtet“. Das Ziel der aus dem Social Media heraus entwickelten und über 360°-wirkenden Kampagne ist es, die BMW Fangemeinde durch zahlreiche Maßnahmen aufzufordern, ihre persönlichen „2-Worte“ für das neue BMW 2er Coupé abzugeben und so Teil der Kampagne zu werden. Carola Erlewein, Leiterin Marketingkommunikation für BMW Deutschland: „Das neue BMW 2er Coupé steht mit seinem dynamischen Design und seinem historischen Hintergrund, dem BMW 2002, für ein sportliches hochemotionales Fahrerlebnis und verkörpert die DNA von BMW im hier und jetzt. Diese charakteristischen Merkmale stehen inhaltlich im Fokus der Kampagne. Vor allem wollen wir erfahren, wie BMW Fans über das neue Fahrzeug denken – und sie gezielt in unsere Kampagne einbinden.“

Social Fan Stream

Eine zentrale Rolle im Rahmen der Kampagne spielt Social Media mit den Plattformen Facebook, Twitter, Google+ und YouTube. Interessierte werden über diese Kanäle dazu aufgerufen, ihre „ZWEI WORTE FÜR DEN #BMW2er.“ zu formulieren. So kann jeder sein Zwei-Wort-Statement auf einem Social Media Kanal abgeben und selbst Teil der Kampagne werden. Die Statements werden auf der zentralen Plattform, dem Herzstück der Kampagne, dem „BMW 2er Coupé Fan Stream“ gesammelt und fließen dann in die Kommunikation mit ein. Die Zwei-Wort-Kommentare werden mit der Angabe des Zitatgebers in Social-Media-Kanälen, auf dem „BMW 2er Coupé Fan Stream“ auf bmw.de/2erCoupe/Fan_Stream veröffentlicht.

Für die Postgenerierung wird unter anderem eigens ein Instagram-Fotoshooting im BMW Museum veranstaltet, um authentische Bilder des BMW 2er Coupé und des BMW 2002, dem legendären Kompaktsportler aus den 70er Jahren, zu erhalten.

Auch der TVC Spot feiert im digitalen Bereich durch Platzierung im Fan Stream seine Premiere und wird dort zwei Tage vor dem offiziellen Start für seine Fans zu sehen sein.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 60340

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum 12. Februar 2014

Thema **Kampagnenstart für das BMW 2er Coupé**

Seite 2

Mehrmals wöchentlich, bis zur Markteinführung am 8. März, wird es neuen Content im Fan Stream in Form von spannenden Interviews, Bildern und Bewegtbildmaterial mit Informationen zum neuen BMW 2er Coupé geben. Auch ein kostenloser Download der eingängigen TVC-Musik mit dem Titel „Off and on“ der britischen Band „Findlay“ ist für die BMW Fans vorgesehen.

Link zur BMW 2er Coupé Website:

<http://m.bmw.com/m/mobi/com/en/newvehicles/2series/coupe/index.cml>

OOH – Sonderwerbeform.

Eine speziell programmierte Version des „BMW 2er Coupé Fan Stream“ für die Außenwerbung wird insgesamt acht Tage lang auf den Screens der Gepäckbänder an den Flughäfen in München und Hamburg zu sehen sein.

Ein Wochenende vor dem 8. März 2014 wird der Fan Stream ebenfalls im öffentlichen Raum in verschiedenen deutschen Städten auf die Straße gebracht und Passanten zum Mitmachen aktivieren.

TV-Spot

Eine große Rolle in der Kampagne spielt der 30sekündige TVC unter dem Motto „Das Original ist zurück“. Die Hauptdarsteller dabei sind das neue BMW 2er Coupé sowie die Legende BMW 2002. Unterlegt mit einem souligen Beat des Titels „Off and on“ der britischen Gruppe Findlay, nähert sich der legendäre Vorgänger seinem modern interpretierten Nachfolger im Abendrot. Der Clip spielt mit der natürlichen rot-orangen Farbpalette sowie starken Lichteffekten. Mittels Scheinwerferlicht findet eine symbolische Fackelübergabe statt. Der BMW 2002 übergibt hierbei im übertragenen Sinn per Lichthupe seine Heritage und die dynamisch Sportlichkeit an seinen Nachfolger. Das BMW 2er Coupé weicht zunächst im Rückwärtsgang zurück, als der BMW 2002 direkt auf ihn zufährt, bis er dem BMW 2002 die Rücklichter zeigt. Mit einem atemberaubenden U-Turn dreht er sich auf der Landstraße um und fährt davon.

Als Sonderwerbeform und zugleich als TV Premiere wird der Spot in der Sendung „Schlag den Raab“ am 15. Februar 2014 geschaltet, mit dem Aufruf an die



Presse-Information

Datum 12. Februar 2014

Thema **Kampagnenstart für das BMW 2er Coupé**

Seite 3

Zuschauer mittels eines Split-Screens, das BMW 2er Coupé mit eigenen zwei Worten zu beschreiben. Gegen 22 Uhr wird der TVC nochmal gezeigt, jedoch um die 2-Wort Kommentare der Fernsehzuschauer, die während der Sendung gepostet wurden, erweitert.

Link zum Launch Film auf YouTube, BMW Kanal:
www.youtube.com/bmwdeutschland

Printkampagne

Die Kampagne wird ergänzt durch verschiedene Printschaftungen eines Motives, das das Design und die Dynamik des BMW 2er Coupé besonders in Szene setzt. Hierfür wurden intensive Farben und visuelle Effekte eingesetzt. Das Motiv mit der prägnanten Headline „MYTHOS ZWEIER“ zeigt die Ähnlichkeit zwischen dem neuen BMW 2er Coupé und dem Klassiker BMW 2002. Der emotionalen Claim „Fahrfreude verdichtet“ trägt den Zwei-Wort-Gedanken weiter und nimmt wortwörtlich die für die Marke BMW typische Fahrfreude mit auf. Jede Anzeige ist mit einem Hashtag versehen, „#BMW2er“, der den integrativen Gedanken der Kampagne widerspiegelt. Mittels QR Code werden die Interessenten auf den BMW 2er Coupé Fan Stream und eine Woche vor Markteinführung auf die BMW Händlersuche verlinkt.

Link Händleranfrage: <http://www.bmw.de/de/fastlane/bmw-partner.html>

Internationales Kreativkonzept: Interone Hamburg

TVC Kreativkonzept: Kirshenbaum, New York

Kampagnen-Implementierung für den dt. Markt inkl. Social Media Konzept:
Serviceplan Hamburg

Mediakonzept und -umsetzung: Mediaplus und Plan.net

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Daria Gotto-Nikitina, Pressesprecherin Marketing und BMW Welt
Phone: +49-89-382-60340
mailto: Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de



Presse-Information

Datum 12. Februar 2014

Thema **Kampagnenstart für das BMW 2er Coupé**

Seite 4

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Phone: +49 89 382-24544

mailto: Nikolai.Glies@bmw.de

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 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 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>