BMW GROUP THE NEXT 100 YEARS

Unternehmenskommunikation

Presse-Information
01. April 2016

HALLO ZUKUNFT- die Jubiläumskampagne von BMW Deutschland.

Marke BMW und BMW 100 Jahre Innovationsmodelle im Fokus.

München. „HALLO ZUKUNFT“, die Markenkampagne von BMW Deutschland anlässlich des 100jährigen Jubiläums startet morgen. Zu diesem Meilenstein in der Geschichte der Marke und des Unternehmens wird nicht zurück geblickt, sondern nach vorne – auf die Zukunft der Mobilität.

Mit dem Claim **„HALLO ZUKUNFT“** nimmt die Kampagne Bezug auf die BMW Group Kampagne, welche im Vormonat das Unternehmen selbst und seine Zukunftsorientierung in den Mittelpunkt stellte. In der sich jetzt anschließenden Kampagne von BMW Deutschland meldet sich die Marke BMW zu Wort: mit einem klaren Bekenntnis zur Zukunft sowie konkreten Inhalten und speziellen Angeboten.

Stefanie Wurst, Marketingleiterin BMW Deutschland: „Marke und Angebotsorientierung ist kein Gegensatz - mit dem **BMW VISION NEXT 100** als Zugpferd und den **100 Jahre Innovationsmodellen** haben wir beides miteinander verbunden. Jeder Händler in Deutschland hat damit ein Stück Zukunft im Autohaus und wird so zum Innovationsbotschafter.“

Das revolutionäre Visionsfahrzeug **BMW VISION NEXT 100** steht für die Innovationskraft und das Selbstverständnis der Marke BMW, auch in Zukunft führender Gestalter der Mobilität zu sein. Das BMW VISION NEXT 100 stellt den Fahrer in den Mittelpunkt, der selbst entscheiden kann, wie er „Freude am Fahren“ erleben möchte – entweder er fährt selbst oder er lässt sich durch Fahrerassistenz-Funktionen, die bis zum autonomen Fahren reichen, unterstützen.

Innovation findet bei BMW nicht zur in der Zukunft, sondern auch in der Gegenwart und in der Breite der Modellpalette statt: **Die BMW 100 Jahre Innovationsmodelle mit Jubiläumspaket**, die seit März bei jedem BMW Händler in Deutschland erhältlich sind, beweisen dies. BMW Kunden können mit diesen Modellen schon heute ein Stück Zukunft erleben. Das Jubiläumspaket ist in allen Modellen der BMW 1er, 2er, 3er und 4er Reihe sowie im BMW X3 und X4 und zwei neuen Plug-in-Hybrid Modellen erhältlich und beinhaltet innovativste Sonderausstattung von heute:

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 28556

Internet
www.bmwgroup.com

BMW Head-Up Display und Speed Limit Info; BMW ConnectedDrive (u.a. mit Concierge Service, RTTI, Deezer, Napster, E-Mail); Driving Assistant (Personen- und Auffahrwarnung, Spurverlassenswarnung); BMW Navigationssystem Business; u.v.m.

In Deutschland werden einem **integrierten Kampagnenansatz** die Innovationsmodelle und das Visionsfahrzeug in mehreren Wellen in allen Kanälen, also TV, Print und Online sowie in der Handelskommunikation, im CRM und auf Events, eingesetzt.

Alle Elemente der klassischen Kommunikation verweisen zudem auf den **Content-Hub** www.bmw.de/next100, auf dem alle Informationen zum Visionsfahrzeug, den Innovationsmodellen sowie den Innovationstagen im Handel übersichtlich aufbereitet sind. Eine interaktive Timeline zeigt zudem ausgewählte Meilensteine der Marke BMW in den letzten 100 Jahren.

Die **Printkampagne** zeigt das BMW VISION NEXT 100 und die 100 Jahre Innovationsmodelle mit Jubiläumspaket im gleichen futuristischen Umfeld.

In den **TV-Spots**, die in verschiedenen Formaten und mehreren Wellen geschaltet werden, steht das BMW VISION NEXT 100 im Mittelpunkt.

Hier baut der deutsche TV-Spot auf der internationalen Kampagne auf, die auf Basis des Claims „Exciting Times Ahead“ entwickelt wurde. Der Film „Innovation Lane“ ist ein dynamischer Zeitstrahl auf vier Rädern, in dem sowohl das Visionsfahrzeug „BMW VISION NEXT 100“, als auch innovative Meilensteine der Historie der Marke BMW zu sehen sind.

Dazu Uwe Dreher, Leiter Internationale Markenkommunikation BMW, BMW i, BMW M: „Es geht uns nicht um einzelne Innovationen; BMW hat immer und immer wieder den Status Quo in Frage gestellt – diese Haltung transportiert die Kampagne.“

Angeführt wird der Konvoy von einem BMW i8 und dem neuen BMW 7er, das VISION NEXT 100 setzt sich schlussendlich an die Spitze der innovativen Fahrzeug-Flotte und fährt der Zukunft entgegen. In Deutschland folgen fünf der insgesamt 14 Innovationsmodelle dem Visionsfahrzeug in die Zukunft.

Der Höhepunkt der Kampagne in Deutschland findet bei den **BMW Händlern** statt: Am 30. April 2016 laden mehr als 530 Autohäuser zum BMW Innovationstag ein. Hier können Kunden, Interessenten und Händler das Jubiläum der Marke BMW vor Ort feiern und gemeinsam einen Blick auf die Mobilität der Zukunft werfen.

Dabei haben die Besucher die Möglichkeit, die 100 Jahre Innovationsmodelle selbst zu erleben. Außerdem können die Besucher bei teilnehmenden BMW Händlern über das **Vision Gate**, einer futuristischen Skulptur mit einem Display mit Augmented Reality Anwendung, das Interieur und das Exterieur des BMW Vision Next 100 genau unter die Lupe nehmen.

Führende Connectivity über die gesamte Modellpalette hinweg ist zum Differenzierungsmerkmal für BMW geworden. Um Connected Drive selbst und live im Autohaus zu erleben, hält der Handel zusätzlich für die Besucher die zentral gesteuerte „Connected Drive Challenge“ bereit. Über das BMW Connected Drive Portal kann der Kunde live an einem Gewinnspiel teilnehmen. Der Gewinn: die „BMW Jahrhunderttage“, also 100 Tage im BMW Ihrer Wahl - unbezahlbare BMW Momente inklusive.

Auch im **Eventmarketing** werden die BMW 100 Jahre Innovationsmodelle in Deutschland eine bedeutende Rolle spielen. So wird die deutsche Innovationsflotte bei den großen BMW Events wie den BMW Open im Mai oder den BMW International Open im Juni sowie bei anderen Veranstaltungen zu sehen sein.

HALLO ZUKUNFT – die deutsche Kampagne zum 100jährigen Jubiläum verbindet Marken- und Händlerkommunikation, Innovation der Zukunft und Innovation von heute.

Verantwortliche Agenturen:

TVC Jubiläumsmodelle:	Heye GRID
Print Jubiläumsmodelle:	Heye GRID
Media Deutschland:	MediaPlus
BMW.de:	Hi-ReS!
TVC „Innovation Lane“:	Interone
Print „BMW Vision Next 100“:	Interone

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer, Unternehmenskommunikation, Pressesprecher BMW Vertrieb Deutschland.
Bernhard.Ederer@bmw.de, Tel: +49 89 382-28556, 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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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