

Presse-Information
18. April 2016**„Eyes On Gigi“. BMW präsentiert interaktive Kampagne
zum neuen BMW M2 Coupé.****Oneshot mit spektakulärer Fahrzeug-Choreographie und
Supermodel Gigi Hadid unter Regie von Marc Forster.**

München. Pünktlich zum Marktstart am 16. April präsentiert BMW seine „Digital First“ Kampagne zum neuen BMW M2 Coupé. Stars der Kampagne mit dem Titel „Eyes on Gigi“ sind das neue BMW M2 Coupé und das amerikanische Supermodel Gigi Hadid, das mit BMW erstmals für einen Automobilhersteller vor der Kamera steht.

Die Dynamik und Agilität des BMW M2 Coupés und die sinnliche Schönheit und Eleganz von Gigi Hadid haben den renommierten Filmproduzenten und Drehbuchautor Marc Forster, der u.a. bei „James Bond - Ein Quantum Trost“, „Monster’s Ball“ und „World War Z“ Regie führte, zu einem ungewöhnlichen Spot inspiriert.

Eyes on Gigi.

Der spannungsgeladene Spot, der ab dem 14. April zunächst ausschließlich auf YouTube und Facebook zu sehen wird, lädt den Zuschauer zu einem „Hütchenspiel“ der anderen Art ein: zu Beginn des Films steigt das Supermodel Gigi Hadid in eines von drei parkenden BMW M2 Coupés und der Zuschauer wird aufgefordert Gigi und ihr BMW M2 Coupé nicht aus den Augen zu verlieren. Kurz nach dem Start kommen zwei weitere BMW M2 Coupés dazu und es beginnt eine temporeiche Fahrzeug-Choreografie, die dies nahezu unmöglich macht. Am Ende der Fahrt stoppen alle fünf M2 Coupés und der Zuschauer wird aufgefordert, dasjenige Fahrzeug zu identifizieren, in dem Gigi Hadid sitzt.

Gedreht wurde der spektakuläre Oneshot – d.h. mit nur einer ungeschnittenen Kamerafahrt – auf einem Flugfeld in der Mojave-Wüste Kaliforniens unter der Leitung von Kameramann und Oscar-Preisträger Mauro Fiore (u.a. „Avatar“, „The Equalizer“).

Die interaktive Auflösung des Spiels erfolgt auf der kampagneneigenen Microsite [EyesOnGigi.com]. Dort hat der Zuschauer außerdem die Möglichkeit, die rasante Fahrzeug-Choreographie zusätzlich aus einer 360 Grad Perspektive zu begleiten.

„Eyes on Gigi“ ist für das Topmodel aus Los Angeles die erste offizielle Zusammenarbeit mit einem Automobilhersteller. „Wir freuen uns sehr, dass wir Gigi Hadid als Gesicht unserer globalen Kampagne für das neue BMW M2 Coupé gewinnen konnten“, sagt Uwe Dreher, Leiter Internationale Markenkommunikation BMW, BMW i und BMW M. „Gigi und der M2 passen einfach perfekt zusammen: beide sind starke Persönlichkeiten mit einer faszinierenden Ausstrahlung.“

Auch Hadid zeigt sich auf Anhieb begeistert: „BMW ist eine Ikone. Dass ich nun das Gesicht dieser Kampagne sein darf, ist definitiv ein großer Moment in meiner Karriere. Der M2 macht riesen Spaß.“

Kampagne nutzt erstmals „Digital-First“-Ansatz.

Der digitale Spot markiert den Auftakt einer integrierten Kampagne, deren globaler Rollout ab dem 14. April über die Kanäle TV, Digital, Social Media und CRM erfolgt. Der für „Eyes on Gigi“ erstmals gewählte „Digital First“-Ansatz profitiert dabei auch von Hadids Präsenz in den sozialen Medien. Mit 16,1 Millionen Abonnenten auf Instagram, ca. 1,9 Millionen Followern auf Twitter und ca. 2,6 Millionen Fans auf Facebook ist Hadid dort äußerst erfolgreich. Die anspruchsvolle digitale Architektur der Kampagne führt den Zuseher, wenn er auf das richtige BMW M2 Coupé getippt hat, in den digitalen BMW M2 Coupé Showroom der BMW Vertriebsgesellschaft des Landes, in dem der Mitspieler lebt.

Zur außergewöhnlichen Kampagnen-Idee sagt sie: „Das innovative Konzept hat mich von Anfang an beeindruckt; für mich ist es eine Ehre, dass ich an diesem Projekt mitwirken durfte. Es war großartig.“

Um dem neuen „Fan of the Brand“ auch in den nächsten Monaten Fahrspaß zu garantieren, stellt BMW dem Topmodel für sechs Monate ein eigenes BMW M2 Coupé zur Verfügung.

Verantwortliche Agenturen:

KBS (New York) / Serviceplan (Hamburg)

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 18. April 2016

Thema „Eyes On Gigi“. BMW präsentiert interaktive Kampagne zum neuen BMW M2 Coupé.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dr. Gesa Prüne
Pressesprecherin BMW Lifestyle
BMW Group Innovations- und Designkommunikation
Telefon: +49 89 382 940 81
E-Mail: gesa.pruene@bmw.de

Bernhard Ederer
Pressesprecher BMW Marketing
BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Telefon: +49 89 382 28556
E-Mail: bernhard.ederer@bmwgroup.com

Internet: www.press.bmwgroup.com
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>