



Presse-Information
06. März 2017

Launch der neuen John Cooper Works Brandpage Umfangreiche Neugestaltung mit 360°-Produktvorstellung und emotionalen Inhalten

München. John Cooper Works, die aufregende Performance Submarke der britischen Traditionsmarke MINI, hat eine neu entwickelte Brandpage gelauncht. Der eigenständige Bereich im Online-Auftritt mini.com schafft der Begeisterung für Dynamik, Race Feeling und Fahrspaß sowie dem markentypischen Go-Kart-Feeling eine Bühne. Rechtzeitig zur Vervollständigung der John Cooper Works Familie durch den neuen MINI John Cooper Works Countryman erhält die Submarke damit einen markenadäquaten Auftritt.

Ausdrucksstarke Bilder, emotionale Inhalte und innovative Features: Die neue Brandpage für John Cooper Works schafft eine moderne, zeitgemäße Plattform für einen ganzheitlichen Auftritt der dynamischen Submarke. Im Zentrum stehen die vier einzigartigen John Cooper Works Modelle, die für Interessenten möglichst authentisch erlebbar gemacht werden.

Dazu bietet die neue Brandpage verschiedene emotionale Inhalte an. Eine Slideshow mit historischen Bildern geht auf die lange Rennsportgeschichte von John Cooper Works rund um Motorsport-Pionier John Cooper und die legendären Rallye-Erfolge des klassischen Minis ein. Infoboxen geben Einblick in die Ausstattungsdetails, technischen Features und Designsprache der John Cooper Works Modellpalette.

Besonderes Highlight: Ein Video-Clip mit der Fahrt eines MINI John Cooper Works 3-Türer durch die berühmten Tunnel am Gardasee in Italien. Hier wird der intensive Motorensound, der zum einzigartigen John Cooper Works Gefühl gehört, erlebbar.

Mit der 360° Innenansicht erhalten Besucher der Brandpage die Möglichkeit, das Interieur aller John Cooper Works Modelle frei schwenkbar bis in das kleinste Detail zu betrachten. Interessenten können sich so von spezifischen Ausstattungsoptionen wie beispielsweise den John Cooper Works Sportsitzen oder dem John Cooper Works Lenkrad in Lederausführung überzeugen.

„Mit dem Relaunch der Brandpage wollen wir zeigen, was John Cooper Works ausmacht: Echte Begeisterung für Race Feeling und technologisches Racing Know-How aus

MINI

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

jahrelanger Tradition“, sagt Steve Ambeau, Leiter Digitales Marketing MINI.

Mit der Umsetzung der Brandpage war die Agentur TRACK aus Hamburg beauftragt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer, Unternehmenskommunikation, Pressesprecher BMW Group Marketing und BMW Group 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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2015 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>