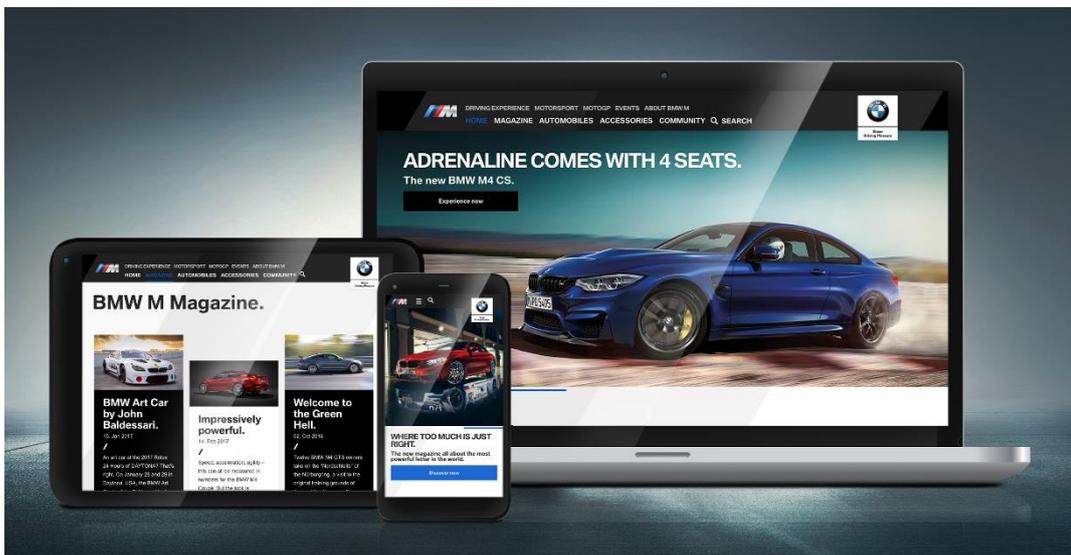


Presse-Information
02. Mai 2017

BMW-M.com: Die neue Heimat des stärksten Buchstabens der Welt Neue globale Webseite der Submarke BMW M geht mit umfangreicher Digital-Kampagne mit Social Media Fokus an den Start



München. BMW M startet mit der neuen Webseite BMW-M.com die Online-Heimat für die dynamische BMW Submarke. Dort bietet sie aufregende Inhalte zu Marke und Produkt, packende Einblicke in Entwicklung und Technologie sowie eine exklusive Community für alle Fahrer von BMW M oder BMW M Performance Automobilen. Der Launch der neuen Webseite wird von einer umfangreichen Digital-Kampagne begleitet.

„Die neue BMW-M.com ist unsere zentrale, internationale Anlaufstelle für die Marke BMW M. Wir sprechen ein breites Publikum an, von Interessenten über Fans bis hin zu Besitzern von M Fahrzeugen“, erläutert Peter Quintus, Leiter Sales und Marketing BMW M GmbH. „Damit erreichen wir eine große, internationale Zielgruppe und können den Wachstumskurs der BMW M GmbH weiter fortsetzen.“

Außerordentliche Inhalte und emotionale Produkte.

Die Webseite verfolgt dabei eine klare, intuitiv nachvollziehbare Aufteilung. So bietet das BMW M Magazin einen aufregenden Einblick in die Welt von BMW M.

Onepager stellen die BMW M Modelle sowie BMW Individual und die Events der

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 28556

Internet
www.bmwgroup.com

Presse-Information

Datum 02. Mai 2017

Thema BMW-M.com: Die neue Heimat des stärksten Buchstabens der Welt

Seite 2

BMW Driving Experience vor. Der exklusive M Community Bereich bietet für M Fahrer und Fahrerinnen zusätzliche Inhalte und Funktionen.

Die neue Webseite nutzt dazu ein modernes Layout mit großen Bildflächen und übersichtlichen Content-Kacheln. Das für mobile Endgeräte optimierte, responsive Design trägt der zunehmenden Nutzung von mobilen Endgeräten für den Medienkonsum Rechnung.

Das BMW M Magazin bietet in mehreren, neuen Artikel pro Woche Spannendes und Informatives rund um BMW M. Schon zum Start der neuen BMW-M.com ist das Magazin mit 40 Artikeln bestückt. Mit Design-Highlights der Fahrzeuge, interaktiven Video-Tutorials zu Produktfeatures bis zu exklusiven Interviews und Antworten direkt aus der Entwicklungen der BMW M GmbH werden hier unterschiedlichste Themen vorgestellt.

Die BMW M Modelle selbst werden detailliert auf ihrem jeweiligen Onepager beschrieben. Technikkacheln geben Auskunft zu Leistung, Technologie und Produktfeatures. Die aufwendigen 3D-Renderings ermöglichen es die BMW M Motoren aus allen Blickwinkeln zu begutachten. Der obligatorische Soundcheck mit originalen Audioaufnahmen der Motorengeräusche und fünf schlagkräftige Gründe für das Modell runden den emotionalen Auftritt ab.

Die neue BMW-M.com ist dabei nicht nur Einstieg in die Welt von BMW M sondern auch Plattform, um M Fahrer rund um den Globus miteinander zu verbinden. Dafür steht ein exklusiver Community Bereich ab Sommer 2017 zur Verfügung, zu dem alle Besitzer eines BMW M oder eines BMW M Performance Automobils per Eingabe der Fahrgestellnummer Zugang haben. Dort können sie sich ein Profil erstellen, ihre M Fahrzeuge in der virtuellen Garage parken und sich mit anderen M Fans per Forum und Chat unterhalten. Darüber hinaus erhalten alle Mitglieder die Möglichkeit an exklusiven Dialogformate mit Experten der BMW M GmbH teilzunehmen.

Presse-Information

Datum 02. Mai 2017

Thema BMW-M.com: Die neue Heimat des stärksten Buchstabens der Welt

Seite 3

BMW-M.com. "Where too much is just right".

Der Launch der neuen [BMW-M.com](http://www.bmw-m.com) wird von einer weitreichenden Online-Kampagne begleitet: <https://www.bmw-m.com/TOO-MUCH>

„Die Idee der Kampagne ist prägnant. M Automobile polarisieren - BMW M ist unangepasst, unkonventionell und hat immer seinen eigenen Stil. Das mag für manche ‚unvernünftig‘ sein, aber genau diese Leidenschaft macht die Marke BMW M für unsere Fans so unnachahmlich und einzigartig“, Dominique Gargiulo, Leiter Marketingkommunikation BMW M, BMW Individual, MotoGP.

Die neue [BMW-M.com](http://www.bmw-m.com) stellt sich dabei als zukünftiger Treffpunkt für Gleichgesinnte vor. Der Slogan „The all-new BMW-M.com. Where too much is just right.“ fügt sich hier nahtlos ein.

Die Kampagne startet zunächst mit einer Reihe von Onlinefilmen. Ob ein Vater seinen Sohn neckt, ein sympathischer Hochzeitsbesucherin etwas spät dran ist oder ein BMW M4 GTS mit verbautem Rennkäfig das nicht ganz richtige Gefährt für eine Taxifahrt der Schwiegermutter ist, die Filme geben einen augenzwinkernden Blick in den Charakter von BMW M.

<https://youtu.be/57H0c0JW0tM>

Neben dem originellen Storytelling setzt BMW M auf die organische Reichweite seiner Fans. Zentrales Element sind hier die M Statements. Dabei handelt es sich um Bildmotive, die zentral platzierte, große Textzeilen wie beispielweise „[too loud]“ tragen. Die Textzeile greift dabei Kommentare über M Automobile auf und interpretiert diese als Kompliment. Was für manche zu laut ist, macht für Fans eben erst die Faszination BMW M aus. Die Kampagne nutzt eine Vielzahl von Variationen dieses Themas für ihre Social Media Kommunikation. Weitere Beispiele sind „[too complicated]“, „[too powerful]“ oder „[too low]“.

<https://youtu.be/dyPzwLI5No>

Fans haben dazu ab Anfang Juni die Möglichkeit, eigene Bilder mit verschiedenen „M Statements“ zu versehen und diese miteinander in den sozialen Netzwerken zu teilen. Die Kampagne erfährt so über #BMWWM zusätzliche Verbreitung.

„Mit der Onlinekommunikation zu [BMW-M.com](http://www.bmw-m.com) zeigen wir, wie kreatives Storytelling mit humorvollen Inhalten Leute aus den sozialen Netzwerken anziehen

Presse-Information
Datum 02. Mai 2017
Thema BMW-M.com: Die neue Heimat des stärksten Buchstabens der Welt
Seite 4

kann“, erzählt Lothar Schupet, Leiter Vertriebsmanagement, Marketing und Exklusivkundenberatung BMW M GmbH. „Mit der neuen BMW-M.com und unsere jungen, frischen Kampagne haben wir damit die perfekten Grundlagen geschaffen, um neue Zielgruppen anzusprechen. Damit kann BMW M weiter wachsen.“

Die digitale Kommunikationsoffensive ist ein weiterer Bestandteil im profitablen Wachstumskurs der Submarke BMW M. Mit einem breiten Produktportfolio von BMW M2 bis BMW M6 und BMW M140i bis BMW M760Li xDrive sowie exklusiven Sondermodellen konnte BMW M den Absatz von M und M Performance Automobilen in den letzten zehn Jahren mehr als verdreifachen. Damit ist die BMW Group im renditestarken High-Performance Segment sehr erfolgreich vertreten.

Beteiligte Agenturen:

Content – Jung von Matt / Next Alster, Hamburg

Online – Hi-ReS, Berlin

Social Media - Torben, Lucie und die gelbe Gefahr (TLGG), Berlin

Produktion – BigFish Filmproduktion, Berlin

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Pressesprecher BMW Group Marketing und BMW Group Vertrieb Deutschland

Bernhard.Ederer@bmwgroup.com, Telefon: +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 belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Presse-Information

Datum 02. Mai 2017

Thema BMW-M.com: Die neue Heimat des stärksten Buchstabens der Welt

Seite 5

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>