

Presse-Information
10. Juli 2017

„E1NS WEITER“: Kampagnenstart für die neue BMW 1er Reihe

Der neue BMW 1er mit der Connectivity von morgen

München. Pünktlich zum Marktstart der neuen BMW 1er Reihe startete in Deutschland am Freitag die Kampagne „E1NS WEITER“. Im Zentrum steht die Vernetzung des kompakten 3- und 5-Türers, der sich damit in die digitale Lebenswelt seiner Kunden einfügt. Die Kampagne spricht die digitale Generation an und setzt auf einen klaren Online-Fokus.

Mit neuen Editionsmodellen, noch hochwertigerem Interieur, erweiterten Connectivity-Angeboten sowie der neuesten Generation des Bediensystems iDrive gehen der neue BMW 1er 3- und 5-Türer im Juli an den Start. Der sportlichste Vertreter im Premium-Kompaktsegment schreibt damit seine Erfolgsgeschichte fort: Rund eine Million BMW 1er wurden zwischen 2011 und 2017 verkauft - Deutschland ist einer der stärksten Märkte. Über die serienmäßig fest ins Fahrzeug integrierte SIM-Karte ermöglicht ConnectedDrive unabhängig vom Smartphone des Kunden eine optimale Vernetzung und Zugang zu den Diensten von BMW. Das ganzheitliche digitale Konzept BMW Connected integriert den BMW 1er über Touchpoints wie iPhone, Apple Watch, Android-Smartphones und Smartwatches nahtlos in das digitale Leben des Nutzers.

Diese Vernetzung mit der Welt und das digitale Lebensgefühl der Zielgruppe durch die BMW ConnectedDrive Dienste ist auch das Kernthema der Kampagne. Die Kunden der BMW 1er Reihe sind die jüngsten aller Automobile im BMW Portfolio. Digitalisierung setzten sie als Standard voraus. Ein Grundbedürfnis, das die neue BMW 1er Reihe hervorragend bedient.

Konkret stellt die Kampagne verschiedene Features von Connected Drive vor: „Share Destination“ und „Estimated Time of Arrival“, mit denen der Fahrer seinen Freunden Standort und Ankunftszeit mitteilen kann, „Send to Car“ für die Routenplanung außerhalb des Fahrzeugs, „Online Entertainment“ für die Lieblingsmusik auch unterwegs und den „Concierge Service“ für Hilfe und Unterstützung bei diversen Adressen wie Bars oder Restaurants. Die Botschaft ist klar: Digitalisierung und Vernetzung sind längst in der automobilien Welt angekommen. Sie unterstützen sinnvoll, erleichtern den Alltag und bieten vor allem ein Mehr an Spaß und Freude am Fahren.

Presse-Information

Datum 10. Juli 2017

Thema „E1NS WEITER“: Kampagnenstart für die neue BMW 1er Reihe.

Seite 2

Ausgerichtet an der jungen Zielgruppe und am innovativen Thema liegt der Fokus der Kampagne in den digitalen Kanälen.

„Wir richten die Kampagne auf eine jüngere Zielgruppe aus. So setzen wir auf die für die Zielgruppe relevanten Social Media Kanäle Facebook und Instagram und arbeiten hier mit dynamischen Videosequenzen. Auf Snapchat wollen wir testen, wie unsere Marke dort ankommt“, so Jens Lemon, Leiter Marketingkommunikation BMW Deutschland.

Mit dem Einsatz von intelligenten, mobilen Werbemitteln werden dem User die neuen Connectivity Features des BMW 1er spielerisch näher gebracht. Die Aussteuerung der Kampagne erfolgt über alle Devices mittels smarter Profil- und Retargetingmaßnahmen.

Der Online-Launchfilm (<https://www.youtube.com/watch?v=DI7CY50-vBg>) verdeutlicht, wie sich der neue BMW 1er mit seiner innovativen Ausstattung perfekt mit seiner Umwelt vernetzt und dabei seine Kerntugenden Agilität, Dynamik und Temperament nicht vergisst. Highlight des Films ist die Verabredung zu einem außergewöhnlichen Rennen: Fahrzeug gegen Drohne.

Die Botschaften der Kampagne setzten sich nahtlos in den klassischen Kanälen fort. Der TV-Spot (https://youtu.be/4elzv_g4f1s) stellt die einzigartige Vernetzung des neuen BMW 1er vor. Dabei wird die ikonischen Ziffer „1“ in Szene gesetzt. Im Radio steht zu dem noch die Verlängerung in den Handel mit dem Angebot dreier sportlicher Editionen im Fokus. Eng vernetzt ist die deutschlandweite Kampagne mit der regionalen Kommunikation der BMW Händler in allen Kanälen und in den Schauräumen vor Ort.

Verantwortliche Agenturen Deutschland:

Adaption und Umsetzung: Heye GRID

Media: MediaPlus, Plan.Net

Verantwortliche Agentur International:

Kreativ- und Leadagentur: Serviceplan Campaign International

Produktion TV Spot: CZAR Film GmbH

Produktion Launchfilm: Sterntag Film GmbH

Presse-Information

Datum 10. Juli 2017

Thema „E1NS WEITER“: Kampagnenstart für die neue BMW 1er Reihe.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Bernhard Ederer
Pressesprecher BMW Vertrieb Deutschland
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, Rolls-Royce und BMW Motorrad 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.

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>