



Presse-Information
18. Juli 2018

„DER MINI CLUBMAN. GANZ GROSSER NETZWERKER.“

Innovative Online Only Kampagne mit neuem MINI Connected Feature “Amazon Alexa Car Integration”.

München. MINI Deutschland feiert mit einer besonderen Aktion den in wenigen Wochen in die MINI Modelle Einzug haltenden, Cloud-basierten Sprachdienst Amazon Alexa: Nach Bestellung des MINI Clubman mit MINI Connected Paket bekommt jeder Kunde* als Geschenk von MINI Deutschland einen Amazon Echo Spot zugesendet. Damit können sich die zukünftigen MINI Clubman Fahrer schon vorab mit Alexa vertraut machen.

<https://www.youtube.com/watch?v=jJlcZ69d3A>

Der kompakte Echo Spot mit integriertem Bildschirm und Touchdisplay ist der neueste Zugang im Smart Speaker Portfolio von Amazon und verfügt über zahlreiche praktische Skills: Den Wecker stellen, Nachrichten vorlesen, Musik abspielen, Anrufe tätigen oder Smart Home Funktionen steuern.

„Die Funktionalitäten von MINI Connected sind dafür geschaffen, unseren MINI Fahrern den Alltag zu erleichtern und bieten die optimale Vernetzung von Fahrzeug und Smartphone. Mit der Integration von Alexa im Fahrzeug und dem Echo Spot für Zuhause gehen wir noch einen Schritt weiter“, erklärt Ulrike von Mirbach, Leiterin Marketing MINI Deutschland. „Sprachassistenten sind der nächste Meilenstein in der digitalen Welt und MINI ist hier ganz vorne mit dabei.“

Neben dem Amazon Echo Spot erhalten die MINI Clubman Kunden während des Bestellzeitraums vom 1. Juli bis 10. September ein besonders attraktives



Ausstattungspaket mit Preisvorteil, bestehend aus Connected Navigation Plus, dem Hi-Fi-Soundsystem Harman Kardon und dem DAB Tuner.

MINI Deutschland bewirbt die intelligente Vernetzung durch MINI Connected und das Alexa Angebot für den MINI Clubman der Zielgruppe entsprechend mit der ersten „Online only“ Kampagne der Marke in Deutschland. Unter dem Titel „GANZ GROSSER NETZWERKER“ gelingt es durch einen datengetriebenen Ansatz, die neuen MINI Connected Features vorzustellen. So wird zum Beispiel die „Time to Leave“ Funktion, welche MINI Fahrer an bevorstehende Termine und rechtzeitiges Aufbrechen erinnert, gezielt zur Fußball-Weltmeisterschaft vor dem Anpfiff in Sport-Apps oder auf Sportportalen beworben. Die „Real Time Traffic Information“, die Echtzeitauskunft über Staus und deren Umfahrung, wird beispielsweise durch Lokal-Targeting vor allem Menschen gezeigt, die sich gerade in ähnlichen Wartesituationen am Bahnhof oder am Flughafen befinden. Innovative Formate, wie die neuen Second Screen Banner auf reichweitenstarken Online-Nachrichtenportalen, ergänzen die Kampagne.

Die BMW Group baut die intelligente Vernetzung seiner Fahrzeuge mit den digitalen Touchpoints seiner Nutzer konsequent weiter aus und erreicht mit der Integration von Amazon Alexa einen weiteren Höhepunkt.

Agenturen:

Serviceplan Campaign X

Plan.Net Media

MINI UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Julian Hetzenecker
BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Telefon: +49 89 382 72200
E-Mail: julian.hetzenecker@bmw.de

Micaela Sandstede
BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Telefon: +49 89 382 61611
E-Mail: micaela.sandstede@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de
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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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>