

Presse-Information  
24. Oktober 2018

## **Auftakt für „Meet the Champs“ BMW Bank baut Formate für Kundenkommunikation aus**

**München.** Mit Vollgas über den Salzburgring fahren, gemeinsam mit erfahrenen Profis die Erfolgsfaktoren für das Laufen oder Golfen erleben und ganzheitliche Ernährungskonzepte entdecken: Bei „Meet the Champs“, dem exklusiven Event der BMW Bank, trafen Kunden am 22. und 23. Oktober 2018 auf Champions wie die Langstreckenläuferinnen Anna und Lisa Hahner, die DTM-Piloten Bruno Spengler und Philipp Eng, BMW Fahrer Jens Klingmann und BMW Motorsport Junior Nico Menzel. Damit entwickelt die BMW Bank ihr erfolgreiches Format „Drive like Bruno“ konsequent weiter.

„Mit diesen Veranstaltungen investieren wir als Bank ganz bewusst in unsere Kunden – und setzen so seit Jahren neue Impulse im Bereich des Kundenbeziehungsmanagements. Die hohe Loyalität unserer Kunden zeigt, dass wir uns damit auf dem richtigen Weg befinden“, beschreibt Felix-Hendrik Laabs, Leiter Marketing und Vertriebservices der BMW Bank, den konzeptionellen Ansatz dieser Marketingstrategie. Denn auf diese Weise sollen die Finanzprodukte des Instituts erlebbar werden.

Mit den „Drive like Bruno“-Events hatte die BMW Bank im Jahr 2012 ein einzigartiges Format zur Kundenkommunikation in der automobilen Finanzdienstleistungsbranche geschaffen. Hier gewährte Bruno Spengler exklusive Blicke auf die Rennstrecke. Tempo, Fahrspaß und Taxifahrten mit dem Rennpiloten begeisterten die Teilnehmer. Doch sie saßen dabei nicht nur auf dem Beifahrersitz, sondern traten auch mit Formel BMW-Fahrzeugen selbst in die Fußstapfen heutiger Formel 1-Profis. So kamen die Kunden beispielsweise bei der Agentenwende mit dem BMW M5 oder dem Scenic Drive mit dem BMW i8 voll auf ihre Kosten.

Nun hat die BMW Bank das erfolgreiche Format weiterentwickelt. Mit „Meet the Champs“ wurden am Salzburgring erstmals die Sportarten Laufen und Golf zusätzlich zum Motorsport in das erfolgreiche Format integriert. Dabei sollte den Teilnehmern der ganzheitliche Ansatz erfolgreicher Sportler nähergebracht werden, der Konzentration, Fitness und gesunde Ernährung verbindet.

Presse-Information

Datum

24. Oktober 2018

Thema

BMW Bank baut Formate für Kundenkommunikation aus

Seite

2

Bei „Meet the Champs“ gaben die Profisportler zudem Einblicke in ihr Metier. So verrieten die Hahner-Twins ihre persönlichen Lauftipps, während die Golfexperten im Rahmen von unterschiedlichen Aktivitäten auch Anfänger an die komplexe Disziplin heranführten und erfahrenen Teilnehmern die Welt des professionellen Golfsports näherbrachten. Als Überraschungsgäste begleiteten Rosi Mittermaier und Christian Neureuther die BMW Bank Gäste bei den verschiedenen Programmpunkten. Der zweite Veranstaltungstag war ganz den Damen vorbehalten. Dabei führte Top-Model, Fernseh-Moderatorin und BMW M Markenbotschafterin Lena Gercke durch die Veranstaltungen des Ladies' Day.

„Meet the Champs“ wird über den Drivers Club kommuniziert, der exklusiven Kommunikationsplattform für Kunden der BMW Bank. Hier erhalten die Nutzer Zugang zu Gewinnspielen für einzigartige Highlight-Veranstaltungen mit prominenten Spitzensportlern. Die Bandbreite reicht von Laufcoachings mit den Hahner-Zwillingen als Vorbereitung für den Berlin Marathon über fahraktive Elemente bis hin zu Events wie der „X Challenge“.

DIE BMW BANK.

Die BMW Bank GmbH ist eine der führenden Automobilbanken in Deutschland mit einer Tochtergesellschaft in Frankreich sowie Zweigniederlassungen in Italien, Spanien und Portugal. Über 1.390 Mitarbeiter betreuen rund 1,1 Millionen Kunden (Stand: 31.12.2017). Die Produktpalette für Geschäfts- und Privatkunden reicht von der Finanzierung über das Leasing sowie die Versicherung von Automobilen und Motorrädern bis hin zu individuellen Angeboten im Bereich Vermögensmanagement. Das Unternehmen hat eine Bilanzsumme von 26,6 Mrd. Euro und einen Einlagenbestand von rund 9,1 Mrd. Euro (Stand: 31.12.2017).

Die BMW Bank GmbH ist Teil von BMW Group Financial Services. Nahezu jedes zweite BMW und MINI Neufahrzeug ist über BMW Group Financial Services finanziert oder verleast.

Presse-Information

Datum

24. Oktober 2018

Thema

BMW Bank baut Formate für Kundenkommunikation aus

Seite

3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Renate Heim  
Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 89 382 21615  
E-Mail: [Renate.Heim@bmw.de](mailto:Renate.Heim@bmw.de)

Mathias Schmidt  
Leiter Unternehmens- und Kulturkommunikation  
Telefon: +49 89 382 24544  
E-Mail: [Mathias.M.Schmidt@bmw.de](mailto:Mathias.M.Schmidt@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](http://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>