



Presse-Information
31. Oktober 2018

Fahrfreude wie niemals zuvor: Mit dem neuen BMW 8er Coupé auf dem Canal Grande in Venedig. **Ein Fahrzeug für einzigartige Momente: Spektakulärer TV-Spot zur Markteinführung zeigt den neuen Luxus-Sportwagen bei einer Fahrt über die legendäre Wasserstraße der italienischen Lagunenstadt.**

München/Venedig. Das neue BMW 8er Coupé ist mehr als ein Sportwagen. Mit diesem Modell gibt BMW dem Luxussegment eine neue Identität, lässt automobiler Träume wahr werden und schafft einzigartige Momente. Die emotionale Wirkung eines vollkommen neuen, erstmals realisierten Mobilitätserlebnisses bildet das Motiv für den spektakulären TV-Spot, der im Zentrum der Kampagne zur Markteinführung des neuen BMW 8er Coupé steht. Er zeigt den Luxus-Sportwagen auf einer Fahrt durch das historische Zentrum von Venedig. Vorbei an prachtvollen Palazzi und unter der Rialto-Brücke hindurch bahnt sich das neue BMW 8er Coupé seinen Weg über den Canal Grande – und damit über eine Strecke, die nie zuvor von einem Automobil befahren wurde. Für den Fahrer, dessen Geschichte in dem Kurzfilm erzählt wird, geht damit der Kindheitstraum vom Autofahren in Venedig in Erfüllung, dem Publikum eröffnet die Kampagne eine ganz neue Perspektive auf die Lagunenstadt, verbunden mit Momenten der Fahrfreude, wie es sie bisher noch niemals gegeben hat.

Protagonist des Films, der unter der Regie von Daniel Wolfe entstand und der in einer 15-, einer 30- und einer 45-Sekunden-Version zu sehen sein wird, ist ein junger Venezianer, der schon im Kindesalter die Liebe zu Automobilen im Allgemeinen und zu BMW im Besonderen für sich entdeckt. Ein Modell des BMW M1 wird zu seinem Lieblingsspielzeug, ein befreundeter Bootsbauer weicht ihn in die Faszination der Motorentechnologie ein. Doch in der Stadt, in der Boote die alleinigen Transportmittel darstellen, bleibt seine

* Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben beziehen sich auf ein Fahrzeug in Basisausstattung in Deutschland, die Spannbreiten berücksichtigen Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße und der optionalen Sonderausstattung und können sich während der Konfiguration verändern.
Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet. Bei diesen Fahrzeugen können für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Schramhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 31. Oktober 2018

Thema Fahrfreude wie niemals zuvor: Mit dem neuen BMW 8er Coupé auf dem Canal Grande in Venedig.

Seite 2

Sehnsucht nach Freude am Fahren ungestillt, weshalb er Venedig als Teenager verlässt und erst Jahre später zurückkehrt. Und nun wird sein Kindheitstraum wahr – im neuen BMW 8er Coupé und auf Pontons, die ihm den Weg zu einer einzigartigen Fahrt über das Kanalsystem seiner Heimatstadt ebnen.

Das Szenario steht sinnbildlich für die Bestrebungen, das unmöglich Scheinende zu realisieren und langgehegte Wünsche Wirklichkeit werden zu lassen. „Mit unseren Modellen für das Luxussegment orientieren wir uns am Lebensstil einer Zielgruppe, die Neues wagt und selbst über die Grenzen des Machbaren bestimmt“, sagt Uwe Dreher, Director Brand Communication BMW, BMWi und BMW M. „Diesen Menschen bieten wir ein Mobilitätserlebnis, das ihren Vorstellungen von Exklusivität und progressivem Luxus entspricht.“

Für die Dreharbeiten erteilte die Stadt Venedig der BMW Group erstmals in ihrer Geschichte die Erlaubnis zur Errichtung einer Pontonkonstruktion, mit der es möglich wurde, ein Automobil durch die weltbekannten Kulissen im historischen Stadtkern zu steuern. Wo seit Jahrhunderten Gondeln, Vaporetti und kleine Motorboote das Verkehrsgeschehen bestimmen, wurde das neue BMW 8er Coupé zum Pionier für Fahrfreude, die buchstäblich neue Wege beschreitet. Gedreht wurden die aufsehenerregenden Szenen unter anderem mithilfe von Kameradrohnen, gezeigt werden die Spots weltweit auf ausgewählten TV-Stationen sowie online.

Entwickelt wurde die Kampagne zur Markteinführung des neuen BMW 8er Coupé von der BMW Group in Zusammenarbeit mit Serviceplan Campaign International. Begleitet wird sie von vielfältigen Social-Media-Aktivitäten auf Kanälen wie Facebook, Instagram und Youtube. Ein Feature mit Hintergründen und Impressionen aus der normalerweise autofreien Stadt Venedig und einer Dokumentation über die Dreharbeiten mit dem neuen BMW 8er Coupé ist ebenfalls in Vorbereitung. „Die Kampagne zur Markteinführung des neuen

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 31. Oktober 2018

Thema Fahrfreude wie niemals zuvor: Mit dem neuen BMW 8er Coupé auf dem Canal Grande in Venedig.

Seite 3

BMW 8er Coupé bringt nicht nur den einzigartigen Charakter dieses Modells zum Ausdruck, sondern zugleich auch die emotionale Kraft unserer Fahrzeuge im Luxussegment und die Innovationsstärke der Marke BMW“, sagt Kirsty Skinner-Gerth, Head of International Campaigns, Artwork, Film, Entertainment Marketing.

Mit der spektakulären Inszenierung des neuen BMW 8er Coupé vor der historischen Kulisse Venedigs setzt BMW die jüngst gestartete Offensive im Luxussegment mit besonders intensiver Öffentlichkeitswirkung fort. Ein neugestaltetes Signet und der ausgeschriebene Unternehmensname Bayerische Motoren Werke kennzeichnet den neuen Auftritt für die Modelle des Luxussegments. Die verstärkte Präsenz der Marke in diesem Segment gehört zu den Zielsetzungen, die von der BMW Group in ihrer Unternehmensstrategie NUMBER ONE > NEXT zur Sicherung ihres nachhaltigen Wachstums auf den weltweiten Automobilmärkten definiert wurden. Neben exklusiven Fahrzeugen und Services setzt BMW im weltweit wachsenden Luxussegment auch auf die Schaffung einer Erlebniswelt, die weit über die Freude am Fahren hinausreicht und den Zielgruppen zu einzigartigen, inspirierenden Momenten verhilft.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben beziehen sich auf ein Fahrzeug in Basisausstattung in Deutschland, die Spannbreiten berücksichtigen Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße und der optionalen Sonderausstattung und können sich während der Konfiguration verändern.

Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet. Bei diesen Fahrzeugen können für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 51344

Internet:
www.bmwgroup.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
Datum 31. Oktober 2018
Thema Fahrfreude wie niemals zuvor: Mit dem neuen BMW 8er Coupé auf dem Canal Grande in Venedig.
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Cypselus von Frankenberg
Pressesprecher BMW 5er Reihe, 6er Reihe, Z4.
Tel.: +49-89-382-30641
E-mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Eckhard Wannieck
Head of BMW Product and Brand Communications
Tel.: +49-89-382-28042
E-mail: Eckhard.Wannieck@bmwgroup.com

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>