BMW GROUP THE NEXT 100 YEARS

Unternehmenskommunikation

Presse-Information
05. August 2019

„Choose your X“ und „Unplug & Play“: Neue Kommunikations-Kampagnen für die BMW X Familie und die Plug-in-Hybrid-Modelle von BMW.

International einheitlicher Auftritt im TV-, Online- und Print-Marketing unterstreicht die Vielfalt im Angebot der Sports Activity Vehicles und Sports Activity Coupés – Elektrische Fahrfreude steht im Mittelpunkt der emotionsstarken Kurzfilmreihe für den Social-Media-Einsatz.

München. Mit zwei neuen Kommunikations-Kampagnen lenkt der Premium-Automobilhersteller BMW die Aufmerksamkeit auf die wachsende Vielfalt im Angebot seiner Sports Activity Vehicles und seiner Plug-in-Hybrid-Modelle. Die unter dem Motto „Choose your X“ produzierten TV-Spots und Online-Filme vermitteln einen Eindruck von den unterschiedlichen Lebenswelten, in denen eines der mittlerweile sieben BMW X Modelle die perfekte Wahl darstellt. Wie unkompliziert und buchstäblich kinderleicht es ist, elektrische Fahrfreude in einem Plug-in-Hybrid-Modell von BMW zu genießen, zeigt die Kurzfilmreihe „Unplug & Play“.

Beide Kampagnen sind für den internationalen Einsatz konzipiert. „Choose your X“ startet zur Markteinführung des neuen BMW X1 und des neuen BMW X6 und wird in den kommenden drei Jahren den Auftritt der BMW X Modelle in der TV-, Online- und Printkommunikation prägen. Die Kurzfilme unter dem Titel „Unplug & Play“ werden auf Youtube zu sehen sein und darüber hinaus für weitere Social-Media-Aktivitäten genutzt.

Der Buchstabe X als Symbol für Unabhängigkeit.

Die Welt der Mobilität steckt voller Entscheidungen: Links oder rechts, entspannt oder sportlich, Straße oder Gelände? Die BMW X Modelle liefern auf viele dieser Fragen die ideale Antwort: Alles ist möglich. Sie bieten Fahrfreude ohne Kompromisse, kombinieren Dynamik mit Komfort, ein agiles Fahrverhalten mit großzügigen Platzverhältnissen und ungezügelten Vorwärtsdrang mit vorbildlicher Effizienz. Der Buchstabe X wird so zum Symbol für Entscheidungsfreiheit und Unabhängigkeit und steht deshalb im Zentrum der neuen Kommunikations-Kampagne „Choose your X“. Dabei bleibt es dem Zuschauer überlassen, welches der mittlerweile sieben Sports Activity Vehicles und Sports Activity Coupés von BMW seine individuellen Bedürfnisse am besten erfüllt.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 30641

Internet:
www.bmwgroup.com

Die international einheitlich gestalteten Kommunikationsinstrumente kommen auf allen Automobilmärkten weltweit zum Einsatz und stellen den gemeinsamen Charakter der BMW X Modelle in den Mittelpunkt. Dazu wurden drei TV-Spots, zwei Online-Launchfilme und acht weitere Filme in verschiedenen Längen inszeniert. Daraus abgeleitet dienen die Motive der Kampagne auch für die Präsentation der BMW X Modelle im Online- und Printbereich.

Die Modularität der Kampagne ermöglicht es, sowohl einzelne Modelle als auch die gesamte BMW X Familie in den Fokus der Aufmerksamkeit zu stellen. Emotionsstarke Bildwelten und eine kraftvolle musikalische Untermalung bringen die Kerneigenschaften zum Ausdruck, mit denen die BMW X Modelle auf jeweils individuelle Art den Wunsch nach Unabhängigkeit und Freiheit erfüllen: Souveränität im Auftritt, vielseitige Fahreigenschaften und fortschrittliche Technologie in den Bereichen Bedienung und Vernetzung.

20 Jahre nach dem Debüt des BMW X5, der als erstes Modell seiner Art die vielseitigen Qualitäten eines Allradfahrzeugs mit markentypischer Sportlichkeit auf der Straße vereinte, ist die unverwechselbare Charakteristik eines BMW X Modells in einer Vielzahl von Segmenten erlebbar. Im Premium-Kompaktsegment haben sich das Sports Activity Vehicle BMW X1 und das Sports Activity Coupé BMW X2 als weltweit erfolgreiche Einstiegsmodelle etabliert. Für eine entsprechende Modellauswahl sorgen auch der BMW X3 und der BMW X4 in der Mittelklasse sowie der BMW X5 und der BMW X6 in der Oberklasse.

Nachhaltige Mobilität so einfach wie noch nie.
Mit den Kurzfilmen der Reihe „Unplug & Play“ inszeniert BMW auf unterhaltsame Weise die Faszination, die von der Möglichkeit zur rein elektrischen und damit lokal emissionsfreien Mobilität ausgeht. Hauptdarsteller der Spots ist ein kleiner Junge, der den unkomplizierten Umgang mit einem Plug-in-Hybrid-Modell von BMW – Stecker raus und die Fahrfreude beginnt – bereits stark verinnerlicht hat. In den unterschiedlichsten Situationen gibt er mit dem Ziehen eines Steckers das Startsignal für jede Menge Action. Am Ende des Films zieht er das Ladekabel für die BMW 330e Limousine (Kraftstoffverbrauch kombiniert 1,9 – 1,6 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 15,4 – 14,8 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 43 – 37 g/km) seiner Mutter aus der Wallbox, woraufhin beide gemeinsam elektrische Fahrfreude in dem Plug-in-Hybrid-Modell genießen.

Der humorvolle Film stellt die Leichtigkeit und Unbekümmertheit beim Umgang mit elektrischer Energie für nachhaltige Fahrfreude in den Mittelpunkt. Eine 75 Sekunden lange Version des Spots ist auf dem internationalen Youtube-Kanal von BMW zu sehen. Kürzere Versionen werden darüber hinaus für den Social-Media-Einsatz genutzt.

BMW bietet auch auf dem Gebiet der Plug-in-Hybrid-Modelle eine im Wettbewerbsumfeld einzigartige Vielfalt. Das Angebot reicht vom besonders vielseitigen BMW 225xe Active Tourer (Kraftstoffverbrauch kombiniert 2,1 – 1,9 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 14,2 – 13,5 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 47 – 42 g/km) im Kompaktsegment über die Plug-in-Hybrid-Limousinen der BMW 3er, BMW 5er und BMW 7er Reihe bis zum BMW X5 xDrive45e (Kraftstoffverbrauch kombiniert 2,0 – 1,7 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 23,5 – 20,3 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 47 – 39 g/km) sowie den Sportwagen BMW i8 Coupé (Kraftstoffverbrauch kombiniert 1,8 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 14,0 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 42 g/km) und BMW i8 Roadster (Kraftstoffverbrauch kombiniert 2,0 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert 14,5 kWh/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert 46 g/km). Noch in diesem Jahr beginnt die Produktion des BMW X3 xDrive30e. Im kommenden Jahr folgen die Plug-in-Hybrid-Varianten des BMW X1 und des BMW 3er Touring. Bis 2023 wird die BMW Group insgesamt 25 Modelle mit elektrifiziertem Antrieb im Angebot haben.

In Deutschland ist die BMW Group mit einem Anteil von fast 20 Prozent Marktführer im Segment der elektrifizierten Automobile. Im ersten Halbjahr 2019 konnte das Unternehmen auf seinem Heimatmarkt mehr als 10000 Fahrzeuge mit rein elektrischem oder Plug-in-Hybrid-Antrieb absetzen. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um rund 60 Prozent. In Deutschland, Europa und weltweit ist BMW außerdem Marktführer bei Plug-in-Hybriden. Der Grund dafür sind der frühe Markteinstieg schon 2014 und die breiteste Produktpalette im Wettbewerbsumfeld.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO_2-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 CO_2-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-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.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Cypselus von Frankenberg
Konzernkommunikation und Politik
Marken- und Lifestylekommunikation BMW
Telefon: +49-89-382-30641
E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Eckhard Wannieck
Leiter Produkt- und Markenkommunikation BMW
Telefon: +49-89-382-28042
E-Mail: Eckhard.Wannieck@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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw