

Presse-Information
27. August 2019

Farbenfroh und voller Fahrfreude: Die Launch-Kampagne für den neuen BMW 1er.

Zu seiner internationalen Markteinführung präsentiert sich das neue Modell für das Premium-Kompaktsegment in außergewöhnlich kurzweiligen TV- und Social-Media-Spots.

München. Eine frische Ästhetik, mitreißende Dynamik und viele spannende Details, die für Aufmerksamkeit sorgen: Ganz so wie der neue BMW 1er präsentiert sich auch die Launch-Kampagne, die zur weltweiten Markteinführung des Premium-Kompaktmodells gestartet wird. Die aufwendig produzierten Kurzfilme zeigen den neuen BMW 1er als aufregendstes Fahrzeug seiner Klasse, das außergewöhnliche Möglichkeiten bietet, die markentypische Fahrfreude zu erleben. Die Zuschauer begegnen dem sportlichen Fünftürer in einer kurzweiligen Inszenierung mit moderner Bildsprache und lebhaften Farben, die neben rasanten Kameranews und schnellen Schnitten auch skurrile Elemente zu bieten hat. Co-Star der Filme ist – neben dem neuen BMW 1er – ein Hahn, der spektakuläre Tricks auf einem Skateboard vollführt.

Mit seiner modernen Designsprache, einer Fahrwerkstechnik, die für ein Höchstmaß an Agilität sorgt, sowie mit innovativen Connectivity-Features wie dem BMW Intelligent Personal Assistant steht der neue BMW 1er für eine besonders fortschrittliche, auf junge Zielgruppen zugeschnittene Form der Fahrfreude. Dieser Charakter spiegelt sich nun auch in der Launch-Kampagne wider. „Mit dem Launch des BMW 1ers und der dazugehörigen Kampagne zeigen wir nicht nur, dass wir auch mit der dritten Auflage des Modells die Kompaktklasse beim Thema Fahrdynamik anführen, sondern setzen zusätzlich ein Statement in Sachen Design und Lifestyle“, so Michael Sommer, Leiter Markenkommunikation BMW.

Die Aufnahmen für die Kampagnenfilme entstanden im südafrikanischen Kapstadt. Gedreht wurde unter der Regie von Specter Berlin, der vor allem als Mitgründer des Labels Aggro Berlin eine feste Größe in der HipHop Szene ist. Bekannt wurde er auch mit Musikvideos für Marteria und andere HipHop-Künstler. Zuletzt machte er mit einem Video für die Band Rammstein auf sich aufmerksam. Darüber hinaus ist Specter Berlin bereits seit Jahren auch erfolgreich an Marketing-Kampagnen beteiligt. Die von ihm erzeugte Mischung aus klassischen Elementen der Produktkommunikation und moderner Videoclip-Ästhetik verschafft den Kampagnenfilmen für den neuen BMW 1er ihren besonderen Reiz.

Presse-Information

Datum

27. August 2019

Thema

Farbenfroh und voller Fahrfreude: Die Launch-Kampagne für den neuen BMW 1er.

Seite

2

Neben einem 30 Sekunden langen TV-Spot wurden verschiedene 15-sekündige Cutdowns sowie weitere Formate für den Einsatz auf Social-Media-Kanälen produziert. In allen Kommunikationsinstrumenten wird der farbenfrohe und lebhaft Charakter der Kampagne zum Ausdruck gebracht. Dank der Kraft der Bilder kommt die Kommunikation dabei ohne zusätzlichen Produktclaim aus. Der neue BMW 1er wird allein mit seinem Modellnamen präsentiert: als „THE 1“.

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.

Presse-Information

Datum

27. August 2019

Thema

Farbenfroh und voller Fahrfreude: Die Launch-Kampagne für den neuen BMW 1er.

Seite

3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**BMW Group**

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

Eckhard Wannieck, Leiter Produkt-, 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>