BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
22. November 2019

BMW Group Classic gewinnt den „German Design Award“ 2020 für ihre Kampagne „Our Brands. Our Stories.“.
Nach dem Erfolg beim „Automotive Brand Contest“ wird die Kampagne mit ihrem 360° Ansatz erneut ausgezeichnet – Historie der Marken BMW, BMW Motorrad, MINI und Rolls-Royce wird authentisch und emotionsstark in Szene gesetzt – Zweite Staffel der Youtube Filmreihe gestartet.

München. Wenige Wochen nach ihrem Erfolg beim „Automotive Brand Contest“ hat die BMW Group Classic für ihre Kommunikations-Kampagne „Our Brands. Our Stories.“ jetzt auch den „German Design Award“ 2020 gewonnen. Mit der renommierten Auszeichnung wird insbesondere der crossmediale Ansatz der internationalen Kampagne gewürdigt, die neben hochwertig produzierten Videoclips auch den Blog „classic#heart“, Plakat- und Anzeigenmotive sowie einen Online-Newsletter umfasst. Im Mittelpunkt von „Our Brands. Our Stories.“ stehen Besitzer sowie Fans der Marken BMW, BMW Motorrad, MINI und Rolls-Royce, die eine gemeinsame Leidenschaft für historische Automobile und Motorräder weltweit miteinander verbindet.

„Our Brands. Our Stories.“ wurde in Zusammenarbeit zwischen der BMW Group Classic ihrem langjährigen Partner, der Münchner Kreativagentur shot one brand communication entwickelt. Zentrales Merkmal der Kampagne ist die Kombination von authentischem Storytelling mit community-generierten Inhalten. Absender und Zielgruppe der Botschaften werden so zu einer interaktiven, stetig wachsenden Gemeinschaft. Ihre Geschichten machen auf unterhaltsame Weise deutlich, wie vielfältig sich die Begeisterung für klassische Automobile und Motorräder äußern kann. Gekennzeichnet sind die Portraits von den individuellen Erlebnissen der Protagonisten und von der emotionalen Bedeutung, die ihre Fahrzeuge – unabhängig von deren Alter, Art und Zustand – für sie haben.

Emotionsstarke YouTube-Filmreihe mit mehr als 10 Millionen Aufrufen.

In den auf dem YouTube-Kanal der BMW Group Classic veröffentlichten Filmen erzählen Klassiker-Fans aus aller Welt, was sie mit ihren historischen Fahrzeugen verbindet. Der US-amerikanische Automobil-Journalist Jason Cammisa berichtet von seiner schon in früher Kindheit entfachten Begeisterung für einen BMW 3er mit Reihensechszylinder-Motor. Vorgestellt werden außerdem unter anderem der Grieche Dimitris „Dee“ Fragkos, der beinahe im classic Mini seines Großvaters zur Welt gekommen wäre, und die spanische Motorrad-Expertin Beatriz Eguiraun, die sich mit einem Custom-

Bike auf der Basis einer BMW R 80 aus den 1980er-Jahren den Traum vom persönlich gestalteten Café Racer erfüllte.

Die bislang erschienenen Episoden der Serie „Our Brands. Our Stories.“ wurden auf YouTube bereits mehr als zehn Millionen mal aufgerufen. Fortgesetzt wird die Serie in den kommenden Wochen. Die zweite Staffel startet am 21. November mit dem Portrait eines türkischen Fans klassischer BMW M Modelle.

Die Serie „Our Passion. Our Adventures.“ fängt die Begeisterung für die Marken der BMW Group auf international bedeutenden Oldtimer-Events wie dem Concorso d’Eleganza Villa d’Este und dem Goodwood Festival of Speed ein.

Die Reihe „Work in Progress“ begleitet Persönlichkeiten und ihre ausgefallen Fahrzeug-Projekte mit der Kamera und zeigt die teils unerwartete Entwicklung über einen mehrmonatigen Zeitraum.

Weitere Elemente sind eine Plakat- und Anzeigen-Kampagne, in der Mitarbeiter der BMW Group Classic sowie Besitzer außergewöhnlicher historischer Fahrzeuge portraitiert werden. Auch sie erzählen darin von ihrer ganz persönlichen Verbindung zu klassischen Automobilen und Motorrädern. Diesen Geschichten widmet der Blog classic#heart eine eigene Rubrik.

Der wöchentlich erscheinende „Our Brands. Our Stories.“ Newsletter berichtet über Highlights aus der Fahrzeug-Geschichte, Aktivitäten und Angebote der BMW Group Classic sowie außergewöhnliche Begebenheiten und Neuigkeiten aus der Sammler- und Fan-Szene.

Alle Elemente der Kampagne werden über die BMW Group Classic eigenen Kanäle in den sozialen Medien kommuniziert und somit einer weiteren Zielgruppe zugänglich gemacht.

Anlässlich des 60-jährigen Bestehens der Marke MINI konnten Fans des britischen Kleinwagen-Originals Teil einer „Incredible Mini Tour“ werden und über verschiedene Social-Media-Kanäle ihre persönlichen Erlebnisse mit dem classic Mini teilen.

Zwei renommierte Auszeichnungen für herausragendes Kommunikationsdesign.

Mit ihrer hohen kommunikativen Wirksamkeit, dem 360°-Ansatz und der Vielfalt ihrer Formate konnte die Kampagne „Our Brands. Our Stories.“ jetzt auch die Jury des „German Design Awards“ 2020 überzeugen. Die Auszeichnung wird alljährlich vom Rat für Formgebung vergeben, um innovative Produkte und Projekte sowie ihre Gestalter und Hersteller zu würdigen. Der Rat für Formgebung wurde im Jahr 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestags als Stiftung gegründet. Mit seinen Aktivitäten unterstützt er Unternehmen in den Bereichen Kommunikation und Markenführung mit besonderem Fokus auf Designentwicklung.

Erst vor wenigen Wochen wurde die BMW Group Classic für ihre Kampagne „Our Brands. Our Stories.“ auch beim „Automotive Brand Contest“ 2019 ausgezeichnet. Der internationale Designwettbewerb für Automobilmarken wurde ins Leben gerufen, um Aufmerksamkeit für herausragendes Produkt- und Kommunikationsdesign zu wecken. Prämiert werden Projekte und Initiativen, die dazu beitragen, eine Marke ganzheitlich und konsistent über verschiedene Medien und Produkte hinweg zu inszenieren. Genau diese Aufgabe wird nach Auffassung der Jury mit der Kampagne der BMW Group Classic in hervorragender Weise erfüllt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Benjamin Voß
BMW Group Classic, Marketing und PR
Telefon: +49-89-382-16362
mailto: Benjamin.Voss@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Stefan Behr
Leiter Marketing und PR BMW Group Classic
Phone: +49-89-382-51376
mailto: Stefan.Behr@bmw.de
Internet: www.press.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 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 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
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmw