



Presse-Information
10. September 2020

Neue Agenturen für europaweite Marketingaktivitäten der Marken BMW und MINI.

- **Maßgeschneiderte und zeitgemäße Kundenansprache dank Performance Marketing und Digitalisierung des Vertriebs.**
- **Neu geschaffene Agenturkonstellation nimmt im dritten Quartal ihre Arbeit auf.**

München. Die BMW Group stellt die europaweiten Marketingaktivitäten für ihre Marken BMW und MINI neu auf. Die im Februar 2020 vom BMW Marketing und Einkauf gestartete Ausschreibung spiegelt dabei die konsequente Transformation des Vertriebs und Marketings der BMW Group hin zu einer datengetriebenen und kundenzentrierten Organisation wider. Mit einer inhaltlichen Konsolidierung sowie Zentralisierung der europäischen Agentur- und Partnerlandschaft wird bei der BMW Group im Marketing eine hocheffiziente Höchstleistungsmaschine aufgebaut, die sowohl für die Marke BMW als auch für MINI eine individualisierte und moderne Kundenansprache über alle Touchpoints hinweg unterstützt. Somit können die Wünsche und Bedürfnisse der KundInnen und InteressentInnen zukünftig noch besser antizipiert werden mit dem Ziel, individuell relevante und kontextbezogene Informationen zu dem jeweils richtigen Zeitpunkt entlang der Customer Journey anzubieten. Die Qualität des Kundenerlebnisses sowie die Orientierung innerhalb des gesamten Marken-Ökosystems werden dadurch spürbar intensiviert. Im Fokus stehen hierbei modernste Kundendatenanalytik, hochautomatisierte Produktion von Kommunikationsmitteln und deren Ausspielung, digitale Medien sowie eine starke E-Commerce-Unterstützung. Dabei lautet das Ziel, den Input des Marketings auf den Fahrzeugvertrieb, Aftersales-Services sowie die digitalen Dienste zu steigern und Effizienzen zu heben.

„Unsere Entscheidung für ‚THE ENGINE‘ als unsere neue europaweite Agenturkonstellation ist ein klares Signal für unseren Anspruch, das beste Premium-Kundenerlebnis der Automobilwirtschaft zu bieten“, erklärt Pieter Nota, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb. „Wir bauen damit konsequent unsere Kompetenz in der Digitalisierung der Kunden-, Marken und Vertriebsprozesse aus und investieren somit in die Zukunft unseres Kundenversprechens „Freude“. Ich bedanke mich bei allen Pitch-Teilnehmern, die allesamt professionelle Präsentationen mit viel Herzblut abgegeben haben.“

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-56097

Internet
www.bmwgroup.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 10. September 2020

Thema Neue Agenturen für europaweite Marketingaktivitäten der Marken BMW und MINI.

Seite 2

Übergreifendes Agentur-Betriebssystem für alle 26 Märkte Europas.

„Hierfür werden die klassischen, aber jetzt auf Hightech-Format zu bringenden Marketing-Disziplinen – Strategie, Kreation und Produktion – vollintegriert ergänzt um alle relevanten Aspekte der Customer Journey. Konkret sind das alle Aufgaben aus den Bereichen des datengetriebenen Performance Marketings und der Analytik, der Marketing-Automatisierung, der Programmatic Media sowie der Unterstützung bei Customer Relationship Management“, so Jens Thiemer, Senior Vice President Kunde & Marke BMW. „Zudem bündeln wir die Verantwortungen im Bereich Web Operations & E-Commerce in unserem neuen Agentur-Betriebssystem.“ Dieses wird länderübergreifend alle 26 Märkte in ganz Europa inklusive Deutschland betreuen.

Hochleistungs-Marketingmaschine ohne Reibungsverluste.

Die zukünftige Einheit trägt den Projektnamen „THE ENGINE“ und ist eine neu geformte, partnerschaftliche Konstellation aus MediaMonks, Serviceplan Group und Berylls Strategy Advisors. Das Herzstück dieser neuen Konstellation bildet die niederländische Agentur MediaMonks mit ihren hochautomatisierten und datenbasierten Kurations- sowie Produktionsfähigkeiten. Die Serviceplan Group übernimmt die technologischen und datengetriebenen Komponenten sowie die Betreuung der lokalen Schnittstellen im Sinne einer Marketing-as-a-Service-Verantwortung. Berylls Strategy Advisors zeichnet für die Themen Transformation und Onboarding der Märkte verantwortlich. „„THE ENGINE“ gibt der BMW Group die Möglichkeit, nicht nur Effizienzen und Synergien sicherzustellen, sondern gleichzeitig auch Innovation, Flexibilität und Qualität auf ein höheres Niveau zu bringen“, sagt Ralf Hattler, Senior Vice President Indirekter Einkauf. Auf lokaler Ebene werden sogenannte „Local Service Hubs“ als direkte Ansprechpartner für die BMW Group Landesgesellschaften vor Ort installiert. „THE ENGINE“ agiert komplementär zu den international bereits bestehenden Agenturhubs für China und die USA. Die neue Agentureinheit wird bereits im dritten Quartal dieses Jahres ihre Arbeit aufnehmen und zuerst mit der Betreuung der zwei großen Ländergesellschaften Deutschland und Frankreich starten.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 10. September 2020

Thema Neue Agenturen für europaweite Marketingaktivitäten der Marken BMW und MINI.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Christophe Koenig
Digital Innovations Communication
BMW Group Design, Innovations and Motorsports Communications
Tel: +49-89-382-56097
E-Mail: christophe.koenig@bmw.de

Eckhard Wannieck
Head of Corporate and Culture Communications
BMW Group
Tel: +49-89-382-24544
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 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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-group/>