



Presse-Information  
17. Dezember 2020

## **YouTube zeichnet BMW mit dem „Golden Button Award“ aus.**

**Mehr als eine Million Abonnenten nutzen das abwechslungsreiche Video-Angebot des Premium-Automobilherstellers – Erneuter Zuwachs durch attraktive Online-Präsentation der #NEXTGen 2020.**

**München.** Auf der Straße ist BMW der Inbegriff für Fahrfreude, im weltweiten Netz sorgen die Beiträge des Münchner Premium-Automobilherstellers für jede Menge Likes. Die Social-Media-Kanäle der Marke BMW erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Eine bedeutende Stufe auf der Popularitäts-Skala hat jetzt die YouTube-Präsenz von BMW genommen. Mittlerweile verfolgen mehr als eine Million Abonnenten regelmäßig die Bewegtbild-Beiträge der weiß-blauen Marke. Für diesen Erfolg beim ebenso auto- wie online-affinen Publikum wurde das Marketing-Team von BMW jetzt von YouTube mit dem „Golden Button Award“ ausgezeichnet.

Als Schnittstelle für die Kommunikation mit Kunden und Fans der Marke nimmt YouTube einen bedeutenden Stellenwert ein. Das wird auch anhand der jüngsten von der Video-Plattform erhobenen Kennzahlen deutlich. Die Zahl der Abonnenten ist inzwischen sogar schon auf 1,14 Millionen gewachsen. Weltweit kamen die von BMW hochgeladenen Filmbeiträge bislang auf insgesamt rund 333 Millionen Aufrufe. Dabei verbrachten die Nutzer rund 6,5 Millionen Stunden mit dem Betrachten von Videos auf dem YouTube-Kanal von BMW. Bemerkenswert lebhaft fällt auch das Echo der Zuschauer aus: Alle 57 Sekunden äußert sich ein Nutzer durch das Liken, Teilen oder Kommentieren eines BMW Videos.

Für die Experten der zum Suchmaschinen-Betreiber Google gehörenden Video-Plattform ist BMW damit einmal mehr „the hottest Auto Brand on YouTube“. Sie hoben besonders die im Rahmen des Präsentationsforums #NEXTGen 2020 geposteten Filmbeiträge hervor. Die unterhaltsame Mischung aus Diskussionsrunden, Dokumentationen und Neuvorstellungen von Modellen und Fahrzeugkonzepten habe die Innovationsfreude und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens klar zum Ausdruck gebracht.

Mit dem attraktiven Programm zur #NEXTGen 2020 konnte der YouTube-Kanal von BMW die Zahl seiner Fans endgültig über die Marke von einer Million

**Firma**  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

**Postanschrift**  
BMW AG  
80788 München

**Telefon**  
+49-89-382-30641

**Internet**  
www.bmwgroup.com

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 17. Dezember 2020

Thema YouTube zeichnet BMW mit dem „Golden Button Award“ aus.

Seite 2

befördern. Darüber hinaus werden dort jedoch auch mit aktuellen News, spannenden Insider-Stories und aufwendig inszenierten Filmbeiträgen Anreize für ein regelmäßiges „Reinklicken“ gesetzt. Die Präsentation neuer Modelle wechselt sich mit Portraits und Ausblicken auf zukünftige Technologien ab. In der Reihe „How To“ werden sowohl neue als auch weniger bekannte Funktionen an aktuellen BMW Modellen erläutert. Hinzu kommen immer wieder amüsante Betrachtungen aus der Welt der Fahrfreude. Den größten Publikumszuspruch fand bislang der im vorigen Jahr veröffentlichte Kurzfilm „The Small Escape“, der im geteilten Berlin der 1960er-Jahre spielt. Die in hochwertig produzierten Bildern erzählte Geschichte einer Flucht in einer BMW Isetta über die innerdeutsche Grenze wurde bisher mehr als 23 Millionen Mal angeschaut.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite 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 Spannweiten 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<sub>2</sub>-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-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.

### **Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, Produktkommunikation BMW Automobile

Telefon: +49-89-382- 30641

E-Mail: [Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de](mailto:Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de)

Ingo Wirth, Leiter Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382- 25814

E-Mail: [Ingo.Wirth@bmwgroup.com](mailto:Ingo.Wirth@bmwgroup.com)

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum 17. Dezember 2020

Thema YouTube zeichnet BMW mit dem „Golden Button Award“ aus.

Seite 3

### **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](http://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/>