

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

11. Februar 2022

ANIMATE YOUR MINI WORLD: Internationale BIG LOVE Launchkampagne für die neuen MINI Editionsmodelle.



Eine innovative und zu 100 Prozent digitale Kommunikation präsentiert die individuellen Fahrzeug-Charaktere in einer jeweils eigenen virtuellen Welt. Mit visuellem Content in einem komplett neuen Erscheinungsbild feiert MINI die Begeisterung für Fahrspaß auf allen Kanälen.

P90450514

München. Im Frühjahr 2022 kommen die neuen MINI Editionsmodelle in die Showrooms. Erstmals gehen alle aktuellen Modelle des britischen Premium-Automobilherstellers zeitgleich in einer jeweils spezifischen Sonderedition an den Start. Begleitet wird ihre Markteinführung von einer ebenfalls neuartigen Form der Kommunikation. Die internationale Launchkampagne unter dem Claim BIG LOVE präsentiert den MINI 3-Türer mit der vollelektrischen Variante MINI Cooper SE

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-38072

Internet
www.bmwgroup.com

Presse Information

Datum 11. Februar 2021

Thema ANIMATE YOUR MINI WORLD: Internationale BIG LOVE Launchkampagne für die neuen MINI Editionsmodelle.

Seite 2

(Stromverbrauch kombiniert: 17,6 – 15,2 kWh/100 km gemäß WLTP; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km) als Highlight, den MINI 5-Türer und das MINI Cabrio in der Resolute Edition sowie den MINI Clubman in der Untold Edition und den MINI Countryman in der Untamed Edition als individuelle Fahrzeug-Charaktere in einer jeweils eigenen virtuellen Welt. Ihre Auftritte werden überraschend und eindrucksvoll inszeniert, zu 100 Prozent digital und mithilfe modernster Full CGI (Computer Generated Imagery) Animationstechnik.

In einem integrierten Ansatz bespielt die Kampagne sämtliche Kommunikationskanäle der Marke MINI entlang der Customer Journey. Die Vielzahl der zielgerichtet am Sales Funnel ausgerichteten visuellen Content-Formate erzeugt dabei ein komplett neues Erscheinungsbild: von AR-Animationen über Stories und Reels bis hin zu verschiedenen Formaten von Online Ads spielt MINI den Content passgenau für das digitalaffine Publikum aus. Der innovative Ansatz der BIG LOVE Launchkampagne ermöglicht MINI eine noch kundenspezifischere Ansprache der Zielgruppen in den Märkten im Einklang mit lokal relevanten Prioritäten.

„Die Kampagne für die neuen MINI Editionen ist unser erstes globales Großprojekt aus den Händen von The Marcom Engine, dem neuen europäischen Agenturmodell der BMW Group. Es ist die erste vollständige CGI-Produktion, die Fun, Style und das Thema BIG LOVE widerspiegelt, indem sie die Persönlichkeiten dieser einzigartigen Fahrzeuge zeigt“, sagt Sebastian Beuchel, Head of MINI Global Brand Management. „In Zusammenarbeit mit Anomaly London bei der kreativen Konzeption und The Marcom Engine einschließlich Man vs Machine mit ihrer CGI-Expertise für Produktion und Bereitstellung wollten wir eine wirklich mutige, digital ausgerichtete Kommunikation schaffen, die bei all unseren verschiedenen Zielgruppen ankommt, ganz gleich, in welcher Stufe des Kaufprozesses sie sich befinden.“

Presse Information

Datum 11. Februar 2021

Thema ANIMATE YOUR MINI WORLD: Internationale BIG LOVE Launchkampagne für die neuen MINI Editionsmodelle.

Seite 3

Die zentralen Bausteine der Kampagne sind computergenerierte Bilder und virtuelle Animationsfilme. Mithilfe von 3D-Computergrafik werden Bilder und Filme kreiert, die detailgetreu dargestellte Fahrzeuge in einer Umgebung zeigen, die die Grenzen der Wirklichkeit überwindet.

Die MINI Editionsmodelle spielen dabei stets die Hauptrolle in den animierten Kurzfilmen. Jedes Modell wird in seiner eigenen lebendigen Animationswelt inszeniert und erlebbar gemacht. Die Protagonisten der Filme präsentieren sich mit ihren exklusiven Design- und Ausstattungsumfängen und zeigen MINI typisches Gokart Feeling mit modernsten Visual Effects – ohne jemals eine echte Straße zu befahren.

„Für die neuen MINI Editionen erschaffen wir mit unserer Kampagne eine virtuelle Welt jenseits der alltäglichen Realität, in der ihr einzigartiger Charakter klar im Mittelpunkt steht. Sie ist vollständig animiert und im unverwechselbaren Stil von MINI gestaltet“, sagt Anita Skocic, Head of Global Marketing Campaigns. „Dabei nutzen wir besonders fortschrittliche CGI-Technologie, um die Grenzen herkömmlicher Darstellungsformen zu überwinden und dem Publikum das einzigartige MINI Feeling zu vermitteln.“

Im Rahmen der Kampagne eröffnet MINI außerdem einen Online-Showroom, in dem sich Fans der Marke mithilfe von Fotos, Videos und 360-Grad-Ansichten interaktiv über die neuen Editionsmodelle informieren können. Dort lassen sich die neuen Fahrzeuge auf einem digitalen Turntable aus allen möglichen Perspektiven und sowohl als Gesamtbild im Weitwinkel als auch über Nahaufnahmen, die alle Details erkennbar machen, ansehen. Der Showroom für die neuen MINI Editionsmodelle geht unter www.MINI.com und in den jeweiligen Landeswebsites online. Die Kampagne steht darüber hinaus ebenso für alle MINI Vertragshändler und Niederlassungen zum Einsatz zur Verfügung.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 11. Februar 2021

Thema ANIMATE YOUR MINI WORLD: Internationale BIG LOVE Launchkampagne für die neuen MINI Editionsmodelle.

Seite 4

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Sie beziehen sich auf Fahrzeuge auf dem Automobilmarkt in Deutschland. Bei Spannbreiten berücksichtigen die Angaben im NEFZ Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße, im WLTP die Auswirkungen jeglicher Sonderausstattung.

Alle Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. Aufgeführte NEFZ-Werte wurden gegebenenfalls auf das NEFZ-Messverfahren zurückgerechnet. Für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, sowie gegebenenfalls für die Zwecke von fahrzeugspezifischen Förderungen werden WLTP-Werte zugrunde gelegt. Weitere Informationen zu den Messverfahren WLTP und NEFZ sind auch unter www.bmw.de/wltp zu finden.

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-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Julian Kisch, Pressesprecher Produktkommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-38072
E-Mail: julian.kisch@mini.com

Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-23662
E-Mail: andreas.lampka@mini.com

Jennifer Treiber-Ruckenbrod, Leitung Kommunikation MINI und BMW Motorrad
Telefon: +49-89-382-35108
E-Mail: jennifer.ruckenbrod@bmwgroup.com

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 11. Februar 2021

Thema ANIMATE YOUR MINI WORLD: Internationale BIG LOVE Launchkampagne für die neuen MINI Editionsmodelle.

Seite 5

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 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup.com/deutschland

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

YouTube: <https://www.youtube.com/MINI>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/mini.news>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>