



Presse-Information
09. September 2024

Die Seele von BMW: BMW launcht internationale Multi-Channel-Kampagne für lokal emissionsfreie Premium-Mobilität.

+++ Globale Awareness-Kampagne interpretiert klassische Markenwerte im Zeichen der Elektromobilität +++ Hero-Film zum Charthit „Beautiful Things“ und zahlreiche multimediale Inhalte präsentieren facettenreiches E-Mobility-Portfolio der Marke +++ BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 und BMW iX im Fokus der Branding-Aktivitäten +++

München. In einer aufwendig orchestrierten Markenkampagne präsentiert der bayerische Premium-Automobilhersteller BMW sein breitgefächertes Angebot an vollelektrischen Fahrzeugen, das inzwischen die Modelle BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 und BMW iX umfasst. Dabei legt die kanalübergreifende Kampagne den Kommunikationsschwerpunkt auf Werte, die seit jeher mit der Marke BMW verbunden sind: einzigartige Dynamik, innovative Technologien, unverwechselbares Design und souveräner Fahrkomfort.

Die globale Kampagne, die in erster Linie auf Bewegtbildformate setzt, wurde rund um einen 30-sekündigen TV-Spot lanciert, der auch auf den markeneigenen Social-Media-Kanälen – insbesondere YouTube und Instagram – sowie in den verschiedenen Märkten mit Paid-Media-Unterstützung verlängert wird. Der Spot lädt dazu ein, die „Seele“ und den Charakter von BMW auf einer furiosen Reise durch die Geschichte der Marke zu entdecken. Von Siegen im Motorsport über die unverwechselbare Designsprache und -kompetenz der Marke sowie die traditionelle Innovationskraft bis hin zur konsequenten Transformation zur Elektromobilität. Seit jeher ist die sprichwörtliche Freude am Fahren mit BMW verbunden – in diesem Spot wird sie in den vollelektrischen Modellen erlebbar.

Der Markenspot wird durch den Charthit „Beautiful Things“ des US-amerikanischen Sängers Benson Boone weiter emotionalisiert. Allein auf Spotify zählt der Hit über 1,3 Milliarden Streams und ist auch auf der Social-Media-Plattform TikTok seit Monaten ein „trending sound“.

Flankiert wird der emotionsgeladene Hero-Film von einer ganzen Reihe weiterer Assets. So wurden unter anderem fünf Reels produziert, die die Kernkompetenzen der Marke – Performance, Heritage, Innovation, Motorsport und Community – in den Fokus rücken. Zusätzliche Reels, die inspirierende Social-Media-Geschichten



Presse-Information

Datum 09. September 2024

Thema „Die Seele von BMW – 100 Prozent elektrisch“: BMW launcht internationale Multi-Channel-Kampagne für lokal emissionsfreie Premium-Mobilität.

Seite 2

rund um die verschiedenen vollelektrischen Modelle erzählen, vervollständigen die Multi-Channel-Kampagne.

„Mit dieser emotionalen Kampagne feiern wir die unverwechselbare Seele unserer Marke, die uns seit jeher prägt und die wir in unsere vollelektrischen BMW Fahrzeuge übertragen haben“, sagt Bernd Körber, Senior Vice President BMW Markenführung und Produktmanagement. „Denn die wahre Essenz von BMW sind unsere Kunden, die die pure Freude am Fahren in jedem unserer Modelle erleben.“

Neben den Video-Inhalten setzen knapp 40 Foto-Assets die vollelektrischen Modelle zu verschiedenen Tageszeiten und an unterschiedlichen Orten in einer natürlichen Umgebung spektakulär in Szene. Durch den Einsatz von stimmungsvollem Licht, das die Motive in warmen Farben und leicht überzeichneten Kontrasten darstellt, wirkt die Bildsprache ganz besonders nahbar. Die exklusiven Features der einzelnen Modelle wie etwa die Two-Tone Lackierung des BMW i7 werden realitätsgetreu abgebildet. Neben zahlreichen Einzelmotiven, die die pure Freude am elektrischen Fahren verdeutlichen, macht eine Handvoll Pack Shots der Modelle BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3, BMW iX in den verschiedensten Konstellationen deutlich, wie vielfältig die Auswahl der von BMW in allen relevanten Segmenten angebotenen Fahrzeuge ist.

<https://youtu.be/-8UPg6hyDBg>

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

Alexandra Landers, Leiterin Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-30871

E-Mail: Alexandra.Landers@bmw.de

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 09. September 2024

Thema „Die Seele von BMW – 100 Prozent elektrisch“: BMW launcht internationale Multi-Channel-Kampagne für lokal emissionsfreie Premium-Mobilität.

Seite 3

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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2023 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von über 2,55 Mio. Automobilen und über 209.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 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

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

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

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>