



Presse-Information
26. September 2012

„NOT NORMAL“ – Start der neuen MINI Markenkampagne

Crossmediale Kampagne transportiert Individualität, Unkonventionalität, Kreativität und Energie

München. Unter dem Claim „NOT NORMAL“ startet ab heute die neue MINI Markenkampagne. Die weltweite Kampagne vermittelt das individuelle und energiegeladene Lebensgefühl der Marke. „NOT NORMAL“ stellt den starken und eigenständigen Charakter von MINI in den Mittelpunkt – MINI zu fahren bedeutet zugleich, seinem eigenen Lebensstil Ausdruck zu verleihen.

„Markenstärke ist seit jeher einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren von MINI. Eine kontinuierliche Entwicklung unserer einzigartigen Marke ist die Basis für weiteres Wachstum in relevanten Kundensegmenten und steht im Zentrum unserer Kommunikationsaktivitäten“, erklärt Ralf Schepull, Leiter MINI Markenkommunikation zum Hintergrund der integrierten Kampagne.

In der Kampagne werden emotional aufgeladene Bilder der MINI Markenwelt und verschiedener MINI Modelle, mit dem Slogan „NOT NORMAL“ verbunden und weltweit über alle Kommunikationskanäle geschaltet. Dabei werden sowohl klassische Medien wie Print, Film und Außenwerbung, speziell aber auch die digitalen Medien berücksichtigt. „Wie keine andere Marke in der Automobilindustrie steht MINI für eine starke emotionale und persönliche Bindung zwischen Fahrer, Fahrzeug und Marke“, erläutert Philipp Thomssen, Leiter Kommunikationsstrategie, Werbung und Community Marketing MINI, den Hintergrund der Kampagne. „Diese Verbindung basiert auf einer gemeinsamen Haltung: MINI ist seit jeher der Rebell unter den Automobilen und steht für eine außergewöhnlich emotionale Marke und individuelle Produkte. Dieser Ausdruck von Individualität und Unkonventionalität macht den Reiz für zahlreiche MINI Enthusiasten aus. Genau diese Haltung transportiert die Kampagnenidee und der Claim ‚NOT NORMAL‘.“

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 26. September 2012
Thema „NOT NORMAL“ – Start der neuen MINI Markenkampagne
Seite 2

Startschuss der Markenkampagne ist der Online-Film „NOT NORMAL“, der graue Alltäglichkeit und bunte Individualität in Kontrast zueinander stellt und auf authentische und energetische Weise das MINI Lebensgefühl vermittelt. Teil der klassischen Kommunikation ist der TV-Spot „Bär“. Im typischen MINI Stil erzählt der Spot eine kurze & humorvolle Geschichte mit einem Bären in der Hauptrolle. NOT NORMAL und „like a friend“ zugleich. Die Printkampagne nutzt in unterschiedlichen Motiven die MINI Marken- und Produktwelt um emotionale, unkonventionelle und humorvolle „NOT NORMAL“ Geschichten zu erzählen. Ein einheitlicher Look & Feel in der Bildsprache wurde über alle Motive hinweg geschaffen. Neben den klassischen Kommunikationskanälen wird die Kampagne auch Online stattfinden - insbesondere im Bereich Social Media. Dort werden die User /die Community buchstäblich in die Bildwelt des Online-Films und der Printmotive eingebunden und werden selbst Teil von MINI.

Produziert wurde die Markenkampagne unter anderem in Zusammenarbeit mit Regisseur Ralf Schmerberg. Aufgrund seiner authentischen und intuitiven Art und Weise Filme zu drehen, fiel die Wahl auf den Berliner Künstler und Regisseur. Passend zum MINI Spirit wurde im echten Umfeld gedreht und internationale Künstler für den Dreh nach Berlin eingeladen.

Zu sehen ist der Film unter: http://www.youtube.com/watch?v=6R_D4V-Ns3Y

Für Kreation und Umsetzung der Kampagne zeichnet die Agentur Butler, Shine, Stern & Partners, aus San Francisco verantwortlich.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martina Napoleone, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing
Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418, martina.napoleone@bmw.de

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418, alexander.bilgeri@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de
e-mail: presse@bmw.de



Presse-Information
Datum 26. September 2012
Thema „NOT NORMAL“ – Start der neuen MINI Markenkampagne
Seite 3

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com

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

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

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