

Presse-Information
23. Oktober 2013

Neue Kampagne für BMW ConnectedDrive

BMW ConnectedDrive noch einfacher und kundenorientierter

München. Unter dem Claim „So connected, you're free“ startet BMW eine neue Kampagne zu BMW ConnectedDrive. Die Kampagne läuft weltweit auf Print-, Online- und TV-Kanälen.

Die globale Kommunikationskampagne zeigt BMW als einen der weltweit führenden Anbieter von onlinebasierten Diensten im Automobil und betont die Innovationskraft der Marke. Die Kampagne vermittelt die einfache und kundenorientierte Handhabung der innovativen Dienste und Features. Gleichzeitig wird der Mehrwert der BMW ConnectedDrive Funktionen erklärt - Komfort, Sicherheit, Unterhaltung und Flexibilität.

Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketing Services BMW Group: „In der neuen Kampagne stellen wir unsere Kunden noch mehr in den Mittelpunkt. In kurzen unterhaltsamen Geschichten erfährt der Kunde, welchen Nutzen er von zahlreichen Diensten von BMW ConnectedDrive hat und wie diese funktionieren. Damit wird das Thema Vernetzung im Automobil für den Kunden erlebbar und verständlich.“

Bildsprache

Die **Printkampagne** besteht aus rund 40 Motiven, die jeweils eine Funktion von BMW ConnectedDrive bebildern – sei es die Real Time Traffic Information, die Remote Services, der Intelligente Notruf oder das BMW Head-Up Display. Im Fokus der Anzeigen und Printplakate steht der Mehrwert der Features für die Kunden. Die Bildsprache der neuen Kampagne ist unkompliziert und emotional. In allen Kommunikationskanälen wird eine eigens entwickelte Bildmechanik verwendet: Das Motiv ist aufgeteilt wie die Displayanzeige im Fahrzeug – in der linken Motivhälfte wird die jeweilige Funktion abgebildet, in der rechten Bildhälfte ein Motiv, welches eine Geschichte dazu erzählt. Eine prägnante Überschrift unterstreicht den Mehrwert der Funktion.

Kurzfilme/TVC

Auch die neuen **Kurzfilme** präsentieren auf eine humorvolle und unkonventionelle Art den Nutzen wichtigster BMW ConnectedDrive Services & Apps. So werden etwa der Concierge Service, Online Entertainment oder die Remote Services in kurzen Geschichten inszeniert, die jeweils ein überraschendes Ende haben. Zu sehen sind die Spots auf BMW TV, YouTube sowie auf der neuen BMW ConnectedDrive Website unter dem Navigationspunkt „Videogalerie“.

Neben einem **Imagefilm** werden zudem vier 30-sekündige **TV-Spots** umgesetzt, die die Kernbotschaft der Kampagne „So connected, you're free“ in emotionalen

Presse-Information

Datum 23. Oktober 2013

Thema Neue Kampagne für BMW ConnectedDrive

Seite 2

Bildern aufzeigen. In den TVC Spots werden BMW ConnectedDrive Dienste ebenfalls in kurzen Geschichten inszeniert. Dabei liegt der Fokus auf den Konnektivitätsbasierten Diensten wie Real Time Traffic Information, Internet mit Google Voice Search, Online Entertainment und Concierge Services.

Darüber hinaus wurden knapp 20 kurze Animationsfilme produziert, welche die einzelnen Dienste und Funktionen einfach und verständlich für den Kunden erklären. Diese „**funktionalen Filme**“ sind auf der Website zu finden und werden auch zukünftig am PoS bei den BMW Händlern zu sehen sein.

Neue Website

Zum Kampagnenstart geht ebenfalls die neugestaltete Website unter www.bmw.com/connecteddrive online. Der neue Web-Auftritt ist übersichtlich gegliedert und spiegelt die überarbeitete Struktur von BMW ConnectedDrive wider, die auf zwei Säulen basiert: BMW ConnectedDrive Services & Apps und BMW ConnectedDrive Fahrerassistenzsysteme. Die BMW i ConnectedDrive Services sind unter einem eigenen Navigationspunkt zusammengefasst. Dabei ergänzen eine Videogalerie und eine Verlinkung zum neuen „My BMW ConnectedDrive“-Kundenportal die übersichtliche Navigation der Website.

Agenturlandschaft:

Lead-Agentur Kreativkonzept: Kirshenbaum, NY

Imagefilm, Artwork und TVC Kreativkonzept: Kirshenbaum, NY

Imagefilm, Artwork und TVC Produktion: Picture Farm, NY

Funktionale Filme Kreativkonzept: Kirshenbaum, NY

Funktionale Filme Produktion: Sehsucht, Hamburg

Website: Interone Hamburg

Online Kundenportal: Interone München

Digital Shorts Kreativkonzept: Interone München, kbs+

Digital Shorts Produktion: Agentur Hochkant, München

Print Umsetzung: Hirschfänger, München

Link zur BMW ConnectedDrive Website: www.bmw.com/connecteddriveLink zu Digital Shorts: www.bmw.com/connecteddrive-clips

Presse-Information

Datum 23. Oktober 2013

Thema Neue Kampagne für BMW ConnectedDrive

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Daria Gotto-Nikitina, Pressesprecherin Marketing und BMW Welt

Phone: +49-89-382-60340

mailto: Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation

Phone: +49 89 382-24544

mailto: Alexander.Bilger@bmw.de

Internet: www.press.bmw.deE-Mail: presse@bmw.de**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagewerke in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>