



Presse-Information
18. Juni 2009

JOY IS BMW.

FREUDE ist das zentrale Thema der neuen Markenkommunikation von BMW – die Aufaktkampagne startet am 20. Juni 2009

München. „Freude“ ist der Markenkern der Marke BMW – und „FREUDE“ ist



auch der Kern der neuen globalen Markenkommunikation. FREUDE wird in allen seinen Ausprägungen noch konsequenter als bisher in den Mittelpunkt der weltweiten Marketingkommunikation gerückt: Freude am Design, Freude am Leben, am Fortschritt, am Schönen, an

Gefühlen und natürlich auch die Freude am Fahren – bei mehr Dynamik und weniger Verbrauch.

Die neue Markenkommunikation fokussiert über das Thema Freude zwei Schwerpunkte: die effiziente Dynamik und das ästhetische Design der Fahrzeuge der Marke BMW.

FREUDE IST UND. NICHT ODER.

BMW erhält die Freude am Fahren durch die einzigartige und kompromisslose Kombination von Effizienz und Dynamik dank „BMW EfficientDynamics“.

Efficient Dynamics steht für die Ausstattung der Fahrzeuge mit innovativen, kraftstoffsparenden Technologien – bei gleichzeitig gesteigerter Fahrfreude. In der Kampagne werden Sportlichkeit und Dynamik von BMW Fahrzeugen mit ihrer herausragenden Effizienz verbunden. Effizienz und Dynamik sind bei BMW keine Gegensätze, dieser Zielkonflikt wird ohne Kompromisse aufgelöst.



Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
089-382-61611

Internet
www.bmwgroup.com

FREUDE IST UNENDLICH SCHÖN.

Design ist weltweit der wichtigste Treiber für Markenstärke und die Kaufentscheidung. Design wird daher weltweit noch stärker in den Vordergrund der Kommunikation gerückt.



FREUDE IST BMW.

Die Marke BMW erhält nicht nur die Freude am Fahren, sie garantiert auch Freude über das Fahren hinaus. Der Markenkern „Freude“ bildet das emotionale Fundament für die Umsetzung und Tonalität der gesamten BMW Kommunikation.

„JOY IS BMW“: die Emotion wird in den Vordergrund gestellt. Beispiele für Claims in der deutschen Adaption der weltweiten Kampagne sind: „FREUDE IST JUNG“, „FREUDE NIMMT WENIG UND GIBT VIEL“, „FREUDE LIEGT IN DER LUFT“, „FREUDE IST NICHT BEWEGUNG. SONDERN BEWEGEND“, „FREUDE IST UND. NICHT ODER“, „FREUDE IST BMW“.

Effektiver und effizienter

Mit der Fokussierung der Markenkommunikation trägt BMW der Medienexplosion, dem geänderten Medienverhalten und der zunehmenden Heterogenität der Lebenswelten der BMW Zielgruppen Rechnung. Die weltweit einheitliche und auf die Schwerpunkte Efficient Dynamics und Design fokussierte Kommunikation verstärkt die langjährige erfolgreiche Positionierung der Marke und erhöht die Nachhaltigkeit der Kernbotschaften. Die Abstimmung und Steuerung der Markenkommunikation finden weiterhin im sogenannten „International Powerhouse“ statt, dem internationalen BMW Werbegremium, bestehend aus den Marketingleitern der sechs größten Absatzmärkte sowie den entsprechenden Regionenvertretern. Die Kommunikationsmittel werden noch stärker zentral produziert und den Märkten zur lokalen Adaption zur Verfügung gestellt.

Presse-Information
Datum 18. Juni 2009
Thema **JOY IS BMW**
Seite 3

Auftaktkampagne

Die neue Kampagne startet am 20. Juni in Deutschland mit einem 60-sekündigen TV-Spot, der in Folge auch in kürzeren Adaptionen zu sehen sein wird, und mit Printanzeigen und Online Kommunikationsmaßnahmen in einer breit aufgestellten Anzahl von Medien.

Agentur

Verantwortlich für Kreation und Umsetzung der Markenkampagne „FREUDE“ ist die Agentur GSD&M Idea City, Texas.

Bildmaterial und den TV Spot finden Sie im BMW PressClub (www.press.bmwgroup.com) und unter www.bmw.de/Freude (ab 19. Juni 09).

Micaela Sandstede, Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Telefon: 089-382-61611, Fax: 089-382-24418

Markus Sagemann, Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Telefon: 089-382-23362, Fax: 089-382-24418

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-mail: presse@bmw.de