



Neue Horizonte für den Luxus im Auto

Neue Horizonte für den Luxus im Auto
Die BMW Group stellte am 10. Juni 2015 der Weltöffentlichkeit ihr neues Flaggschiff in der BMW Welt in München vor: die nächste Generation der BMW 7er Reihe. Die Luxuslimousine BMW 7er definiert neue Maßstäbe in den Bereichen Leichtbau, Fahrdynamik, Komfort, intelligente Vernetzung und Bedienung. Und darüber hinaus eröffnet der neue BMW 7er neue Horizonte in seiner Fahrzeugklasse. Die Attribute der High-end-Limousinen wie Luxus, Komfort und Status werden im neuen BMW 7er erweitert um weitere Kategorien, die dem Kunden entscheidenden Mehrwert bringen: mehr Innenraumambiente, mehr individuelles Wohlbefinden, mehr innovative Funktionalität.
Die globale Launchkommunikation für die neue BMW 7er Reihe steht unter dem Claim "Driving Luxury".
Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketing Services BMW Group, erläutert: "Der neue BMW 7er lädt die Marke BMW mit neuen Inhalten auf. BMW M steht für "Future of Performance", BMW i - für "Future of Mobility". Der BMW 7er steht für "Future of Luxury". Dieses Leitmotiv zieht sich durch die ganze Kampagne. Genauso zukunftsweisend wie der neue BMW 7er sind die Kreativen, Orte und die innovative Herangehensweise, für die wir uns entschieden haben."
Das Fahrzeug ist positioniert als "The contemporary luxury experience for the performance elite". Dieser Gedanke kommt in allen Kommunikationsmitteln zum Ausdruck.
Die Vor-Kommunikation startete bereits Mitte April 2015 und somit synchron zum ersten Presse-Preview mit einer flankierenden Online-Kampagne zu ausgewählten Produktfeatures (BMW Laserlight, Carbon Core und Remote Control Parking). Die weltweite Launchkommunikation startete am 10. Juni 2015.
TV Spot
Der TV Spot wurde unter der Regie von Bruno Aveillan (Produktionsfirma: Believe, Los Angeles) umgesetzt und erzählt eine außergewöhnliche Geschichte über die Anziehungskraft des neuen BMW 7ers: "Driving Luxury" basiert auf einem kreativen Konzept, in dem das Umfeld des BMW 7ers, die Welt des modernen Luxus gezeigt wird. Der Dreh fand in Spanien an exklusiven Locations wie der Agora von Calatrava in Valencia oder dem MACBA, dem Museum der modernen Kunst in Barcelona, statt.
Bruno Aveillan zeichnet sich insbesondere durch seine herausragenden Arbeiten für weltbekannte Luxusmarken aber auch BMW aus.
Der TV Spot (60, 45 und 30 Sekunden) wird ergänzt durch kurze 15-sekündige Tag Ons, die auf die Innovationen im neuen BMW 7er fokussieren, wie beispielsweise die Gestiksteuerung oder das BMW Laserlight.
Das Artwork wurde durch die Fotografen Uwe Duettman und Emir Haverich in Australien realisiert. Die Bildwelten zeigen eine moderne und emotionale Interpretation von Luxus. Die einzelnen Motive versprühen viel Atmosphäre und wirken zugleich persönlich.
Die mehr als 20 Motive setzen nicht nur das Interieur und Exterieur des neuen BMW 7er ins Szene, sondern stellen auch die einzigartigen Innovationen in der Luxuslimousine vor: BMW Laserlight, BMW Executive Lounge, die intuitive Bedienung BMW Gestiksteuerung, BMW Sky Lounge und BMW Carbon Core.
Agentur: kbs+ (kirshenbaum bond senecal + partners), New York
Regisseur: Bruno Aveillan
Produktionsfirma: Believe, Los Angeles
Fotografen: Uwe Duettman und Emir Haverich
Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
BMW Group Unternehmenskommunikation
Daria Gotto-Nikitina, BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Tel.: +49-89-382-60340
E-Mail: Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de
Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Tel.: +49 89 382-24544
E-Mail: Nikolai.Glies@bmwgroup.com Alexander.Bilgeri@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de
Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.
Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.
BMW Group
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (0)89 382 - 0
Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com
URL: http://www.bmwgroup.de
img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=593666" width="1" height="1"/>

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.