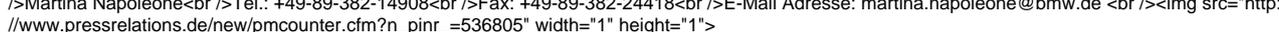




Gold für das BMW Magazin

Gold für das BMW Magazin
München. Das BMW Magazin gewann Gold in der Sonderkategorie "Internationale Kommunikation" beim Best of Corporate Publishing Award, Europas bedeutendstem Corporate Publishing Wettbewerb. "Das BMW Magazin ist für die Jury absolute Magazin-Spitzenklasse: Mehr Internationalität geht kaum. 21 Sprachen und 28 verschiedene Länderausgaben, die alle höchst stimmig auf die nationalen Märkte und Kulturen abgestimmt sind und dabei gleichzeitig ein einheitliches BMW Markenbild transportieren", so lautet die Jurybegründung. Die Preisverleihung fand am Mittwoch, den 19. Juni 2013, im Hamburger Schmidts Tivoli statt und wurde von Tagesschau-Sprecherin Judith Rakers moderiert. Seit September 2012 erscheint das BMW Magazin im Stil eines Lifestyle-Magazins. Bei der Neukonzeption des Magazins haben sich neben dem Cover und der Kapitelstruktur vor allem die Inhalte verändert und weiterentwickelt. Auch die Verknüpfung mit digitalen Medien wird kontinuierlich weiter ausgebaut. Ein unterhaltsamer Stil, der moderne Lebenswelten, Produkte und Innovationen mit lebendigen Geschichten von Menschen mit visionären Ideen verbindet, prägt das Konzept. Sinnliche und emotionale Bildwelten runden die Stories visuell ab. Die Redaktion und Produktion des BMW Magazins liegt bereits seit vielen Jahren beim Hoffmann und Campe Verlag.
Über das BMW Magazin:
Das BMW Magazin ist seit 1989 das internationale Kundenmagazin der BMW AG. Die Printausgabe erscheint zwei Mal jährlich, im März und im September. Auch international ist das Kundenmagazin ein Erfolg - so ist es nun weltweit in ca. 150 Ländern präsent und wird in 21 Sprachen publiziert. Viele nationale und internationale Auszeichnungen haben in den letzten Jahren diesen Erfolg bestätigt: Mit 38 gewonnenen Preisen liegt die BMW Group auf Platz 1 der erfolgreichsten CP-Unternehmen im Ranking von CP-Monitor 2011.
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 Montagstätten 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices.
www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>
Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an:
BMW Group
Martina Napoleone
Tel.: +49-89-382-14908
Fax: +49-89-382-24418
E-Mail Adresse: martina.napoleone@bmw.de


Pressekontakt

BMW Group

80788 München

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.