



'Drive like Bruno' 2013

"Drive like Bruno" 2013
Wiederauflage der erfolgreichen Kampagne rund um DTM Champion Bruno Spengler München. Bereit für das zweite Jahr. Das BMW Team Schnitzer geht mit Bruno Spengler als Titelverteidiger in die DTM-Saison 2013 - wieder dabei: Die BMW Bank als Premium Partner. Ausgehend von der erfolgreichen Kampagne "Drive like Bruno 2012" startet BMW Financial Services auch 2013 wieder eine Loyalisierungs- und Eroberungskampagne rund um Bruno Spengler, den amtierenden DTM Champion und Fahrer des BMW BANK M3 DTM. Zentrales Element der Kommunikation ist die Plattform www.drivelikebruno.de. Die Seite informiert mit kurzen Filmen, Blog-Beiträgen und einem Live-Ticker von den DTM Rennen über Bruno Spengler und über das BMW Team Schnitzer. Derzeit findet sich dort auch ein Gewinnspiel, das von zahlreichen Kommunikationsmaßnahmen begleitet wird. Der Gewinn ist die Teilnahme am Event "Drive like Bruno" - ein BMW Driving Event der Extraklasse. Die Gewinner erleben bei der eintägigen Veranstaltung aktiv die Wurzeln der Marke BMW im Motorsportumfeld. Bruno Spengler ist den ganzen Tag vor Ort. Bei einem persönlichen Treffen lernen die Teilnehmer den erfolgreichen Rennfahrer kennen und können ihn zu seinen größten Erfolgen, den kniffligsten Herausforderungen und dem BMW Bank M3 DTM befragen. Zu den kanalübergreifenden Kommunikationsmaßnahmen des Gewinnspiels gehören zum Beispiel ein Online-Special, postalische Mailings und E-Mailings sowie Anzeigen und Advertorials. Alle Maßnahmen sind mit den BMW Internetseiten, Facebook Profilen und Youtube Kanälen vernetzt: www.drivelikebruno.de. "Drive like Bruno - Ladies only" Speziell für Kundinnen und Interessentinnen veranstaltet die BMW Bank "Drive like Bruno - Ladies only". Das Besondere an dem speziell an die Bedürfnisse der weiblichen Zielgruppe angepassten Eventtag ist, dass die Gewinnerin eine weibliche Begleitperson mitnehmen kann. Die Aktion soll bestehende und ehemalige Kundinnen der BMW Bank ansprechen. Diese erhalten eine Einladung zum Gewinnspiel im Rahmen eines Mailings. Des Weiteren werden Interessentinnen über diverse Kanäle wie zum Beispiel E-Mailings, Printanzeigen, eine Onlinekampagne und durch die Vernetzung auf allen BMW Internetseiten und Facebook Profilen kontaktiert. Seit 2012 begleitet die BMW Bank den erfolgreichen Wiedereinstieg von BMW in die DTM als Premium Partner. Durch diese Partnerschaft positioniert sich das Unternehmen als ein erfolgreiches, dynamisches Finanzinstitut, das schnell, zuverlässig und effizient ist und - wie der Leistungssport - nach Höchstleistungen strebt. Die Verbindung dieser Attribute mit der BMW Bank wird neben der klassischen Unternehmensbeklebung auf dem DTM Fahrzeug von Bruno Spengler durch den Einsatz der "Drive like Bruno" Kampagne gefördert. Anzeigenmotive und Bildmaterial zur Kampagne sind im BMW PressClub zu finden unter: www.press.bmw.de Über die BMW Bank GmbH Die BMW Bank GmbH ist eine der führenden Automobilbanken in Deutschland. Die Produktpalette für Geschäfts- und Privatkunden reicht von Finanzierung, Leasing und Versicherung von Automobilen und Motorrädern bis hin zu individuellen Angeboten im Bereich Vermögensmanagement. Das Unternehmen hat eine Bilanzsumme von rund 21 Mrd. Euro und einen Einlagenbestand von rund 8,6 Mrd. Euro. Die BMW Bank GmbH ist Teil von BMW Group Financial Services. Weltweit umfasst BMW Group Financial Services über 50 Gesellschaften und Kooperationen mit lokalen Finanzdienstleistern und Importeuren auf allen Kontinenten. BMW Group Financial Services zählt zu den führenden Finanzdienstleistern im Automobilssektor: 6.295 Mitarbeiter betreuen über 3,5 Millionen Kunden. 2012 erreichte das Segment Finanzdienstleistungen ein Ergebnis vor Steuern von 1,56 Mrd. Euro. Nahezu jedes zweite BMW und MINI Neufahrzeug ist über BMW Group Financial Services finanziert oder verleast. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Unternehmenskommunikation Micaela Sandstede, Wirtschafts- und Finanzkommunikation Micaela.Sandstede@bmw.de, Telefon: +49 89 382-61611, Fax: +49 89 382-24418 Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation Alexander.Bilgeri@bmw.de, Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418 Internet: www.press.bmw.de E-Mail: presse@bmw.de

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

presse@bmw.de

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.