



Das digitale BMW Magazin

Das digitale BMW Magazin
Das BMW Magazin erscheint heute in einer neuen digitalen Form: www.bmw.com/magazin. Der neue, rein elektrische BMW i3 spielt in der Digitalausgabe des BMW Magazins eine große Rolle. In einem ausführlichen Spezialteil wird das innovative Konzept des BMW i3 beleuchtet. Ein filmisches "Making-Of" zum Produktionsprozess rundet die Geschichte zum neuen Elektrofahrzeug von BMW i ab. Auch das BMW Magazin geht damit einen Schritt in die mobile Zukunft: die neue digitale App kann sowohl als native Variante für Tablet und Smartphone (Betriebssysteme: Android und iOS) heruntergeladen als auch plattform-übergreifend in jedem Webbrowser genutzt werden. Die Anwendung wird zentral gepflegt und passt sich durch das Responsive Design jedem Format optimal an. Großformatige Bilder, weiterführende Stories rund um namhafte BMW Fans und Informationen zu den neuen Modellen ergänzen die Inhalte aus dem BMW Magazin. Aus den redaktionellen Beiträgen generierte Videos erwecken die Geschichten zum Leben. Andreas-Christoph Hofmann, Leiter BMW Markenkommunikation zur neuen App: "Das neue Digital-Konzept des BMW Magazins ist ein Paradebeispiel für gelungenes Storytelling und zeigt, wie die Zukunft der Marken-Kommunikation aussieht." Im Mittelpunkt stehen internationale Geschichten über Menschen, die mit visionären Ideen unser Leben verändern. BMW Modelle werden gekonnt in Szene gesetzt mit Berichten zu Kunst, Mode und Design - alles unter der Philosophie, im Leben niemals stehen zu bleiben. Die neue App bietet viele Extras wie z.B. die Story rund um den Stararchitekten Michael Maltzan im Video-Interview zu Gestaltssprache in der Architektur und im Automobildesign. Namhafte Stilexperten stellen herausragendes Produktdesign seit der Jahrtausend-wende vor. Außerdem begleitet der Leser den Surfer Tim Boal bei einem Ausflug mit dem neuen BMW X5 an die französische Atlantikküste. Alle Artikel werden durch vollformatige Bilder eingeleitet. Der Link "Weitere Themen" am Ende des - unabhängig von der Bildebene laufenden - Textes verweist auf verwandte Geschichten. Die App erscheint zunächst auf Deutsch und wird kontinuierlich aktualisiert. Weitere Sprachversionen folgen. Die App-Inhalte werden dem User dann - je nachdem, in welchem Land er sich gerade befindet und welche Sprache auf seinem Gerät eingestellt ist - in der jeweiligen Länderversion angezeigt werden. Das Digitalkonzept stammt von HOFFMANN UND CAMPE Corporate Publishing und wurde unter der Leitung von Chefredakteur Jan Kirsten Biener und Art Director Dirk Linke umgesetzt. Das BMW Magazin ist seit 1989 das internationale Kundenmagazin der BMW AG. Die Printausgabe erscheint unter der Leitung von Chefredakteur Adriano Sack zwei Mal im Jahr, im März und im September. Seit 2010 ist das BMW Magazin zudem als Onlineversion für das iPad erhältlich - jetzt in erweiterter Form mit der App für Tablet, Smartphone und Webbrowser. Das 100 Seiten starke Lifestyle-Magazin ist weltweit in rund 100 Ländern präsent und wird in 21 Sprachen publiziert. Es ist für acht Euro an ausgewählten Kiosken, Bahnhöfen und Flughäfen erhältlich. 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 Indizes. BMW Group Petuelring 130 80788 München Deutschland Telefon: +49 (0)89 382 - 0 Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com URL: <http://www.bmwgroup.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_544917 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.