

Presse-Information
28. Oktober 2013

TV Spot für den BMW i3 **Kurz vor der Markteinführung des BMW i3 geht die TV** **Kampagne an den Start**

München. Am Samstag startete in Deutschland die TV Kampagne für den BMW i3, das erste vollelektrische Serienfahrzeug der BMW Group. Das Automobil kommt am 16. November 2013 auf den Markt.

Der TV Spot für den BMW i3 trägt den Titel "Decisions". Der Spot beginnt über den Wolkenkratzern von Chicago. In einem dynamischen Sturzflug schwenkt die Kamera in die Häuserschlucht und nimmt zwei nebeneinander fahrende Fahrzeuge ins Visier – einen BMW i3 und einen BMW i8. Parallel wird erzählt, vor welchen zukunftsweisenden Entscheidungen das Unternehmen stand, um das Automobil von Grund auf neu zu erfinden - ein elektrisches Fahrzeug mit einer Fahrgastzelle aus Carbon und mit einem intelligenten Angebot an Mobilitätsdienstleistungen. Jede grundlegende Entscheidung wird zugleich visualisiert, indem Fahrzeuge an einer Kreuzung die Fahrtrichtung ändern. Je konkreter und detaillierter die Entscheidungen werden, desto mehr nähert sich die Kamera dem BMW i3 an.

Schließlich tritt die Kamera durchs Heckfenster ins Innere des Fahrzeugs ein, zeigt das Interieur und fährt mit dem Betrachter auf die Straße. Spätestens jetzt wird das Besondere an diesem TVC Spot deutlich: Es handelt sich um einen sogenannten "One Taker". Das heißt: Kein einziger Schnitt stört den langen Flug der Kamera, die über den Dächern der Stadt startet und sich ohne eine einzige Unterbrechung sogar durchs Auto hindurchbewegt, um am Ende den BMW i3 in seiner Einzigartigkeit zu zeigen.

Möglich wurde diese nahtlose Kamerafahrt durch den Einsatz eines Helikopters in Kombination mit neuester 3D-Animationstechnik in Kinoqualität. Gedreht wurde der BMW i TVC Spot in Chicago. Die verantwortliche Kreativagentur ist Dorten (Berlin/Stuttgart), die Filmproduktion Hochkant Film (München). Die Musik kommt von der Münchner Nachwuchsband Claire, die den Titel „Horizon“ beisteuern.

Uwe Dreher, der weltweit die BMW i Marketingkommunikation verantwortet, fasst zusammen: „Der neue TVC Spot ist der Höhepunkt unserer Launchkampagne für den BMW i3. Wie in einem Zeitraffer erlebt der Zuschauer den langen Entscheidungsprozess hin zum BMW i3, um am Ende sich in das Auto fast direkt hinein zu versetzen. Der Film wird beim Zuschauer das Interesse steigern, das faszinierende wie einzigartige Fahrgefühl und die BMW typische Fahrfreude, mit der der elektrische BMW i3 überzeugt, persönlich zu erleben.“

Zur Kommunikation spezifischer Produktinformationen zum BMW i3 produzierte das Team auch kurze Spots, die die wichtigen Alleinstellungsmerkmale des BMW

Datum Presse-Information
 28. Oktober 2013
Thema TV Spot für den BMW i3
Seite 2

i3 wie BMW eDrive, BMW Connected Drive, das Interieurdesign und das Aufladen zu Hause thematisieren. Vier 15-sekündige Spots zeigen die Alltagstauglichkeit des BMW i3 und sollen den Zuschauer dazu animieren, den BMW i3 am 16. November bei einem der 46 BMW i Agenten und in der Folge bei einer Probefahrt kennen zu lernen.

Link zum TV Spot auf YouTube: http://www.youtube.com/watch?v=_Q3OZ7J7T6E

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Daria Gotto-Nikitina
Pressesprecherin Marketing und BMW Welt
Phone: +49-89-382-60340
mailto: Daria.Gotto-Nikitina@bmw.de

Alexander Bilgeri
Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Phone: +49 89 382-24544,
mailto: Alexander.Bilgeri@bmw.de

Internet: www.press.bmw.de
E-Mail: presse@bmw.de

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 Montagestätten 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.

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>