



Presse-Information
03. November 2011

Kampagnenstart zum neuen MINI Roadster

Die crossmedial konzipierte Kampagne startet aktuell mit einem Online-Film, der einen ersten Vorgeschmack auf die nachfolgenden Print- und TV-Elemente gibt

München. Nach der erfolgreichen Markteinführung des MINI Coupé folgt nun sein Komplize, der neue MINI Roadster. Er ist als erster, offener Zweisitzer der MINI Familie für jedes Erlebnis gerüstet. Mit der besonderen Lizenz zum täglichen Abenteuer steht der neue MINI Roadster seinem Komplizen, dem MINI Coupé, in nichts nach. Ob auf Jamaica oder im sonnigen Istanbul - MINI Fans erleben weltweit echten Fahrspaß. Das zeigt die crossmedial konzipierte Kampagne aktuell mit dem Start des Online-Films „Saturday in Istanbul“. Der Revealfilm ist ab sofort unter dem Link <http://youtu.be/v04D-53Lh5M> und auf dem MINI Brand Channel unter www.youtube.com/MINI zu sehen. Ab Januar 2012 folgen TV-, Print- und Social Web-Elemente.

TV und Print

„Another Day. Another Adventure.“ - die Abenteuerlust führt den neuen MINI Roadster im TV Spot in die Weltmetropole Istanbul. Nach den Locations Rio de Janeiro, Island und Hong Kong verspricht nun die aufgehende Sonne am Bosphorus viel Potenzial, um ungewöhnliche Wege zu beschreiten. Wie der Claim der Kampagne bereits ankündigt, birgt der Spot „Saturday in Istanbul“ auch dieses Mal eine ganz besondere Herausforderung für den neuen MINI Roadster in sich. Die Dreharbeiten des TV-Spots verantwortet der US-Amerikaner Peter Berg, der für Filme wie „Hancock“ oder „Very Bad Things“ bekannt ist. Der EMMY nominierte Regisseur zeigt viel Sinn für Humor und präsentiert den neuen MINI Roadster ab Januar 2012 auf unterhaltsame und atemberaubende Weise. Die Musik stammt von dem bekannten türkischen Musiker Orhan Gencebay („Hayat Kavgasi“). Auch in den begleitenden Anzeigen und Printplakaten wird die Lust auf ein Abenteuer mit dem MINI Roadster geweckt. Die Printkampagne zeigt das jüngste Mitglied der MINI Familie allein oder in Verbindung mit seinem Komplizen, dem MINI Coupé. Amüsante und innovative Slogans runden die Printkampagne ab.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 03. November 2011
Thema Kampagnenstart zum neuen MINI Roadster
Seite 2

Social Media

Besonders beliebt bei den MINI Fans ist die Social Media Kampagne „All the Wrong Places“, die MINI in Kooperation mit VICE ins Leben gerufen hat. Getreu des Kampagnenclaims „Another Day. Another Adventure.“ begleitet unser „Adventure Man“ das MINI Coupé auf seiner Abenteuerreise. Es werden die exotischsten Orte und Kulturen rund um den Globus entdeckt. Der Fahrer und das MINI Coupé gehen aber nicht alleine auf Entdeckungsreise. MINI Fans können die Abenteuer des Helden nicht nur im Web verfolgen, sondern mit etwas Glück auch hautnah erleben. Für jedes der insgesamt fünf Abenteuer hat ein Co-Pilot aus der MINI Community die Chance, zusammen mit dem „Adventure Man“ auf Reisen zu gehen. Im Social Web werden diese besonderen Abenteuer als Online-Film präsentiert. Die erste der fünf Dokumentar-Episoden zeigt die Reise der ersten glücklichen Co-Pilotin in Japan. Sie wird ab 14. November auf der Facebook Seite von MINI, auf MINIspace.com und auf dem MINI Kanal bei youtube, sowie auf der VICE Website www.vice.com/allthewrongplaces zu sehen sein. Im Abstand von je drei Wochen folgt daraufhin jeweils ein weiterer Clip. Die fünfte Episode mit dem neuen MINI Roadster bietet die letzte Chance, ein außergewöhnliches Abenteuer mit dem neuesten Mitglied der MINI Familie auf Jamaica zu erleben. Auf Facebook können MINI Fans ab 21. November 2011 unter dem Link www.facebook.com/MINI wie gewohnt ihre Bewerbung hochladen und MINI zeigen, warum sie der perfekte Co-Pilot für den turbulenten Ausflug zusammen mit dem MINI Coupé in Jamaica sind.

<http://youtu.be/v04D-53Lh5M>

www.youtube.com/MINI

www.facebook.com/MINI

www.vice.com/allthewrongplaces

MINI

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 03. November 2011
Thema Kampagnenstart zum neuen MINI Roadster
Seite 3

Verantwortliche Kreativagentur für die zentrale Kampagne ist BSUR, Amsterdam.

Weitere Informationen zu länderspezifischen Adaptionen der Kampagne folgen.

Bildmaterial finden Sie in unserem PressClub unter www.press.bmw.de

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martina Daschinger, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing
Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418, martina.daschinger@bmw.de

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418, 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, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>