
BMW will die Seele der Marke auf Elektromodelle übertragen

In einer aufwendigen Markenkampagne präsentiert BMW jetzt sein breitgefächertes Angebot an vollelektrischen Fahrzeugen, das inzwischen die Modelle BMW i4, BMW i5, BMW i7, BMW iX1, BMW iX2, BMW iX3 und BMW iX umfasst. Dabei legt die kanalübergreifende Kampagne den Kommunikationsschwerpunkt auf Werte, die der Marke BMW zugerechnet werden: Dynamik, innovative Technologien, Design und Fahrkomfort.

Die globale Kampagne, die in erster Linie auf Bewegtbildformate setzt, wurde rund um einen 30-sekündigen TV-Spot lanciert, der auch auf den markeneigenen Social-Media-Kanälen sowie in den verschiedenen Märkten mit Paid-Media-Unterstützung verlängert wird. Der Markenspot wird durch den Charthit „Beautiful Things“ des US-amerikanischen Sängers Benson Boone weiter emotionalisiert. Allein auf Spotify zählt der Hit über 1,3 Milliarden Streams.

Neben den Video-Inhalten setzen knapp 40 Foto-Assets die vollelektrischen Modelle zu verschiedenen Tageszeiten und an unterschiedlichen Orten in einer natürlichen Umgebung spektakulär in Szene. (aum)

Bilder zum Artikel



Stimmung machen für Elektromodelle.

Foto: Autoren-Union Mobilität/BMW
