



Das Objekt

„**My World**“ ist ein für die BMW Handelsorganisation in Osteuropa konzipiertes Mitarbeitermagazin. Es zeichnet sich aus durch hohe redaktionelle Qualität sowie hochwertige Ausstattung bei Bild, Papier und Druck

Hintergrund

BMW kämpft auf den osteuropäischen Märkten mit Image-Problemen. Vor allem in der automobilen Oberklasse haben die Bayern einen schweren Stand. Das Produktmarketing fordert für die Modelle der BMW 7er Reihe eine gezielte Verkaufsunterstützung für Händler und Verkäufer

Aufgabe

Marktrecherchen und Medienanalysen. Ausarbeitung eines Kreativkonzepts mit Layout-Richtlinien und Strukturplan. Abstimmung mit BMW Marketing und Fachabteilungen. Redaktion und Realisation

Lösung

My World kombiniert spezielle Marketing-Themen mit handfester Produktinformation. Ein Schwerpunkt ist die umfassende Vorstellung der Wettbewerber im Vergleich zum Siebener. Sprache und Bildauswahl folgen der BMW CI, das Motiv „Faszination“ ist die thematische und visuelle Klammer für das ganze Heft, das in englischer Sprache publiziert wird. My World ist Benchmark für Produktinformationen in BMW Mitarbeiter-Magazinen