



6. března 2023

**„FREUDE by BMW“: první pop-up galerie v Tokiu
kombinuje módu, umění a automobilový design.**

+++ BMW vytvořilo nové luxusní zážitkové místo značky ve čtvrti Harajuku japonské metropole +++ Kreativní spolupráce s umělci a módními značkami ve vzrušujícím prostředí +++ Vše začne speciální výstavou navrženou zakladatelem agentury Highsnobiety Davidem Fischerem a představí se v ní nové BMW XM +++

Mnichov. Otevřením pop-up galerie v japonském hlavním městě Tokiu BMW zahajuje novou fázi prezentace značky pod názvem „FREUDE by BMW“. Po omezenou dobu jednoho měsíce mají milovníci módy, umění a automobilů možnost zúčastnit se inovativního zážitku s luxusní značkou ve čtvrti Harajuku. Aktivita nabízená v první pop-up galerii BMW v Japonsku zahrnuje workshopy s umělci, otevření VIP salónku a spolupráci s módními značkami a kreativci z různých oblastí. Hlavním cílem je posílit přítomnost značky v centru Tokia a vytvořit komunitní centrum pro nové cílové skupiny v luxusním segmentu.

„Tokio je živé a rušné město, které ukazuje ducha moderního Japonska,“ říká Jens Thiemer, senior viceprezident pro zákazníky a značku BMW. „Je centrem technologií, módy a popkultury a je známé svými inovacemi a designem. Tokio je proto pro BMW ideální destinací pro otevření prvního pop-upu v rámci naší dlouhodobé strategie značky, označené jako ‚FREUDE by BMW‘, která pro BMW znamená luxusní místo pro setkávání a jedinečné zážitky pro všechny automobilové nadšence.“

Pop-up galerie je rovněž místem první veřejné prezentace BMW XM (kombinovaná spotřeba paliva: 1,6–1,5 l/100 km; kombinovaná spotřeba elektřiny: 30,1–28,9 kWh/100 km; kombinované emise CO₂: 36–33 g/km, vše podle WLTP) v Japonsku. První vysokovýkonný model BMW M GmbH s elektrifikovaným pohonem se stane hlavním bodem pop-up výstavy s názvem „FREUDE by BMW – CONNECTED THROUGH TIME“, která návštěvníkům nabídne jedinečný zážitek s estetickými zajímavostmi z oblasti módy, umění, designu a automobilové techniky.



Tato speciální výstava vznikla pod vedením Davida Fischera – zakladatele berlínského luxusního módního časopisu a poradenské firmy v oblasti kultury Highsnobiety – a je výsledkem spolupráce BMW a tokijských kulturních průkopníků. Zve návštěvníky k prozkoumání inovativních tokijských forem luxusu a progresivního ducha doby, ale také na zajímavé prolínání japonské a západně orientované kultury.

Design výstavního prostoru byl ovlivněn jak extrovertním vnějším stylem BMW XM, tak progresivní luxusní atmosférou v jeho interiéru. Vše doplňuje módní obchod GR8 z Harajuku, který představuje řadu nadějných značek z celého světa, od luxusních až po undergroundové, a zkoumá mnohotvárný designový svět BMW XM z pohledu módy.

Inovativní zážitkový svět značky v Harajuku, který je dílem mnichovské centrály BMW a BMW Japan, je odrazovým můstkem pro řadu dalších interakcí luxusních značek v rámci strategie „FREUDE by BMW“. Další pop-up galerie budou otevřeny na různých místech Tokia ve třetím čtvrtletí roku 2023 a v roce 2024.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Czech Republic
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI, Rolls-Royce a BMW Motorrad vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb mobility. BMW Group je společností s 30 výrobními závody po celém světě a globální prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2022 společnost BMW Group prodala po celém světě více než 2,4 milionu osobních vozů a více než 202 000 motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2021 činil 16,1 miliardy Euro, příjmy dosáhly 111,2 miliardy Euro. K 31. prosinci 2021 pracovalo pro BMW Group 118 909 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Společnost již ve svých počátcích určila směr, kterým se bude ubírat, a důsledně se zaměřuje na udržitelnost a ochranu zdrojů, a to od dodavatelského řetězce přes výrobu až po fázi konce životního cyklu všech produktů.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>