

Presse-Information
03. März 2020

Einführung des neuen BMW Markendesign für die online und offline Kommunikation.

Mehr Gestaltungsmöglichkeiten für einen modernen Markenauftritt

- **Kommunikationslogos für BMW, BMW i und BMW M im neuen Look**
- **Neue Schrift und Gestaltungsprinzipien**
- **Umsetzung ab dem 3. März 2020 weltweit**

München. Nach mehr als 20 Jahren präsentiert sich das BMW Markendesign für die online und offline Kommunikation in neuem Look. Die Kommunikationslogos für BMW, BMW i und BMW M, die Schrift und die Gestaltungsprinzipien wurden überarbeitet. Damit wird die Marke BMW veränderten Erwartungshaltungen und Sehgewohnheiten sowie dem digitalen Zeitalter angepasst.

Das neue BMW Markendesign ist der visuelle Ausdruck der neu entwickelten BMW Markenidentität, die den Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten stellt. Das neue Logo ist reduziert, zweidimensional und strahlt Offenheit und Klarheit aus. Die zusätzliche transparente Variante lädt Kunden mehr denn je ein, ein Teil der Welt von BMW zu werden. Die Marke BMW verändert sich damit von einer reinen Automobilmarke hin zur Technologie- und Beziehungsmarke.

Das neue Brand Design ist auf die Herausforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung ausgerichtet. Zudem wurde eine neue BMW Schrift entworfen, die Offenheit und Charakterstärke ausstrahlt, um einen modernen und zukunftssicheren Auftritt sowohl online als auch offline zu gewährleisten.

„BMW wird zu einer Beziehungsmarke. Das neue Kommunikationslogo strahlt Offenheit und Klarheit aus.“ sagt Jens Thiemer, Senior Vice President für Customer and Brand BMW. „Mit dieser neuen transparenten Variante wollen wir unsere Kunden mehr denn je dazu einladen, ein Teil der Welt von BMW zu werden. Zudem ist unser neues Brand Design auf die Herausforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung für Marken ausgerichtet. Mit visueller Zurückhaltung und grafischer Flexibilität rüsten wir uns für die große Vielfalt an Berührungspunkten in der Kommunikation, an denen BMW zukünftig online und offline Präsenz zeigen wird. Das zusätzliche Kommunikationslogo symbolisiert die Bedeutung und Relevanz der Marke für die Mobilität und der Freude am Fahren in der Zukunft.“

Presse-Information
Datum 03. März 2020
Thema Einführung des neuen BMW Markendesign für die online und offline Kommunikation.
Seite 2

Der weltweite Launch des neuen BMW Markendesigns startet am 3. März 2020. Die Umsetzung erfolgt für alle Kommunikationsmittel (online und offline) sowie im Bereich internationale Messen und Events. Das neue Logo ist ein neuer medialer Markenauftritt und wird zusätzlich zum bestehenden Logo zum Einsatz kommen. Es findet keine Verwendung am Fahrzeug und auch nicht in der Außen- und Innenkennzeichnung in Handelbetrieben statt. Dort bleibt das bestehende Logo im Einsatz.

Propeller oder doch kein Propeller: die Historie des BMW Logo

Die ganze Geschichte über das BMW Logo, seine Herkunft und Bedeutung können Sie auf www.bmw.com nachlesen.

<https://www.bmw.com/de/automotive-life/bmw-logo-bedeutung-geschichte1.html>

Ansprechpartner bei BMW:

Christophe Koenig
Sprecher BMW Marke und Marketing,
BMW Welt, eSports, Powertrain Business Units
Tel: +49-89-382-56097
Mail: christophe.koenig@bmw.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2018 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.490.000 Automobilen und über 165.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2018 belief sich auf 9,815 Mrd. €, der Umsatz auf 97,480 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2018 beschäftigte das Unternehmen weltweit 134.682 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw>