



Presse-Information
Datum 27.07.2022

BMW und Tomorrowland: Premiere des vollelektrischen BMW iX1 am ersten Tag des elektronischen Musikfestivals in Belgien.

- #UNITEDINJOY: Das Motto der diesjährigen Partnerschaft zwischen BMW und Tomorrowland
- Co-Creation: Wünsche der Festivalbesucher auf dem BMW iX1 x Steve Aoki gesammelt
- Aktivierungskampagne am Brüsseler Flughafen im „The Magical Forest of Joy“ by BMW

München. Der Countdown für eines der magischsten Festivals ist abgelaufen, am 15. Juli hat das erste der drei Festival-Wochenenden begonnen. Nach fast zwei Jahren Abwesenheit ist Tomorrowland endlich zurück - und größer als je zuvor.

Die BMW AG arbeitet seit 2019 an einer internationalen Ausweitung ihrer Musikstrategie, denn Musik ist eine der wichtigsten Säulen im weltweiten Marketing-Mix von BMW. „Musik beflügelt, prägt Erinnerungen und fördert den Kontakt zum Miteinander. Sie spricht eine globale, emotionale Sprache.“ sagt Stefan Ponikva, Leiter Markenkommunikation und -erlebnis. Als Beziehungsmarke mit „Freude“ im Kern, ist Tomorrowland als Markenengagement für uns ein ‚perfect Match‘.“

Die bislang lokale Partnerschaft zwischen BMW Belux und Tomorrowland wird auf die europäische Ebene ausgeweitet, wodurch sich einzigartige Möglichkeiten für weitere Aktivierungskampagnen ergeben. Mitte Juni begann die musikalische Reise am Flughafen Brüssel mit dem außergewöhnlichen Thema „The Magical Forest of Joy“ by BMW. Über die Tomorrowland-Plattform wurde außerdem eine groß angelegte Call-To-Action-Kampagne mit einer enormen Reichweite von mehr als 15 Millionen Followern ins Leben gerufen.

Eine Botschaft der Freude und Nachhaltigkeit für „Tomorrow People“.

Ein einzigartiges Design für ein einzigartiges Auto und ein einzigartiges Festival! Das Besondere am neuen vollelektrischen BMW iX1 x Steve Aoki ist, dass er alle Wünsche und Sehnsüchte der Festivalbesucher in sich trägt. Zu diesem Zweck wurde eine eigene Webseite eingerichtet, auf der die persönliche "Message of Joy"

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 27.07.2022

Thema BMW und Tomorrowland: Weltpremiere des BMW iX1 am ersten Tag des Musikfestivals in Belgien.

Seite 2

- eine Botschaft, ein Gefühl oder ein positiver Gedanke über die Zukunft - mit der Welt geteilt werden kann: #UNITEDINJOY.

Als Co-Creator hat Steve Aoki, zweifach Grammy-nominierter Musikproduzent, Künstler, Mode-Designer, Unternehmer und NFT Visionär, aus diesen „Messages of Joy“ das ausgefallene Car Wrap für den BMW iX1 kreiert.

Der neue BMW iX1 x Steve Aoki mit seinem einzigartigen Design wird während der drei Wochenenden des Festivals im „The Magical Forest of Joy“ by BMW zu sehen sein. Der BMW Stand steht allen Besuchern offen und sie können Fotos und Videos mit dem rein elektrischen BMW iX1 produzieren.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, BMW Lifestyle- und Markenkommunikation
Telefon: +49 89 382-30641
E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@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 über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 27.07.2022

Thema BMW und Tomorrowland: Weltpremiere des BMW iX1 am ersten Tag des Musikfestivals in Belgien.

Seite 3

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

Facebook:

Twitter:

YouTube:

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

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