



Presse-Information
06. März 2023

„FREUDE by BMW“: Erste Pop-up-Galerie in Tokio verbindet Fashion, Kunst und Automobildesign.

+++ BMW schafft neues, luxuriöses Markenerlebnis im Stadtteil Harajuku der japanischen Metropole +++ Kreative Kooperation mit Künstlern und Mode-Labels in einem pulsierenden Umfeld +++ Auftakt mit Sonderschau unter der Leitung von „Highsnobiety“-Gründer David Fischer und Präsentation des ersten BMW XM +++

München. Mit der Eröffnung einer Pop-up-Galerie in der japanischen Hauptstadt Tokio startet BMW in eine neue Phase der Markenpräsentation unter dem Motto „FREUDE by BMW“. Im Stadtteil Harajuku haben Fashion-, Kunst- und Automobil-Liebhaber jetzt für den begrenzten Zeitraum von einem Monat die Gelegenheit zu einem innovativen und luxuriösen Markenerlebnis. Die Aktivitäten in der ersten Pop-up-Galerie von BMW in Japan umfassen Workshops mit Künstlern, die Eröffnung einer VIP-Lounge sowie Kooperationen mit Fashion-Labels und Kreativen unterschiedlicher Richtungen mit dem Ziel, die Präsenz der Marke im Herzen Tokios zu steigern und einen Community-Hub für neue Zielgruppen des Luxus-Segments zu schaffen.

„Tokio ist eine pulsierende und geschäftige Stadt, die den Geist des modernen Japan widerspiegelt, sagt Jens Thiemer, Senior Vice President Kunde und Marke BMW, „ein Zentrum für Technologie, Mode und Popkultur und bekannt für seine hochmodernen Innovationen und sein Design. Dies macht Tokio zum perfekten Ziel für BMW, um das erste Pop-up im Rahmen unserer langfristigen Markenstrategie mit dem Namen ‚FREUDE by BMW‘ zu eröffnen und luxuriöse Lebensräume mit einzigartigen Erlebnissen für die Marke BMW und alle Automobilbegeisterten zu schaffen.“

Die Pop-up-Galerie ist zugleich Schauplatz für die erste öffentliche Präsentation des BMW XM (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 1,6 – 1,5 Liter/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 30,1 – 28,9 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 36 – 33 g/km gemäß WLTP; Angaben gemäß NEFZ: –) in Japan. Das erste High-Performance-Modell der BMW M GmbH mit elektrifiziertem Antrieb steht im Mittelpunkt einer Pop-up-Ausstellung unter dem Titel „FREUDE by BMW – CONNECTED THROUGH TIME“, die den Besuchern ein einzigartiges Erlebnis mit ästhetischen Highlights aus den Bereichen Fashion, Kunst, Design und Automobil vermittelt.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 06. März 2023

Thema „FREUDE by BMW“: Erste Pop-up-Galerie in Tokio verbindet Fashion, Kunst und Automobildesign.

Seite 2

Die Sonderschau entstand unter der Leitung von David Fischer, dem Gründer des Berliner Luxus-Fashion-Magazins und Kulturberatungsunternehmens „Highsnobiety“, und ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen BMW und Tokios Kulturpionieren. Sie ermöglicht den Besuchern einen Blick auf innovative Formen von Luxus, den progressiven Zeitgeist der Metropole Tokio und eine spannende Fusion aus japanischen und westlich orientierten Kulturen.

Die Gestaltung der Ausstellungsfläche wurde sowohl vom extrovertierten Exterieurdesign des BMW XM als auch vom progressiven Luxus-Ambiente seines Innenraums geprägt. Darüber hinaus wird der in Harajuku ansässige Fashion Store GR8, der von der Luxus Brand bis zum Underground Label zahlreiche aufstrebende Marken aus aller Welt führt, die vielfältige Designwelt des BMW XM aus modischer Perspektive präsentieren.

Die innovative, von der BMW Zentrale in München und BMW Japan gemeinsam initiierte Brand Experience in Harajuku ist Ausgangspunkt für eine Reihe weiterer Luxus-Markenerlebnisse im Rahmen von „FREUDE by BMW“. Bereits im dritten Quartal 2023 sowie erneut im Jahr 2024 werden abermals Pop-up-Galerien an verschiedenen Standorten in Tokio eröffnet.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Sie beziehen sich auf Fahrzeuge auf dem Automobilmarkt in Deutschland. Bei Spannweiten berücksichtigen die Angaben die Auswirkungen jeglicher Sonderausstattung.

Alle Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. Für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, sowie gegebenenfalls für die Zwecke von fahrzeugspezifischen Förderungen werden WLTP-Werte zugrunde gelegt. Weitere Informationen zu den Messverfahren WLTP und NEFZ sind auch unter www.bmw.de/wltp zu finden.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 06. März 2023

Thema „FREUDE by BMW“: Erste Pop-up-Galerie in Tokio verbindet Fashion, Kunst und Automobildesign.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, Produktkommunikation BMW Automobile

Telefon: +49-89-382-30641

E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Ingo Wirth, Leiter Produktkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-25814

E-Mail: Ingo.Wirth@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 2022 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von fast 2,4 Mio. Automobilen und über 202.000 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.

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.

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/>