

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

5. Mai 2025

Zwei neue BMW Düfte für eine neue Dimension erlebter Freude.

Freude ist der Kern der Marke BMW und geht weit über die Freude am Fahren hinaus. Mit „AMBERNESS“ und „BERGAMOOD“ präsentiert BMW erstmals zwei Düfte, die dieses markentypische Gefühl zum olfaktorischen Erlebnis werden lassen. Kreiert wurden die Eaux de Parfum von Mavive, einem Unternehmen der traditionsreichen italienischen Familie Vidal.

München. Für BMW ist Freude ein Statement, Spaß am Fahren, das Leben bewusst genießen. Freude ist Antrieb und Versprechen zugleich. Und sie ist ein mächtiges Gefühl, das Menschen positiv in die Zukunft blicken lässt. Erstmals lässt sich diese Freude nun auch über den Geruchssinn erleben, mit den beiden neuen BMW Düften „AMBERNESS“ und „BERGAMOOD“.

Stefan Karch, Leiter BMW Lifestyle und Licensing, führt aus: „Die neuen BMW Düfte „AMBERNESS“ und „BERGAMOOD“ vermitteln die für BMW typische Freude auf einem neuen Weg. Sie sind – wie die Marke BMW – immersiv, einladend und ausdrucksstark. Als tägliche Begleiter setzen sie ein besonderes Statement, mit dem sich Kundinnen und Kunden identifizieren können und welches die emotionale Seite der Marke BMW betont.“

Marco Vidal, CEO von Mavive S.p.A., ergänzt: „Die Kreation von ‚AMBERNESS‘ und ‚BERGAMOOD‘ war eine spannende Herausforderung. BMW hat die Welt des Automobils geprägt und Mavive steht dafür, die Grenzen in der Duftindustrie zu erweitern. Die Synergie dieser Zusammenarbeit führte zu zwei neuen Düften und einem einzigartigen sensorischen Erlebnis.“

Frisch-belebend, sinnlich-ruhig oder eine Kombination daraus.

Bewusst setzen die neuen BMW Düfte keine geschlechtsspezifischen Grenzen – sie können von allen Menschen gleichermaßen getragen werden. Beide Eaux de Parfum wirken allein oder entwickeln in Kombination und in unterschiedlichen Konzentrationen ganz spezielle und höchst individuelle Dufterlebnisse. Um das Gefühl Freude zu vermitteln und zum täglichen Begleiter zu machen, geht Mavive über die Verwendung hochwertigster Inhaltsstoffe hinaus. In Zusammenarbeit mit dem auf Düfte und Aromen spezialisierten Unternehmen dsm-firmenich kommt „EmotiWaves™“ zur Anwendung. Eine Technologie, die hochmoderne, patentierte und zertifizierte neurowissenschaftliche Erkenntnisse nutzt. Über natürliche Inhaltsstoffe lassen sich auf diese Weise Emotionen beeinflussen und verstärken.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 5. Mai 2025

Thema Zwei neue BMW Düfte für eine neue Dimension erlebter Freude.

Seite 2

„AMBERNESS“ bietet eine sinnliche Erfahrung, die Ruhe und das Gefühl von Schönheit vermittelt. Französischer Muskatellersalbei und guatemalischer Kardamom hinterlassen einen erdigen Duft, gefolgt von italienischer Bergamotte und ägyptischer Geranie. Für faszinierende Anziehungskraft stehen Madagascar Vanille, indonesisches Patschuli und haitianisches Vetiver.

„BERGAMOOD“ wirkt frisch und belebend. Die Kopfnote bringt den Duft von italienischer Bergamotte und Mandarine, angereichert mit rosa Pfeffer. Bleibenden Eindruck hinterlassen Lavendel und Petitgrain. Amberholz und Moschus runden den Duft ab und lassen ihn lebendig und anregend wirken.

Die Form der Flakons erinnert an die BMW Zentrale in München.

Die Flakons von „BERGAMOOD“ und „AMBERNESS“ präsentieren sich in minimalistischem Design. Das transparente Glas ist zylindrisch gestaltet. Diese Form weckt Assoziationen an den markanten Baustil der BMW Zentrale in München. Der schwarze Verschluss der Flakons trägt eingeprägt das BMW Logo. Der runde Rand und die Kappe mit Metallfinish machen den Flakon besonders wertig. Die Beschriftung auf weißem Grund folgt der klaren Gestaltung.

BMW hat sich den Klimazielen des Abkommens von Paris verpflichtet und setzt strenge Vorgaben bis ins Detail um. Dieser Konsequenz folgen auch die neuen Düfte. Sie entsprechen den höchsten Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards und entstehen ausschließlich aus natürlichen und nachhaltigen Inhaltsstoffen. Auch die hochwertige Verpackungsbox besteht aus FSC-zertifiziertem Papier.

Mavive setzt seit 120 Jahren Duftnoten.

Die neuen Düfte entstanden in enger Zusammenarbeit mit Mavive, einem Unternehmen der Familie Vidal. Ihre Historie in der Entwicklung von Düften reicht über 120 Jahre zurück. Mavive ist heute in mehr als 90 Ländern vertreten. Entwickelt wurden die beiden BMW Düfte von den weltbekannten Parfümeuren Frank Voelkl und Alexandra Monet.

Die neuen BMW Düfte „AMBERNESS“ und „BERGAMOOD“ sind ab Mai in ausgewählten Parfümerien und im BMW Lifestyle Online Shop (<https://lifestyle.bmw.com>) sowie bei ausgewählten BMW Händlern verfügbar.

50 ml des Eau de Parfum kosten 62,00 Euro, 100 ml 85,00 Euro.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 5. Mai 2025

Thema Zwei neue BMW Düfte für eine neue Dimension erlebter Freude.

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

Alexandra Landers, Leiterin Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-30871

E-Mail: Alexandra.Landers@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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024 belief sich auf 11,0 Mrd. €, der Umsatz auf 142,4 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte das Unternehmen weltweit 159.104 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 5. Mai 2025

Thema Zwei neue BMW Düfte für eine neue Dimension erlebter Freude.

Seite 4