

A BMW új márkakommunikációs arculata

2020. március 3-tól a BMW márka, illetve a BMW i és a BMW M divíziók új stílusú logóval és dizájnelemekkel jelennek meg a digitális térben, valamint a nyomtatott felületeken.

A BMW márkakommunikációs arculata több mint két évtized után ismét megújul: a BMW márka, illetve a BMW i és a BMW M divíziók kommunikációs tartalmait idén márciustól teljes mértékben újratervezett logó díszíti, merőben új dizájnelemek és kommunikációs irányelvek mentén. A bajor prémiumgyártó márkakommunikációs arculata a technológiai innovációkkal párhuzamosan fejlődik, az új megjelenés így napjaink vizuális stílusát erősíti, a digitális korhoz leginkább illeszkedő formában.

Az új márkakommunikációs stílus a megújult arculat főbb elemeit állítja előtérbe, a bajor prémiumgyártó ügyfeleit helyezve a tartalmak középpontjába. A kétdimenziós, letisztult arculat nyitottságot és átláthatóságot sugall, a márkalogó további transzparens jellege pedig minden eddigénél jobban invitálja a BMW világába a márka iránt érdeklődőket. Eme jelentős változtatással a BMW ugyanakkor a technológia és a kapcsolatok fontosságát is hirdeti.

A BMW legújabb márkalogója még jobban alkalmazkodik a digitalizáció adta kihívásokhoz és lehetőségeihez. Az újratervezett embléma nyitottságot és erős karaktert sugall, amely mind a digitális térben, mind a nyomtatott felületeken egyszerre kortárs, jövőbiztos jelenlétet garantál.

„A BMW egy kapcsolatközpontú márkává érik, az új márkakommunikációs logó pedig a nyitottságot és az átláthatóságot szimbolizálja” – mondta Jens Thiemer, a BMW márkamenedzsmenti részlegének vezetője. „Az új, transzparens verzióval minden eddigénél jobban törekszünk arra, hogy meghívjuk ügyfeinket BMW világába, az új márkaarculat pedig a márkák digitalizációjában rejlő kihívásokra és lehetőségekre helyezi a hangsúlyt. Vizuális mértéktartásunkkal és grafikai rugalmasságunkkal kifogyhatatlan márkakommunikációs lehetőségekkel vétezzük fel magunkat, nem csupán a digitális tér, de a nyomtatott felületek tekintetében is. Új márkakommunikációs arculatunk a vezetés

élményének jövőjét és az elektromos mobilitás térnyerésében betöltött iránymutató pozíciókat szimbolizálja” – tette hozzá Jens Thiemer.

A BMW új márkakommunikációs arculata 2020. március 3-án indult útjára online és off-line felületeken egyaránt, 2020. május 31-re pedig mindenhol az új embléma veszi át elődje helyét – a digitális térben, a nyomtatott felületeken, a nemzetközi kiállításokon és az eseményeken is. Az új logó egyfajta média branding, a meglévő logó mellett alkalmazza a vállalat. A bajor prémiumgyártó sorozatgyártásban kínált autóit és márkakereskedések külső-belső identifikációs elemeit ettől függetlenül továbbra is a meglévő BMW logó díszíti majd a jövőben.

Tudjon meg mindent a BMW márkaemblémájának történetéről az alábbi weboldalon:

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

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéggként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2019-ben a BMW Group több mint 2 520 000 darab gépkocsit és több mint 175 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 97,480 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2018-as pénzügyi évben 9,815 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2018. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 134 682 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

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/bmwgroup/>