

# A BMW iX és a BMW i4 a Coldplay új dalának ritmusára gurul képernyőkre



**A vadonatúj, tisztán elektromos meghajtású BMW modellek televíziós reklámjához a brit együttes „Higher Power” című száma szolgáltatja a zenei alapot, amellyel a bajor prémiummárka és a világ egyik legnagyobb lemezkiadó vállalatoként működő Warner Music Group között hosszútávú, fenntarthatóságra összpontosító együttműködés veszi kezdetét.**

A vezetés zéró emissziójú élménye még soha nem volt olyan felemelő és olyan intenzív, mint az új BMW iX és az új BMW i4 volánja mögött. A bajor prémiumgyártó vadonatúj, tisztán elektromos meghajtású modelljeit népszerűsítő reklám aláfestő zenéje így nem is lehetne más, mint a világhírű brit együttes, a Coldplay „Higher Power” című slágere. A két új BMW modell világméretű kommunikációs kampányát a kvartett legújabb dala szólaltatja meg, benne a tökéletes üzenettel: „The joy is electric.” A személyes mobilitás új korszakát is jelző slágerrel a BMW és a Coldplay közötti hosszútávú együttműködés is megkezdődik.

2014-ben a Chris Martin, Jonny Buckland, Will Champion és Guy Berryman alkotta együttes a BMW Weltben, 1 500 rajongó előtt zárta a nagyszerű „Ghost Stories Tour” turnét, a hét évvel ezelőtti együttműködés alapjaira építkezve pedig most a BMW és a Coldplay között egy hosszabbra nyúló, kreatív partnerség indul, amelynek mindenekelőtt a két fél fenntarthatóság iránti osztatlan elköteleződése ágyaz meg.

„Már az első beszélgetések során láttuk, hogy a Coldplay és a BMW számos területen hasonlóan gondolkodik és olyan célokat támaszt, amelyek messze túlmutatnak a marketingen” – mondta Jens Thiemer, a BMW márkaigazgatója. „Egy olyan közös, kreatív alapokra építkező együttműködést dolgoztunk ki, amelynek részeként a BMW iX és a BMW i4 kampányában a csapat gondolkodásmódja és attitűdje is aktív szerepet kap” – tette hozzá. A bajor prémiummárka és a brit együttes közötti együttműködésnek elsősorban a



fenntarthatóságot éltető, hasonló tudatosság adott okot, a partnerség pedig az év második felében újabb közös alkotásokkal folytatódik.

A BMW Group elektromos mobilitásra összpontosító vállalati stratégiájában fontos mérföldkő a BMW iX és a BMW i4 világpremierje. Tervei szerint a vállalatcsoport 2030-ban már legalább minden második új autóját tisztán elektromos meghajtással adja át ügyfeleinek. A Coldplay zenészei folyamatosan keresik azokat az innovatív megoldásokat, amelyekkel fellépéseiken több ezer rajongójuknak adhatják át a fenntarthatóság üzenetét.

„Büszkék vagyunk a BMW oldalán kiépített partnerségre, hiszen mindent, amit csak lehetséges, fenntartható módon igyekszünk megoldani. A BMW elektromos modelljeiben alkalmazott technológia szinte teljes egészében megújuló energiával képes feltölteni élő koncertjeinket” – nyilatkozta a Coldplay.

Legújabb slágere premierjével a brit együttes a zeneipar megszokott korlátait is maga mögött hagyta: a Coldplay múlt hónapban az űrben mutatta be a „Higher Power” című dalt. Az alkotást elsőként a francia asztronauta, Thomas Pesquet játszotta le a Nemzetközi Űrállomáson. Nem sokkal később a csapat a földi közönség előtt is megtartotta első 2021-es fellépését, a Glastonbury Fesztiválról speciális élő stream-szolgáltatással is beköszönt rajongóinak.

Világméretű kommunikációs kampánya részeként a BMW iX és a BMW i4 a Coldplay „Higher Power” című slágerének ritmusára gurul fel a képernyőkre. „Ez azonban csak a kezdet” – fogalmazott Stefan Ponikva, a BMW márkaélményekért felelős részlegének alelnöke. „Gőzerővel dolgozunk azon, hogy a Coldplay oldalán kiépített intenzív, lényegre törő együttműködésünk részeként újabb és újabb, fenntarthatóságot éltető közös projektet keltsünk életre” – tette hozzá.

A BMW iX és a BMW i4 reklámja a Coldplay „Higher Power” című dalával:

[https://youtu.be/loYO\\_aNqYQI](https://youtu.be/loYO_aNqYQI).

A menetteljesítményre, átlagos üzemanyag-fogyasztásra, valamint kombinált energiafogyasztásra és károsanyag-kibocsátásra vonatkozó adatok előzetes értékek. Az adatokat a valós körülmények közötti legdinamikusabb járműhasználat eredményeit vizsgáló, globális szabvány szerint működő tesztciklus (WLTP – Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) mérései szerint számolták ki, majd a legmodernebb autók menetteljesítményét vizsgáló EU-ciklus (NEDC – New European Driving Cycle) megegyező értékei szerint konvertálták át. Az adatok a gumibroncs-típusoktól is függenek.

További információ az új személygépkocsik hivatalos üzemanyag-fogyasztási, fajlagos szén-dioxid-kibocsátási, illetve elektromosáram-fogyasztási adatairól a „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen” (Tájékoztató az új személygépkocsik üzemanyag-fogyasztásáról, szén-dioxid-kibocsátásáról és



elektromosáram-fogyasztásáról) (Guideline for fuel consumption, CO2 emissions and electric power consumption of new passenger cars), kiadványban található, amely minden értékesítési helyen, valamint a Deutsche Automobil Treuhand GmbH (DAT) társaságtól (D-73760 Ostfildern-Schornhausen, Hellmuth Hirth Str. 1.) vagy a <http://www.dat.de/en/offers/publications/guideline-for-fuel-consumption.html> internetes oldalról szerezhető be: Leitfaden CO2 (Guideline CO2) (PDF – 2,7 MB)

\*\*

### **További információ:**

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: [Andras.Salgo@bmw.hu](mailto:Andras.Salgo@bmw.hu)

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

[www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html](http://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. Világcégként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2020-ban a BMW Group több mint 2,3 millió darab gépkocsit és több mint 169 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 98,990 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2020-as pénzügyi évben 5,222 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2020. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 120 726 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, a beszállítói hálózattól kezdve, a sorozatgyártáson keresztül, egészen a termékek életciklusának végéig.

[www.bmw.hu](http://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/bmw-group/>