

Sajtóinformáció  
2021. június 24.

## **A BMW Group a Greentech Fesztiválon**

Az idén június 16-18. között megrendezett eseményen a MINI és a Designworks a változás úttörőiként voltak jelen.

2021. június 16-18. között a berlini Greentech Fesztivál ismét csokorba gyűjtötte azon vállalatokat és szervezeteket, amelyek zászlajukra tűzték a fenntartható jövő kiépítését. A fesztivál együttműködő partnereként a BMW Group kiállítással és előadásokkal is készült az eseményre: Bernd Körber, a MINI vezetője és Holger Hampf, a Designworks elnöke főelőadókként engedtek betekintést a jobb jövő kiépítése érdekében tett szerepköreikbe.

### **A fenntarthatóság a BMW Group iránymutató vezérelve**

„A Greentech látnoki, fenntartható és jövőbe mutató platformja tökéletesen passzol a BMW Group folyamatos változást serkentő tevékenységeihez” – mondta Stefan Ponikva, a BMW márkaélményekért felelős részlegének alelnöke. „Az idei Greentech Fesztiválon betöltött szerepünket örömmel használjuk fel arra, hogy nagyközönség elé tárjuk a BMW Group újító képességét és klasszikus, autóiipari témákon túlmutató potenciáljait. A fenntarthatóság és a környezet-, illetve klímavédelem rendkívül fontos szerepet tölt be tevékenységeinkben. „RE:THINK, RE:DUCE, RE:USE, RE:CYCLE” megközelítése részeként a BMW Group szeptemberben, a 2021-es Münchener Autószalonon minden részletre kiterjedő, átfogó képet ad arról, hogy a sorozatgyártásban kínált autókhoz szükséges elsődleges nyersanyagok felhasználási aránya a jövőben miként csökkenthető drasztikusan” – tette hozzá.

A BMW Group szerepköre egyértelmű: a fenntarthatóság, mint vezérelv a vállalatcsoport teljes működési modelljét áthatja, miközben vállalati stratégiája középpontjában a környezetvédelem és a társadalmi felelősségvállalás, a fenntartható termékstruktúra, valamint az erőforrások megőrzése iránti osztatlan elköteleződés áll. Ez pedig nem csupán a járművei által kibocsátott káros anyagok módszeres csökkentésében, de teljes értékláncában tetten érhető – a beszállítói hálózattól kezdve, a sorozatgyártási folyamatokon és a termékek használati fázisán keresztül, egészen az újrahasznosításig.

## **A nagyvárosokban a MINI a fenntartható személyes mobilitás úttörője**

A MINI mindig is egy kreatív, nagyvárosi mobilitásra összpontosító márka volt. Az olyan globális kihívásokra, mint például a klímaváltozás és a városiasodás, a MINI jövőbe mutató lehetőségekként tekint, amelyeket kihasználva innovációival nem csupán élményt ad ügyfeleinek, de pozitív társadalmi és környezetvédelmi hatásokat is gyakorol. A fenntarthatóság ezért a MINI üzleti modelljének szerves, megingathatatlan része. Hogy miként formálja ez a holnapok nagyvárosi mobilitását, arra a MINI Vision Urbanaut digitális tanulmányautó szolgál ékes példaként, amely kézzelfogható formában egyesíti a MINI márka jövőről alkotott képét és a fenntartható mobilitás ígését. „A MINI Vision Urbanaut karakterét a hosszútávú fenntarthatóság új perspektívái szerint alkottuk meg. Az utastérben természetes és újrahasznosított anyagokat használtunk, amelyek kellemes térérzetet teremtenek. Ez utóbbi kifejezetten fontos, hiszen a MINI Vision Urbanaut elsősorban nem egy jármű, hanem egy életter” – fogalmazott Bernd Körber.

## **A Designworks utat mutat a jövőbe**

A BMW Group kreatív tanácsadó vállalatoként működő Designworks a formanyelvben rejlő innovációkkal és lehetőségekkel száll szembe a jövő kihívásaival. Kaliforniai, sanghaji és müncheni központjaiban a Designworks „a jövő építészeként” rendkívül széles spektrumban és ügyfélkörnek fejleszt jövőbe mutató koncepciókat, amelyek mögöttes szükségleteibe Holger Hampf, a Designworks elnöke enged betekintést: „Épp egy fordulópontonál vagyunk a kollektív jólét felé vezető úton. Az olyan globális kihívásokkal, mint például a klímaváltozás, az egészségvédelem és erőforrásaink megőrzése, egyik egyén, vállalat vagy kormány sem tud egymagában szembeszállni. Össze kell fognunk – és ehhez erős partnerségekre van szükség. A dizájnnek meghatározó szerepe van ebben, hiszen képes látomásokat életre hívni és a végeredményben rejlő lehetőségeket kézzelfogható formába önteni. A dizájn vállalatok pozitív energiája és tanácsadói szaktudása kiváltképp hasznos a változó időkben, hogy a bizonytalanságot izgalommá alakítsa, utat mutasson, új perspektívákat adjon és társadalmi változásokat kezdeményezzen” – mondta.

## **A BMW Group kiállítása a Greentech Fesztiválon**

A dizájnban rejlő innovációs erősség egyik ékes példája a világ első elektromos hajtással felszerelt szárnyas repülőruhája, amelyet a BMW i divízió és a Designworks a

## Vállalati kommunikáció

bázisugróként és extrém sportolóként ismert Peter Salzman közreműködésével alkotott meg. A BMW Group a Greentech Fesztiválon is bemutatta az egyedi innovációt, amely merőben új formában váltja valóra az emberiség repülés iránti évezredes álmát. Az eseményen a látogatóknak arra is lehetőségük nyílt, hogy az interaktív virtuális valóságban (szinte) teljes egészében átéljék ezt az élményt.

A BMW Group kiállításának másik fénypontja a bajor prémiumgyártó hálózatról tölthető modellpalettájának legújabb tagja, a BMW i4 eDrive40 volt, amely a BMW első tisztán elektromos meghajtású Gran Coupé modelljeként mutatkozott be. Reflektorfénybe gurult továbbá a BMW i3 Urban Suite is, amelynek mobilitási élményét a mérnökök minden tekintetben az utas igényeire szabták: a sorozatgyártásban kínált BMW i3 modellt teljesen átalakították (egyedül a vezetőülést és a műszerfalat hagyták érintetlenül), mígnem az utastér egy hangulatos boutique hotel magával ragadó atmoszféráját öltötte magára. A különleges négykerekű néhány példánya a Greentech Fesztivál ideje alatt az esemény VIP vendégeinek szolgálatába is állt.

\*\*

**További információ:**

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

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

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.

[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/>