

A MINI ÉS A MÜNCHENI NEMZETKÖZI AUTÓSZALON: #BIGLOVE – AZ ÉRZÉS, AMELY ÖRÖKKÉ TART



A brit prémiumgyártó a #BIGLOVE néven indított legújabb kampányával mutatja be, hogy eme két apró szó mekkora pozitivitást képes előidézni. 1959-es megszületése óta a MINI mindig is kevesebbel ért el többet és rendre megtalálta a helykihasználás legkreatívabb módját. A #BIGLOVE egy lépéssel most még tovább megy, hogy minden aspektusában kifejezze a gyakorlatba átültetett sokszínűséget és eredettől függetlenül üdvözlje a jövőbe mutató gondolkodás eredményeként megszülető új ötleteket. A Münchener Nemzetközi Autószalonon a MINI a „Mind különbözőek vagyunk, de igazán jók csak együtt” címszó alatt mutatta meg az ösvényt a még inkább fenntartható mobilitás és a mindenki számára inkluzív jövő felé.

Az autószalon idejére a MINI a „BIG LOVE from Munich” („NAGY SZERETETTEL Münchenből”) mottó égisze alatt a München külvárosában álló, „Sugar Mountain” névre keresztelt nyüzsgő ipari terület újjáélesztéséhez is hozzájárult, a kreativitásra, a sportra, a személyes kiteljesedésre és a közösségre helyezve a hangsúlyt. A korábbi betongyár öreg tornyát most egy nagyméretű, színes falfestmény díszíti, amelyet a londoni művész, Lakwena Maciver kifejezetten erre az alkalomra készített. Lakwena művészeti stílusát a merész kinyilatkozások és az élénk színek használata jellemzi, nem titkoltan azzal a céllal, hogy a művészetet mindenki számára elérhetővé tegye. Mint ilyen, a művész túlnyomó többségében nyilvános helyeken alkot, azon emberek közelébe hozva a művészetet, akiknek egyébként nem lenne azzal kapcsolatuk. Elsősorban ez a megközelítés emelte őt a MINI tökéletes partnerévé, végtelenül színes falfestményén a „DIFFERENT BUT GOOD TOGETHER” és a „BIG LOVE” szavakkal hirdetve a márka üzenetét. Az alkotás a Münchener Nemzetközi Autószalon végeztével is tovább díszíti majd a német metropolisz Obersendling negyedét.

A MINI a „Sugar Mountain” területén indította be „BIG LOVE from Munich” mottó alatt életre hívott kampányát, számos olyan márkabarát közreműködésével, akik más-más sportágakat képviselnek. Izgalmas mérkőzések a tenispályán, tempós előzések a BMX-dűnéken és laza trükkök a gördeszkaparkban – bőven akad hely a spontán testmozgásra vagy az egyéni stílusok kifejezésére. A felépített keverőpultban lemezlovasként is kipróbálhatták magukat az érdeklődők, pihentető ritmusok halk aláfestésével gondoskodva a tágas közösségi térben találkozó és kikapcsolódó emberek háttérzenéjéről.



A kalandorok és szabadtéri pihenést kedvelők ráadásul a rögtönzött városi kempingben a MINI Countryman számára kifejlesztett AUTOHOME tetősátrat is kipróbálhatták. A sokoldalú négykerekű tetejére felszerelhető sátor most először az óceánokból begyűjtött műanyagpalackok újrahasznosításával létrehozott anyagokból készült, tökéletesen illeszkedve a MINI formanyelvéhez és iránymutató hozzáállásához, amely mentén minden nap egy újabb fenntarthatósági kalandot és perspektívát kínál.

A brit prémiummárka #BIGLOVE kampánya a müncheni Lenbachplatz területén álló MINI Pavillon épületében folytatódott, ahol a látogatókat gasztronómiai, művészeti és sportolási élmények várták. A brit divattervező, Paul Smith által megálmodott kijelzők az innovatív ötletek látványos és sokoldalú bázisává változtatták a MINI Pavillon épületét. A MINI STRIP, amely a MINI és Paul Smith legújabb együttműködésének végletekig letisztult végeredményeként öltött testet, teljes életnagyságban közvetítette a fenntarthatóság, az innováció és a környezetvédelem üzenetét. A MINI STRIP az autógyártás fenntarthatósági kérdéseire adható innovatív választ gurítja reflektorfénybe, az „egyszerűség”, „átláthatóság” és „fenntarthatóság” átfogó vezérelve mentén, inspiráló ötletek képében mutatva be az autótervezés fenntarthatóbb aspektusait.

A kivetített gondolatok elmélyítésével és a tető alá hozott panelbeszélgetések alkalmával a látogatóknak arra is lehetőségük nyílt, hogy betekintést nyerjenek a személyes mobilitás és a nagyvárosi életterek jövőképebe. A beszélgetésekbe a MINI startup vállalkozásokat támogató URBAN-X kezdeményezését élvező, kreatív technológiai startupok tervezői és innovátorai is bekapcsolódtak, a felmerült ötleteket pedig a MINI rajongói később a „The Sooner Now” párbeszédplatform véleményvezéreivel vitathatták meg élőben „A holnap városa ma épül” mottó alatt.

A Müncheni Nemzetközi Autószalon kapcsán indított párbeszéddek egytől egyig azokat a kritikus kérdéseket vették sorra, amelyekkel a MINI is szembenéz: nagyvárosi mobilitás, fenntarthatóság, városiasodás és egyéniségfejlődés. A jövőbe mutató prémiumgyártó minden tekintetben képes volt pozitív gondolatokat és örökké tartó érzést előidézni – #BIGLOVE.

**

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.

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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/mini.news>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup>