

Sajtóinformáció
2021. október 15.

A BMW Group fenntarthatóbbá teszi a Coldplay világszerte turnéját

+++ A BMW és a Coldplay az együttes közelgő Music Of The Spheres turnéja apropóján bemutatja a világ első, akkumulátorokról táplált színpad-energiaellátási megoldását +++ A világszerte turné új szintre emeli a BMW és a Coldplay évek óta gyümölcsöző együttműködését +++ Az élő fellépésekhez szükséges energiát a BMW i3 több mint 40 darab újrahasznosítható akkumulátora biztosítja +++ Ezek a BMW első olyan akkumulátorai, amelyek egymást követően több helyszínen kezdenek második életet +++ A jövőbe mutató energiatarolási technológiának köszönhetően jelentősen csökken a világszerte turné károsanyag-kibocsátása +++

A BMW és a Coldplay együttműködése új szintre lép: miután a BMW iX és a BMW i4 az együttes vadonatúj, Higher Power című slágerének ütemére ünnepelte világpremierjét, majd a Münchener Nemzetközi Autószalonon a Coldplay JOYTOPIA virtuális színpadán is fellépett, a bajor prémiumgyártó most a világ első, akkumulátorokról táplált színpad-energiaellátási megoldásával teszi fenntarthatóbbá a zenekar közelgő Music Of The Spheres világszerte turnéját. 2022 nyarán a Coldplay a tervek szerint Frankfurtban és Berlinben is ad koncertet.

A BMW akkumulátorokról táplált színpad-energiaellátási megoldása több mint 40 darab újrahasznosítható akkumulátorral biztosítja majd az élő fellépésekhez szükséges energiát, amely a zenetörténet egyik legzöldebb turnéjává emeli a Music Of The Spheres koncertkörutát. A BMW és a Coldplay együttműködése új mércét állít fel, amely az egész turnéipar számára mintául szolgálhat.

A környezetbarát színpad-energiaellátási megoldás egy részét az első BMW i3 modellek újrahasznosított akkumulátorai adják. A technológia rendkívül alacsony károsanyag-kibocsátású elektromos áramot biztosít és kiváltja a szokásos dízel-, illetve benzinüzemű generátorokat, amellyel jelentős mértékben csökkenti a zenekar élő fellépéseinek károsanyag-kibocsátását. Az akkumulátorokat megújuló erőforrásokból, így többek között napelem-rendszerekkel, kinetikus stadionpadlókon és elektromos kerékpárokon keresztül, valamint hidrogénezett növényi olajjal működő generátorok segítségével töltik majd fel. A

kinetikus stadionpadlókon és az elektromos kerékpárokon keresztül az akkumulátorok a rajongók kollektív erejét hasznosítják.

Ezek a BMW első olyan akkumulátorai, amelyek egymást követően több helyszínen kezdenek második életet, a BMW Group hosszútávú fenntarthatóságra és gazdasági körforgásra összpontosító működési modelljének szerves részeként.

„Büszkék vagyunk arra, hogy a BMW oldalán megalkottuk a világ első, világméretű turnéra alkalmas, újratölthető színpad-energiaellátási megoldását, amely lehetővé teszi számunkra, hogy koncertjeinket szinte teljes egészében tiszta, megújuló energiával tápláljuk” – mondta Chris Martin, a Coldplay énekese.

„A fenntarthatóságra való törekvés az elmúlt években intenzív, kreatív alkotási folyamatokhoz vezetett a BMW és a Coldplay között. Az, hogy a BMW iX és a BMW i4 az együttes vadonatúj, Higher Power című slágerének ütemére ünnepelte világpremierjét, majd a Münchener Nemzetközi Autószalonon a Coldplay JOYTOPIA virtuális színpadán is fellépett, sikeres együttműködésünk első két csúcspontja volt. A BMW i3 második életet kezdő akkumulátoraival pedig most hozzájárulunk ahhoz, hogy a Coldplay világméretű turnéja fenntarthatóbb legyen, mint eddig bármikor” – fogalmazott Jens Thiemer, a BMW márkaigazgatója.

Az együttműködés sikerei: a Higher Power és JOYTOPIA

A BMW és a Coldplay 2014 óta ápol gyümölcsöző együttműködést: akkor 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, mígnem a kezdeti kapcsolat és a fenntarthatóságra való kölcsönös törekvés végül a BMW és a Coldplay együttműködéséhez vezetett.

Az egyedülálló partnerség első világméretű sikere a BMW iX és a BMW i4 tisztán elektromos meghajtású modellek 2021 júniusában indított kampánya volt, amelyet a BMW és a Coldplay egy páratlan társalkotói folyamat részeként, közösen dolgozott ki. A kampány dala, a Higher Power hatalmas sláger lett, a „This joy is electric” sor pedig tökéletesen közvetíti a BMW két új prémium modelljének üzenetét.

Fenntartható világkörű koncertkörút, amely az egész turnéipar számára mércét állít

A 2021-es Münchener Nemzetközi Autószalon – amelyet a „RE:IMAGINE TODAY” mottó alatt, a BMW Group fenntarthatóságra és gazdasági körforgásra összpontosító elképzeléseinek jegyében rendeztek meg – ezt követően a BMW és a Coldplay társalkotói folyamatának újabb jelentős sikerét hozta: az együttes a bajor prémiumgyártó által megálmodott JOYTOPIA virtuális színpadán adott koncertet. Az előadás 24 órán keresztül volt elérhető online, és ez idő alatt világszerte több mint 150 000 megtekintést gyűjtött. A marketing és a vállalati kommunikáció szempontjából JOYTOPIA kvantumugrást jelentett a digitális világ számára.

A BMW és a Coldplay sikeres együttműködése most újabb szintre lép és a jövő évi világkörű turné során újabb csúcspontjához érkezik. Az újrahasznosítható autóakkumulátorok szállító partnereként a BMW nem csupán abban segíti a brit zenekart, hogy még inkább fenntarthatóvá váljon, hiszen az együttműködés alapjaiban változtatja meg a játékszabályokat és az egész turnéipar számára mintául szolgálhat.

<https://www.bmw.com/en/automotive-life/coldplay-sustainable-live-music-experience.html>

https://www.youtube.com/watch?v=loYO_aNqYOI

**

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. 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 összbevételevel 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.



Vállalati kommunikáció

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/bmw-group/>