

Elstartolt a BMW „Moving Minds” kampánya, világhírű társalkotók perspektíváival a BMW iX és BMW i4 modellekről



+++ A bajor prémiummárka társalkotókkal kialakított együttműködéseinek esszenciáját immár a tisztán elektromos meghajtású BMW iX és BMW i4 adja +++ A „Moving Minds” kampány arcai – úgymint Gemma Styles, Steve Aoki és Luka Sabbath – a saját perspektíváikból mutatják be a BMW i divízió újdonságait +++ Az együttműködés a 2021-es Münchener Nemzetközi Autószalonon vette kezdetét és most új szintre lép +++

A BMW a technológiai zászlóshajóként debütáló BMW iX és a tisztán elektromos meghajtású BMW i4 piaci bevezetésével új szintre emeli társalkotókkal kialakított sikeres kezdeményezését. A bajor prémiummárka legújabb, „Moving Minds” névre keresztelt kampánya a rendkívül erős közösségimédia-elemeket olyan világhírű sztárokkal ötvözi, mint Gemma Styles podcaster és fenntarthatósági aktivista, a kétszeres Grammy-díjra jelölt művész, DJ és zenei producer Steve Aoki, valamint Luka Sabbath vállalkozó, modell, színész és művész. Az iránymutató együttműködés hiteles történetmesélésekben gyümölcsözik. „Nagyon szeretek újabb és újabb megközelítéseket elsajátítani a fenntarthatóság területén, és olyanokkal együtt dolgozni, akik hozzám hasonlóan gondolkodnak. Az, hogy a hosszútávon fenntartható mobilitás terén indukált változások előmozdítása érdekében a „Moving Minds” tagjai az eltérő szintű tehetségek, igények és hátterek ellenére is össze tudnak fogni, egyszerre szórakoztató és jelentőségteljes” – fogalmazott Gemma Styles.

A „Moving Minds” kampány a két legújabb BMW i modellre összpontosít. A bajor prémiumgyártó partnerei a digitális világ széles közönségének mutatják be a márkával közösen a tisztán elektromos meghajtású BMW iX és BMW i4 modelleket. A „Moving Minds” kampány tizenegy meghatározó, eltökélt gondolkodású vezéregyéniséget gyűjt csokorba olyan eltérő társadalmi területekről, mint például a művészet, a zene, a divat, az életmód, a fenntarthatóság és a technológia. A kampány arcai hat hónapon keresztül tesztelik a két modellt, tapasztalataikat pedig a közösségi médiában teszik

közzé. „Egy ennyire tehetséges csapat tagjaként rendkívül inspiráló a munka. Üdítő látni, hogy mindegy, honnan érkezünk, mindig dönthetünk úgy, hogy változtatunk az életmódunkon és azon, ahogyan egymással bánunk. Képesek vagyunk újragondolni a hagyományt és kétszer is átgondolni döntéseinket azért, hogy megmentsük a bolygónkat” – mondta Steve Aoki.

A világméretű kampány indulásakor, november 13-án a BMW összes társalkotója megosztotta közösségimédia-felületein a tagok közös képét, amely így mintegy 75 millió rajongót ért el. A következő hetekben a „Moving Minds” arcai a **#bornelectric** hashtag megjelölése mentén, saját nézőpontjukból mutatják be követőiknek a BMW iX és a BMW i4 modelleket. A kiválasztott bejegyzéseket a BMW is közzéteszi saját közösségimédia-csatornáin. A kampány hivatalos fényképeit a világhírű fényképész, Jens Koch készítette: a rendhagyó vizuális nyelvezetéről ismert művész exkluzív helyszíneken állította színpadra a társalkotókat a két új tisztán elektromos meghajtású modell társaságában.

A bajor prémiummárka a társalkotókkal felépített kommunikáció terén már a 2021-es Münchener Nemzetközi Autószalonon is új mércét állított fel. A BMW itt egyesítette márkanagyköveteinek globális hálózatát, hogy az elektromos mobilitás és a gazdasági körforgás fontos témakörei mentén, velük együtt kreatív tartalmakat készítsen. „A Münchener Nemzetközi Autószalonon a társalkotóinkkal kitalált közös projektjeink megmutatták, hogyan lehet a fenntarthatósági innovációkat magával ragadó és kreatív módon kommunikálni, és hogyan lehet új, sokféle célcsoportokat hitelesen elérni. Büszkék vagyunk arra, hogy tovább bővíthetjük együttműködésünket a világhírű személyiségek e kiválasztott csoportjával és közösen hangsúlyozhatjuk a BMW iX és a BMW i4 piaci bevezetését övező kommunikációs üzeneteket” – nyilatkozta Stefan Ponikva, a BMW márkakommunikációért és márkaélményekért felelős részlegének vezetője.

Széleskörű közösségimédia-aktivitás a tisztán elektromos meghajtású BMW iX és BMW i4 modellek piaci bevezetése kapcsán

A bajor prémiummárka a BMW iX és a BMW i4 piaci bevezetése kapcsán minden eddiginél intenzívebben fordul a fiatal közösség felé. A „Moving Minds” kampány arcai a BMW két legújabb elektromos modelljének példáján keresztül hitelesen vázolják fel célcsoportjuknak, hogyan éli és valósítja meg a

2021. november 17.

vállalatcsoport az elektromos mobilitást. „A csatornáim célja, hogy inspiráljam és bátorítsam a fiatalokat álmaik megvalósításában. A „Moving Minds” kampány tagjaként én is megismertethetem velük a mobilitásban rejlő új lehetőségeket. Szeretném, ha látnák, hogy az autó modern kialakítása és kimagasló teljesítménye nem megy szembe a fenntartható vezetéssel és a környezetvédelemmel” – mondta Luka Sabbat.

A BMW nemzetközi társalkotói közössége a társadalom eltérő területeit képviselő, ismert személyiségekből áll. Köztük olyan világsztárok is megtalálhatók, mint az Oscar-díjas Hans Zimmer, a brit fényképész és a Gen-Z szószólója, Brooklyn Beckham, az énekes és dalszerző Khalid, a színész, író és a „Talk Art” művészeti podcast társelnöke, Russell Tovey, az olasz blogger és vállalkozó Chiara Ferragni, valamint a BMW márka régi nagykövete, Lena Gercke modell és vállalkozó, Zoe Wees énekesnő és a hatszoros gördeszka-világbajnok, Nyjah Huston.

**

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 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>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>