



Sajtóinformáció
2025. szeptember 30.

Az új BMW iX3 világpremierjét nemzetközi kommunikációs kampány kíséri

+++ A kampány mottója „Első egy új korszakban” +++ Új márkafilm a bajor prémiumgyártó legendás modelljeivel és jövőbe mutató vízióival +++ A globális csatornák frissített dizájnnal, továbbfejlesztett vizuális nyelvezettel és új digitális tartalommal ünnepelnek +++

Az új BMW iX3 világpremierjét a bajor prémiumgyártó és elsőszámú partnerügynöksége, a Jung von Matt Hamburg nemzetközi kommunikációs kampánnyal ünnepli. A kampány mottója „Első egy új korszakban”, hiszen az új BMW iX3 a jövőbe mutató NEUE KLASSE modellgeneráció első sorozatgyártásban kínált képviselőjeként érkezik meg az utakra. A BMW történetének eme új fejezete az elektromos mobilitás, a digitalizáció és a fenntarthatóság hármasságát helyezi a középpontba, amely mentén a márkát évtizedek óta fémjelző, szintiszta vezetési élmény új dimenziójának kulcsát is ügyfelei kezébe adja.

NEUE KLASSE: a szintiszta vezetési élmény új korszaka

„Az első Neue Klasse már a '60-as években lefektette a BMW globális sikertörténetének alapjait, az új NEUE KLASSE pedig most egy olyan új korszakba kalauzol el, amely a BMW iX3 sorozatgyártásával veszi kezdetét. A középpontban a hatótávszorongástól mentes elektromos mobilitás, az intelligens megoldásokból építkező digitális felhasználói élmény és a felelős gondolkodás mentén elkötelezett, hosszútávú fenntarthatóság áll” – fogalmazott Bernd Körber, a BMW márka- és termékmenedzsmentért felelős részlegének vezetője. „A modellel a szintiszta vezetési élmény és a marketing új korszaka is megkezdődik – minden tekintetben ügyfeleink igényeire és kívánságaira összpontosítva. Rendkívül fejlett konfigurátorral, valamint minden korábbinál intuitívabb és személyesebb, innovatív szolgáltatásokkal állunk megrendelőink és rajongóink szolgálatába. Az új korszak kezdetét új márkafilm is fémjelzi, bemutattva, hogy a NEUE KLASSE sokkal több, mint egy új modell: a jövő BMW modelljeinek kézzelfogható ígérete” – tette hozzá.

„Az autóipar története eddigi legmarkánsabb változásán megy keresztül. Az olyan márkák számára, mint a BMW, amely mindig egy lépéssel versenytársai előtt jár, az innováció kulcsfontosságú” – vette át a szót Andreas Ernst, a Jung von Matt Hamburg ügyvezető igazgatója. „Ahhoz, hogy hosszútávon és globális szinten is meg tudja tartani pozícióját, minden márkának olyan releváns ígéretre van szüksége, amely képes az érzelmekre hatni – és a BMW ebben is több, mint bármelyik másik autógyártó. Hiszen a márka gyakorlatilag a vezetés élményének megalkotója, amit a NEUE KLASSE most áttemel egy új korszakba” – mondta.



Sajtóinformáció
2025. szeptember 30.

Optimalizált tartalom mindegyik nemzetközi csatornán

Az új BMW iX3 világpremierjét kísérő nemzetközi kommunikációs kampány fő motívuma az új márkafilm, amely a televízió mellett a bajor prémiumgyártó összes digitális csatornáján látható.

Az alkotás olyan legendás modellekkel eleveníti fel a BMW egyedülálló történetét, mint a BMW 1800, a BMW M1, a BMW 3-as sorozat, a BMW X5 és a hálózatról tölthető BMW i8, amelyek egymás után „térnek haza” a BMW müncheni központjába, hogy szemtanúi legyenek az új BMW iX3 megszületésének. Vadonatúj mérföldkőként a nóvum hidat képez a tradíciókkal átítatott múlt és az elektromos, digitális, fenntartható jövő között. A filmet a Tempomedia készítette.

Az új márkafilmet tíz rövid termékvideó, egy bevezető film és számos, közösségi médiára optimalizált digitális tartalom kíséri. A szintisza vezetési élményt ünneplő kampányt globálisan futtatja a BMW.

Az új BMW iX3 maradéktalanul magában hordozza a NEUE KLASSE modellgeneráció olyan meghatározó innovációit, mint az új BMW Panoráma iDrive kijelző- és járművezérlő technológia, a hajtáslánc és a menetdinamika vezérléséért felelős „Heart of Joy” központi számítógép, valamint az új, következetesen minimalista formanyelv. Az új BMW iX3 50 xDrive (kombinált energiafogyasztás, előzetes, WLTP: 15,1 – 17,9 kWh / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 0 gramm / km; CO₂-osztály: A; tisztán elektromos hatótávolság, előzetes, WLTP: 678 – 805 km) egyetlen feltöltéssel akár 805 kilométer* tisztán elektromos hatótávolságot kínál, amely újfent a töretlen fejlődés és a szintisza vezetési élmény hamisítatlan kombinációját igazolja.

A nemzetközi kommunikációs kampánnyal párhuzamosan a BMW további változásokat is eszközölt. A globális csatornák dizájnját a bajor prémiummárka a müncheni BECC Agency GmbH vállalattal együttműködve frissítette fel, a továbbfejlesztett vizuális nyelvezet pedig Alex Rank fényképész munkáját, illetve a BMW és Jung von Matt Hamburg közös látásmódját dicséri.

Az új BMW iX3 világpremierjét kísérő nemzetközi kommunikációs kampány új márkafilmje itt tekinthető meg: <https://www.youtube.com/watch?v=qxPFC4OkeHw>

*A sajtóközleményben szereplő üzemanyag-fogyasztási, károsanyag-kibocsátási, energiafogyasztási és tisztán elektromos hatótávolságra vonatkozó adatok a németországi piacon elérhető ajánlatokat tükrözik. Az értékeket a valós körülmények közötti legdinamikusabb járműhasználat eredményeit vizsgáló, globális szabvány szerint működő tesztciklus (WLTP – Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) új mérései szerint számolták ki. Az energiafogyasztási és károsanyag-kibocsátási adatok megfelelnek az új személyautók energiafogyasztási értékeinek feltüntetéséről szóló németországi rendelet (EnVKV) előírásainak.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs vezető

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

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

<https://www.press.bmwgroup.com/hungary>



Sajtóinformáció
2025. szeptember 30.

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. A BMW Group világszerte több mint 30 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2024-ben a BMW Group több mint 2,45 millió darab gépkocsit és több mint 210 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 142,4 milliárd eurós összbevételevel a vállalat a 2024-es pénzügyi évben 11,0 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2024. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 159 104 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

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

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

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

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

X: <http://www.x.com/bmwgroup>