



La marca BMW acompaña el inicio de una nueva era con una campaña multicanal emocionalmente atractiva: **"THE NEUE NEW"**.

- La premier mundial del BMW Vision Neue Klasse enmarca un nuevo inicio para la marca BMW, uno caracterizado por una manera de pensar y un enfoque completamente nuevo.
- **La definición de "Lo nuevo" toma un rumbo inusual para el BMW Vision Neue Klasse, la campaña destaca la promesa de la marca "Freude forever" y abre una ventana a BMW** como una marca apta para el futuro enfocada en cubrir las necesidades de las personas.

Múnich. 21 de septiembre de 2023. La premier mundial del BMW Vision Neue Klasse enmarca un nuevo inicio para la marca BMW, uno caracterizado por una manera de pensar y un enfoque completamente nuevo. **"THE NEUE NEW"** es el título de la campaña multicanal que acompaña el proceso actual de transformación del fabricante de vehículos Premium bávaro. La narrativa de la campaña capta las áreas centrales de la acción contenida dentro de esta transformación y **proporciona un ángulo inusual de la idea de "Lo Nuevo"**.

La campaña ["THE NEUE NEW"](#) (desarrollada e implementada por la agencia THE GAME creada especialmente para BMW Group y la marca BMW) explica de una manera auténtica y accesible en qué se basa el concepto **"NEU" del próximo NEUE KLASSE. El uso de la palabra "Nuevo" en alemán hace referencia al nombre de esta serie de modelos de nueva generación y tiene un impacto efectivo y memorable en los mercados que no son de habla alemana en todo el mundo y también a nivel nacional. Al mismo tiempo, la campaña destaca la promesa de la marca "Freude forever" y abre una ventana a BMW como una marca apta para el futuro enfocada en cubrir las necesidades de las personas.**

**"THE NEUE NEW"** representa nuestro viaje hacia una era completamente nueva de movilidad, en la que colocamos a las personas al frente y al centro de nuestras estrategias. Además, su **implementación visual también es muy auténtica, accesible y humana**", afirma Jens Thiemer, **Vicepresidente Senior de Clientes y Marca de BMW. "La campaña proporciona un ejemplo inicial de cómo estamos empleando también enfoques innovadores de comunicación para impulsar el proceso de transformación por el que navega actualmente la marca BMW"**.

**"THE NEUE NEW"** cuenta la historia de la transformación junto con las áreas enfocadas en el futuro que BMW Group ha establecido: el ideal de una **"Economía Circular"** como una mentalidad progresiva dirigida hacia la conservación de recursos; la **"Digitalización"** enfocada en identificar y cubrir las necesidades de las personas; y un compromiso con la **"Electrificación"** con el objetivo de hacer que el **"Placer de Conducir"**, por el cual es reconocida la marca, sea algo que también puedan experimentar las generaciones futuras.



Siendo un eje central en el cual convergen estos tres elementos (**"Economía Circular", "Digitalización" y "Electrificación"**), el BMW Vision Neue Klasse representa un nuevo inicio lleno de optimismo para el futuro. Recordando el Neue Klasse "mk1", el cual revolucionó la gama de productos de la marca en la década de 1960, el enfoque narrativo juega deliberadamente con la palabra alemana "Neue"; en mercados que no son de habla alemana y también a nivel nacional y al hacer esto, redefine la idea de "lo nuevo".

El BMW Vision Neue Klasse nos muestra aquí y ahora cómo se interpretará el "Placer de Conducir" en los próximos años. En su centro se encuentra el lenguaje de diseño de "Reducción inteligente a lo esencial". Mientras tanto, la última generación de BMW iDrive proporciona una experiencia digital e inmersiva del usuario en la que el conductor ocupa el centro del escenario. Cada aspecto del proceso de desarrollo tomó la sustentabilidad y la eficiencia como los temas rectores.

**"THE NEUE NEW"**: Una **campana de 360 grados que sigue un enfoque de "primero lo social"**. La campaña estratégicamente orquestada por THE GAME alimenta todos los puntos de contacto principales de los varios grupos meta. Junto con varias colaboraciones, la campaña se enfoca principalmente en los canales de redes sociales de la marca. Un filtro para Instagram y Snapchat desarrollado especialmente para la campaña también permite que el BMW Vision Neue Klasse inspire a su audiencia dentro de una experiencia de realidad aumentada.

El enfoque de 360 grados de "THE NEUE NEW" le permite dejar huella con actividades en el extranjero y también con publicaciones de dos páginas en medios impresos. La campaña está apoyada por otras medidas en canales de la marca BMW, tales como la aplicación My BMW y el sitio web de la marca.

Durante el IAA Mobility 2023 en Múnich, la campaña también se convirtió en una experiencia física. El concepto detrás del stand de Open Space de BMW Group en Max-Joseph-Platz fue obra de la consultoría creativa Meiré and Meiré. La instalación del BMW Vision Neue Klasse siguió el enfoque de la campaña THE NEUE NEW y estuvo acompañada por aportaciones de comunicación de la agencia creativa Elastique con sede en Colonia, y la líder de opinión y agencia de talentos Pacific se hizo cargo del programa de soporte in situ.

**Video de la campaña en el canal oficial de la marca BMW en YouTube:**  
<https://www.youtube.com/watch?v=Z1LTr6frDS4>

\*\*\*

#### Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas: el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.



En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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/>

#### Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

[joao.veloso@bmw.com.mx](mailto:joao.veloso@bmw.com.mx)

[bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx](mailto:bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx)

[zolveing.zuniga@bmw.com.mx](mailto:zolveing.zuniga@bmw.com.mx)



Edgar Tellez

[edgar.tellez@bmw.com.mx](mailto:edgar.tellez@bmw.com.mx)

Comunicación Corporativa – BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

[elizabeth.arreguin@bmw.com.mx](mailto:elizabeth.arreguin@bmw.com.mx)

Julián Argüelles

[julian.arguelles@bmw.com.mx](mailto:julian.arguelles@bmw.com.mx)

Comunicación Corporativa – BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

[gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar](mailto:gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar)

Comunicación Corporativa – BMW Group Brasil

Fabiano Severo

[fabiano.severo@bmw.com.br](mailto:fabiano.severo@bmw.com.br)

Paula Cichini

[paula.cichini@bmw.com.br](mailto:paula.cichini@bmw.com.br)

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

[bmwgrouplatam@jeffreygroup.com](mailto:bmwgrouplatam@jeffreygroup.com)

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

[bmwplantaslp@jeffreygroup.com](mailto:bmwplantaslp@jeffreygroup.com)

BMW Group Brasil – Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

[grupobmw@jeffreygroup.com](mailto:grupobmw@jeffreygroup.com)

BMW Group PressClub

[www.press.bmwgroup.com/mx.html](http://www.press.bmwgroup.com/mx.html)

[www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es](http://www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es)

[www.press.bmwgroup.com/argentina/](http://www.press.bmwgroup.com/argentina/)

[www.press.bmwgroup.com/brazil/](http://www.press.bmwgroup.com/brazil/)