



Media informatie
10 december 2024

Rijplezier verenigt generaties – de feestelijke campagne van BMW 2024.

+++ Emotioneel aangrijpende feestelijke BMW campagne "Das Geschenk" (Het Geschenk) brengt pure vreugde naar het scherm +++
Klassieke BMW 1500 is de "verborgen ster" van de film +++ Slim gebruik van sociale media maximaliseert bereik en betrokkenheid +++

München. De feestelijke campagne van dit jaar van BMW – getiteld "Das Geschenk" (Het Geschenk) – vertelt het ontroerende verhaal van een jongen genaamd Tim, die niets liever wil dan een heel speciale traktatie vinden voor zijn geliefde oma. Tegelijkertijd vervolgt het merk zijn reis naar de introductie van de Neue Klasse door terug te blikken op een icoon uit de autogeschiedenis dat in de jaren '60 een nieuw tijdperk voor BMW inluidde (eveneens onder de naam Neue Klasse). De film die centraal staat in de campagne is vol gevoel en laat zien hoe het befaamde BMW rijplezier generaties samenbrengt – op twee verschillende manieren.

De film begint met een wandeling door een feestelijk versierd stadscentrum. Tim en zijn ouders zijn op zoek naar een kerstcadeau voor zijn grootmoeder. Zijn ouders komen met het ene na het andere clichématige voorstel, die allemaal prompt en zelfverzekerd worden afgewezen door hun zevenjarige. Uiteindelijk ziet hij in een etalage hetgeen dat zijn oma – en hemzelf – de grootste vreugde zal schenken. Tims ouders zijn aanvankelijk niet overtuigd, maar besluiten uiteindelijk toch mee te gaan in de wens van hun zoon. Tims grootmoeder opent het enorme pakket met haar familie op kerstavond om een BMW Junior Seat kinderautostoeltje te onthullen. Zowel grootmoeder als kleinzoon weten meteen wat dit betekent: ze kunnen nu samen uitstapjes maken in haar klassieke BMW 1500. Want vreugde is het kostbaarste geschenk – en de vreugde van het rijden overbrugt jong en oud.

Deze vermakelijke feestfilm benadrukt het rijplezier dat centraal staat bij het merk en maakt de BMW 1500 – meer dan 60 jaar geleden gelanceerd onder de Neue Klasse paraplu – de "verborgen ster" van de campagne. De film is opgenomen in Wenen, Oostenrijk, en heeft als soundtrack de kerstklassieker uit de jaren '80

Firma BMW Nederland bv BMW Group Company Telephone (070) 41 33 222

Postal address Postbus 5808
2280 HV Rijswijk

Internet
www.bmw.nl
www.mini.nl



Media-informatie

Date 10 december 2024

Subject Rijplezier verenigt generaties – de feestelijke campagne van BMW 2024.

Page 2

"Christmas In Hollis" van de Amerikaanse hiphoplegendes Run-D.M.C.

Sociale media signalen nodigen de gemeenschap uit om mee te doen

Jung von Matt bedacht het idee en concept voor de nieuwste feestelijke campagne. Het creatieve bureau uit Hamburg werkte samen met BMW Marketing en het in München gevestigde productiebedrijf Hochkant om de 100-seconden durende film te produceren, die te zien zal zijn op de kanalen van BMW op YouTube, LinkedIn en Instagram kanalen. Daarnaast zal de film ook te zien zijn op Netflix in zowel Duitsland als Groot-Brittannië. En een 60-seconden versie van "Das Geschenk" zal ook tijdens de feestdagen op televisie in Duitsland worden uitgezonden.

PIRO GmbH is verantwoordelijk voor het uitrollen van de campagne over de sociale mediaplatforms van het merk. Het idee van Tim zijn nogal speciale en onconventionele cadeau wordt ook opgepikt in een reeks begeleidende posts. Zo worden bijvoorbeeld feestelijke visuals getoond van auto-onderdelen – ingepakt in kerstpapier – die de gemeenschap een puzzel voorleggen om op te lossen.

Wanneer generaties elkaar ontmoeten – kijken naar een iconische klassieker met moderne ogen

Zowel het rijplezier als de aantrekkingskracht van de klassieke BMW 1500 zijn universeel en tijdloos. En een aparte sociale media serie omkadert deze generatie-overstijgende vibes met bijzondere charme. Tim probeert om te gaan met de klassieke auto zoals hij gewend is met moderne voertuigen, maar de Neue Klasse uit de jaren '60 mist elektrische ramen, de BMW Intelligent Personal Assistant en andere hedendaagse functies. Maar geen zorgen, want Tim zijn oma heeft altijd een truc achter de hand om de illusie in stand te houden, de verbeelding van de jongen te voeden en het gevoel van pure vreugde te verspreiden: <https://youtu.be/q3enbnm08q4>

Noot voor de redactie

Informatie:



Media-informatie

Date 10 december 2024

Subject Rijplezier verenigt generaties – de feestelijke campagne van BMW 2024.

Page 3

BMW Group Nederland, Corporate Communications

Bryan Barendrecht

Tel.: (0)70 41 33 227

bryan.barendrecht@bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op [Facebook](#), [YouTube](#) en [Instagram](#).

BMW Group.

BMW Group is met de merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Het BMW Group productienetwerk bestaat uit 30 productievestigingen wereldwijd; het verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen.

In 2023 verkocht BMW Group wereldwijd meer dan 2,55 miljoen personenauto's en meer dan 209.000 motorfietsen wereldwijd. De winst vóór belastingen in het boekjaar 2023 bedroeg € 17,1 miljard op een omzet van € 155,5 miljard. Per 31 december 2023 telde de BMW Group 154.950 medewerkers.

Langetermijndenken en verantwoord handelen zijn altijd de basis geweest van het economische succes van de BMW Group. Duurzaamheid is een belangrijk onderdeel van de bedrijfsstrategie van de BMW Group, van de toeleveringsketen via de productie tot het einde van de gebruiksfase van alle producten.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

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



Media-informatie

Date 10 december 2024

Subject Rijplezier verenigt generaties – de feestelijke campagne van BMW 2024.

Page 4