Sierpień 2015 r.

BMW Group na targach IAA 2015

**Monachium.** W dniach od 15 do 27 września we Frankfurcie **BMW Group** zaprezentuje się w otoczeniu architektury unikalnej na skalę całych targów, tworząc tym samym nową jakość w zakresie nowoczesnego marketingu doświadczeń.

Pod jednym szyldem BMW Group przedstawione zostaną w efektowny sposób marki BMW, MINI i Rolls-Royce oraz ich mocne i unikalne tożsamości.

Znacznie wydłużony w stosunku do roku 2013 tor jezdny (teraz o długości 400 m) oraz inscenizacja marek BMW i MINI umożliwiająca po raz pierwszy również aktywną jazdę to najważniejsze cechy architektoniczne prezentacji w roku 2015.

W ten sposób odwiedzający będą mogli w bezpośredni i spektakularny sposób poznać innowacyjność, dynamikę i wszechstronność BMW Group.

Ponad 12 tys. m2 na dwóch poziomach tworzyć będzie największe dotychczasowe stoisko BMW Group. Przedstawiciele mediów i odwiedzający będą mogli zapoznać się tam ze wszystkimi innowacjami, nowościami i całą paletą produktów.

Technologie i produkty marek BMW i MINI będą prezentowane na zintegrowanych z torem scenach, podczas krótkich pokazów powtarzanych 20 razy dziennie. Scena BMW ma imponującą szerokość 50 m.

Inteligentne wykorzystanie technologii cyfrowych: dzięki aplikacji BMW IAA firma BMW po raz pierwszy daje odwiedzającym możliwość wglądu za kulisy wystawy oraz uzupełniające informacje dotyczące poszczególnych innowacji i samochodów.

Oprócz audioprzewodnika oprowadzającego po wystawie aplikacja oferuje także elementy tzw. rozszerzonej rzeczywistości (augmented reality), która pozwala na przykład poznawać nowe BMW serii 7 w zupełnie nowym wymiarze.

Firma Bayerische Motoren Werke Aktiengesellschaft

Adres

BMW AG

80788 Monachium

Telefon

+49 89 382 28556

Internet

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

Steven Althaus, szef działu Brand Management BMW i Marketing Services BMW Group:

„Autentyczne i niepowtarzalne marki, wybitne nowe samochody i fascynujące innowacje prezentowane będą w nowatorski sposób. To będzie niezwykłe przeżycie dla gości targów IAA 2015”.

Najważniejszym punktem tegorocznej prezentacji **marki BMW** będzie nowe BMW serii 7. Jego ambitna koncepcja, innowacje i cechy będą punktem wyjściowym dla całej architektury i inscenizacji wystawy.

Stoisko BMW będzie miało formę flagship store, który poprzez swoją architekturę i inscenizację będzie dla odwiedzających miejscem służącym do poznawania marki.

Nowe BMW serii 7 to synonim nowoczesnego luksusu, który na targach IAA znajdzie swoją interpretację w nowoczesnej architekturze, jakości w detalach i nowoczesnych technologiach, budując też pozytywny odbiór wszystkich pozostałych modeli.

W centrum prezentacji BMW oprócz aktywnej jazdy ciekawym elementem będzie inscenizacja w formie rotundy: umożliwia ona odwiedzającym spojrzenie na nowe BMW serii 7 z różnych perspektyw i prowadzi ich na przestronny plac na piętrze.

Znajdująca się na piętrze „Galeria BMW serii 7” daje wgląd w istotę BMW serii 7 i demonstruje nowoczesny luksus: estetykę, pieczołowite wykończenie nawet najmniejszych detali, kunszt rzemieślniczy oraz przesuwające się granice technologiczne w skomunikowanym świecie.

Prezentowane jest to w oparciu o detale auta oraz przykłady najwyższego kunsztu rzemieślniczego z innych branży, na przykład manufaktury porcelany w Nymphenburgu.

Łącznie trzy pomieszczenia poświęcone są głównym tematom związanym z nowym flagowym produktem BMW. W centrum inscenizacji: nowe BMW serii 7 z pakietem sportowym M, nowe BMW serii 7 z wyposażeniem „Pure Excellence” oraz wariant BMW eDrive: *BMW 740Le.*

Samochodom towarzyszą wysokiej jakości, intuicyjnie prezentowane eksponaty dostarczające zwiedzającym bardziej szczegółowych informacji. Na przykład interaktywny ekran multimedialny szybko i efektownie przedstawia również poza samochodem nowe sterowanie za pomocą gestów.

Prezentacja zachęca do spokojnego spacerowania i odkrywania oraz daje możliwość bardzo osobistego poznawania nowego BMW serii 7. Okrągłe otwory w elementach architektonicznych dają fascynujący wgląd i widok na całe stoisko.

Tworzą przestronność i jednocześnie odniesienia tematyczne pomiędzy segmentem aut luksusowych prezentowanych na piętrze a segmentem premium na parterze.

**Submarka BMW i**oprócz aktualnych modeli BMW i3 oraz BMW i8 prezentuje innowacyjne koncepcje ładowania oraz ofertę serwisową.

Wraz z BMW Connected Living prezentowane jest kolejne pole innowacji. Na tegorocznych targach IAA BMW i po raz pierwszy zaprezentuje inteligentne pomysły wykraczające daleko poza rozwiązania czysto mobilnościowe i mocno związane z codziennym życiem użytkowników. Tym samym BMW i po raz kolejny demonstruje swój potencjał innowacyjny oraz swoją ideę: nowatorską, ekologiczną i indywidualną mobilność.

Otwarta architektura stoiska BMW sprawia, że fenomenalna prezentacja BMW i na parterze płynnie łączy się z wystawą BMW i8 na piętrze.

Tam nowatorskie technologie, takie jak Carbon Core i światła laserowe, pokazują nową interpretację luksusu.

**BMW e Drive –** osiągi silnika BMW TwinPower Turbo połączone z wydajnością silnika elektrycznego: konsekwentny transfer technologiczny z submarki BMW i do głównej marki widoczny jest na przykładzie debiutów modeli BMW eDrive, BMW serii 2, BMW serii 3, BMW X5 i BMW serii 7.

Odwiedzający będą poznawać nowości na jednej powierzchni łączącej podstawowe informacje o technologiach z niezwykle emocjonalną formą prezentacji.

**Submarkę BMW M**reprezentować będzie w sumie pięć samochodów.

Pośród nich jedna światowa premiera: BMW M3 Limuzyna. Architektura, media i światło stworzą idealną atmosferę dla prezentacji tych wyczynowych samochodów sportowych.

Czerwone lustrzane ściany i pulsujące instalacje świetlne spowiją przestrzeń i produkty atmosferą dynamiki. Tym samym fascynacja BMW M sięgnie nowego pułapu.

Połączenie kreatywności i najwyższego kunsztu rzemieślniczego pozwala stworzyć dzieło sztuki – na targach będzie można się o tym przekonać, podziwiając doskonałą jakość materiałów i wykonania spod znaku **BMW Individual,** drugiej gałęzi biznesowej BMW M.

Liczne wzory i przykłady indywidualizacji w łącznie czterech samochodach, pośród których znajdzie się również kompozycja stylistyczna BMW Individual w BMW 750i, pozwolą odwiedzającym poznać możliwości oraz ofertę BMW Individual i manufaktury BMW.

Na targach IAA 2015 zaprezentowane zostanie publiczności po raz pierwszy **nowe BMW X1**. Druga generacja samochodu, który sprzedał się dotychczas na świecie w liczbie ponad 730 tys. egzemplarzy, wyróżnia się stylistyką karoserii typową dla BMW X, jeszcze bardziej przestronnym wnętrzem i dopracowaną funkcjonalnością.

Nieograniczone możliwości tego solidnego auta typu Sports Activity Vehicle zaprezentuje efektowna instalacja: na powierzchni 50 m2 wzniesiony będzie masyw skalny obejmujący oba poziomy wystawy, który zaprezentuje nowe BMW X1 jako idealne uniwersalne auto doskonale czujące się zarówno w środowisku miejskim, jak i w terenie.

**BMW serii 3**, bez wątpienia najpopularniejszy model BMW, obchodzić będzie na IAA 2015 swoje urodziny. Przed 40 laty narodziła się do dziś najlepiej sprzedająca się seria BMW i rozpoczęła nową erę w historii motoryzacji.

Kluczowe elementy prezentacji ilustrować będą rozwój tej legendarnej limuzyny sportowej w sześciu kolejnych generacjach. Począwszy od pierwszego BMW serii 3, które poprzez swój sześciocylindrowy silnik benzynowy dało początek nowemu sportowemu segmentowi średniemu, aż po aktualny model: nowe BMW serii 3 Limuzyna.

**BMW Motorrad** zaprezentuje się dumnie na własnej ekspozycji w ramach stoiska BMW.

W tym roku pokazane zostaną cztery modele seryjne: BMW F 800, BMW S1000 RR, BMW S 1000 XR oraz BMW R nineT, a także pierwsza interpretacja scramblera autorstwa BMW: BMW Concept Path 22. Maksymalna minimalizacja – w tym motocyklu każda forma i powierzchnia ma swoją funkcję.

Oprócz opisanych prezentacji marek BMW Group oferuje również na IAA 2015 **BMW Group Junior Campus,** miejsce dla młodszych fanów motoryzacji, którzy będą mogli w zabawie poznawać temat mobilności.

Na terenie zewnętrznym obok hali 11 Nord dzieci w wieku od 11 do 14 lat będą mogły uczestniczyć w warsztatach na temat zrównoważonego rozwoju, mobilności, techniki i stylistyki.

Zgodnie z hasłem „Mission Mobil: konstruuj, buduj, testuj.” zespoły pod nadzorem pedagogów będą projektować gokarty, które będzie można potem testować na torze.

Udział dla dzieci i młodzieży jest bezpłatny. Konieczne jest zgłoszenie uczestnictwa: bmwjuniorcampus@erlebniskontor.de. Bilety ważne są jednocześnie na całych targach.

**MINI Creative Hub.** Tegoroczne stoisko MINI będące częścią wystawy BMW Group będzie również przykładem innowacyjności grupy oraz nawiązaniem do tradycji MINI odnajdywania się w coraz to nowej tożsamości. MINI zaprezentuje się po raz pierwszy z całkowicie nowym wizerunkiem korporacyjnym.

Inteligentna i autentyczna prezentacja marki widoczna jest w architekturze stoiska, sposobie komunikacji i filmowej inscenizacji. Nowa filozofia marki reprezentuje progresywny styl życia tzw. klasy kreatywnej.

Głównym elementem wystawy będzie światowa premiera **nowego MINI Clubman.** Wraz ze wznowieniem tego charakterystycznego i popularnego modelu w wersji 6-drzwiowej MINI po raz pierwszy wchodzi o segment wyżej i wyznacza nowe standardy w zakresie stylistyki, materiałów i jakości produktu.

Wysoka na 9 m witryna w fasadzie stoiska daje wgląd w świat nowego MINI Clubman. Zgodnie z hasłem „The Clubman Dialogues” odwiedzający zachęcani są do tego, aby odkrywać miejski świat nowego MINI Clubman.

Centralny eksponat jest dla gości okazją poznania różnych środowisk nowego MINI Clubman.

**MINI John Cooper Works** przenosi odwiedzających w przestrzenne, miejsko-industrialne klimaty. Dwaj reprezentanci legendarnej rodziny John Cooper Works zaprezentują się na tle stylizowanego hangaru samolotowego. Spacerując po wystawie, będzie można poczuć wolność, tradycję i ekskluzywność.

**MINI Countryman** jako samochód, który wszędzie jest w swoim żywiole – taki przekaz popłynie z jego prezentacji, która będzie miała miejski, ale też bardzo bezpośredni charakter.

Całej wystawie towarzyszyć będzie temat MINI Connected, będący wyrazem cyfryzacji samochodów MINI.

Systemy wspomagające kierowcę, informacje i rozrywka w samochodzie, wirtualna rzeczywistość – liczne innowacyjne eksponaty multimedialne pozwolą w interaktywny sposób poznawać niemal nieograniczone możliwości nowatorskich technologii.

Na piętrze, w zrelaksowanej loftowej atmosferze MINI Connected Lounge, będzie można cieszyć się spektakularnym widokiem na scenę i tor, a MINI 360° umożliwi wgląd w przyszłość.

**MINI Yours** to z kolei wyraz indywidualnej ekskluzywności. Ta strefa będzie zachęcać odwiedzających do poznawania w kreatywnej atmosferze szlachetnej stylistyki i materiałów. Duży eksponat w witrynie przedstawiać będzie wszechstronność i kunszt rzemieślniczy MINI Yours.

W **akcesoriach MINI** będzie można doświadczyć prawdziwej różnorodności akcesoriów we wszystkich kształtach i kolorach, które można łączyć ze sobą w coraz to nowy sposób. Odwiedzający będą mogli za pomocą konfiguratora akcesoriów MINI tworzyć swoją własną stylistykę MINI.

Tegoroczny sklep **MINI Lifestyle** zaprezentuje nową kolekcję MINI Gentleman’s Capsule. Kolekcja inspirowana nowym MINI Clubman obejmuje akcesoria, takie jak nakrycia głowy, okulary, obuwie, perfumy oraz ekskluzywny zestaw do golenia.

**Z wizytą u Rolls-Royce’a:** prezentacja Rolls-Royce Motorcars na targach IAA 2015 utrzymana będzie w koncepcji nowoczesnej willi – intrygującej i nowoczesnej. Jej zachęcająca do odwiedzin architektura prezentuje markę w bardziej otwarty i przystępny sposób niż na dotychczasowych wystawach.

Gwoździem programu będzie bez wątpienia **światowa premiera** nowego **Rolls-Royce Dawn**. Imponująco elegancka stylistyka karoserii 4-osobowego luksusowego kabrioletu jest intrygującą i nowoczesną interpretacją legendarnej prezencji Rolls-Royce’a. Dawn to samochód tak uwodzicielski, jak żaden inny model w programie marki Rolls-Royce. Na stoisku będzie prezentowany w dwóch konfiguracjach.

W **Collector’s Garage** wszyscy odwiedzający będą mogli podziwiać wyjątkowe samochody, takie jak nowy Wraith Inspired by Music, Phantom Limelight oraz Ghost Series II.

**Sir Henry Royce Lounge** będzie okazją do czerpania inspiracji przy tworzeniu swoich indywidualnych konfiguracji oraz do bezpośredniej rozmowy w zrelaksowanej atmosferze z ekipą Rolls-Royce’a.

**Bespoke is Rolls-Royce.** Jedną z tajemnic sukcesu „Bespoke is Rolls-Royce” jest ścisła współpraca pomiędzy projektantami i klientami. Umożliwia ona bezproblemową realizację oczekiwań nabywcy i pozwala tworzyć samochody tak indywidualne jak odcisk palca. W Bespoke Atelier goście będą mieli okazję poznać szczegóły dotyczące procesu projektowego niektórych legendarnych elementów auta.

Agencje:

Agencja Meiré und Meiré odpowiada za kreację i koncepcję marek BMW i MINI.

Planowanie realizacji należy do agencji Blue Scope Communications dla BMW i bfm-net dla MINI.

Wolf Production odpowiada za prezentację i inscenizację podczas trwania targów.

Agencja Puchner P3 odpowiada za kreację, koncepcję i realizację prezentacji Rolls-Royce.

Więcej informacji:

**BMW Group Corporate Communications**

Bernhard Ederer, Corporate Communication, Rzecznik Prasowy Działu Sprzedaży na rynek niemiecki Bernhard.Ede- rer@bmwgroup.com tel.: +49 89 382-28556, faks: +49 89 382-24418

[internet: www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com/) e-mail: presse@bmw.de

**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI i Rolls-Royce, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Ten międzynarodowy koncern obejmuje 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz międzynarodową sieć dystrybutorów z przedstawicielstwami w ponad 140 krajach.

W roku 2014 firma BMW Group sprzedała około 2,118 mln samochodów oraz 123 tys. motocykli na całym świecie.

 Zysk brutto wyniósł 8,71 mld EUR, a obroty 80,40 mld EUR.

 Na dzień 31 grudnia 2014 r. globalne zatrudnienie w przedsiębiorstwie wynosiło 116 324 pracowników.

Sukces BMW Group od samego początku wynika z myślenia długofalowego oraz podejmowania odpowiedzialnych działań. Dlatego też przedsiębiorstwo stworzyło politykę równowagi ekologicznej i społecznej w całym łańcuchu dostaw, pełnej odpowiedzialności za produkt i jasnych zobowiązań do oszczędzania zasobów, która to stanowi integralną część jego strategii rozwoju.

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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup> Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview> Google+: [http://googleplus.bmwgroup.com](http://googleplus.bmwgroup.com/)