



Informacja prasowa
wrzesień 2017 r.

Radość nie tylko z jazdy: innowacyjny luksus w stylu BMW.

Nowa strategia marki wspiera ofensywę producenta samochodów premium w segmencie aut luksusowych – nacisk położony jest na atrakcyjność, ekskluzywne przeżycia i niezapomniane wrażenia

Monachium. W ramach zaplanowanej ofensywy marketingowej swoich modeli BMW opracowało nową strategię dla samochodów luksusowych. Aby zapewnić zoptymalizowany profil i pozycjonowanie najbardziej ekskluzywnych przedstawicieli rodziny BMW, pojazdy te wyodrębniono jako samodzielną kategorię produktową. Nowe BMW serii 8 i BMW X7, a także BMW i8 oraz nadchodzące BMW i8 Roadster dołączą do BMW serii 7, tworząc rozbudowaną gamę modeli BMW w segmencie aut luksusowych. Samochody te stanowią idealne dopełnienie stylu życia klientów z tego segmentu, gwarantując autentyczne, emocjonalne doznania. Unikatowa tożsamość i filozofia, z którymi kojarzą się elitarne modele BMW znalazły teraz swoje odzwierciedlenie w nowo zaprojektowanym logo. Znak stanowi połączenie białą-czarnej wersji wprowadzonego po raz pierwszy 100 lat temu okrągłego emblematu producenta oraz nazwy firmy w pełnym brzmieniu „Bayerische Motoren Werke”. Nowy symbol wizualny modeli BMW z segmentu aut luksusowych został zaprezentowany po raz pierwszy podczas Międzynarodowych Targów Motoryzacyjnych (IAA) we Frankfurcie.

Dzięki klasycznej, stonowanej estetyce oraz umieszczeniu oryginalnej nazwy firmy nowe logo znakomicie wpisuje się w unikatową historię BMW. Odwaga, aby tworzyć własne rozwiązania i koncepcje, a także zdolność podejmowania wyzwań i uczenia się na własnych doświadczeniach, są bowiem nierozdzielnie związane z dziedzictwem BMW. Podejście to stanowi fundament działalności BMW od samego początku: od pierwszego silnika lotniczego, dzięki któremu ustanowiono rekord wysokości lotu, aż po wprowadzenie marki BMW i. Świadczy również o pasji firmy, pewności siebie oraz determinacji do budowania przyszłości w teraźniejszości. Można je także dostrzec w stylu życia grupy docelowej, której przedstawiciele próbują w życiu ciągle nowych rzeczy, przewodzą, cenią sobie wolność i niezależność.

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
*48 (0)22 279 71 00

Fax
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl



Informacja prasowa

Data wrzesień 2017 r.

Temat **Radość nie tylko z jazdy: innowacyjny luksus w stylu BMW.**

Strona 2

„Osoby te chcą przede wszystkim mądrze wykorzystywać posiadany czas” – podkreśla Hildegard Wortmann, Starsza Wiceprezes ds. Marki BMW. „Kierują się mottem ‘chwytaj każdą chwilę’, chcą żyć pełnią życia, gromadząc piękne i niezwykle doświadczenia”.

Niczym nieskrępowana myśl i pionierski duch tworzą progresywny luksus.

Luksusowy samochód jest owocem zaawansowanej wiedzy w wielu dziedzinach rozwoju. Autentyczny, fascynujący, a przede wszystkim nowoczesny luksus wyrasta z bogatych pokładów tradycji i pionierskiego ducha, bazując na wieloletnim doświadczeniu, dogłębnej wiedzy i talencie do innowacji. Sztandarowe modele w portfolio BMW ucieleśniają nową koncepcję luksusu, która łączy w sobie emocje wyrażone inspirującą estetyką oraz radością z jazdy z doświadczeniem wolności i świadomie kształtowanego indywidualizmu.

Konsekwentny rozwój koncepcji luksusu jest ściśle związany z cyframi 7 i 8 w palcie modeli BMW. Już od 40 lat BMW serii 7 Limuzyna wyznacza standardy ekskluzywnej radości z jazdy oraz charakterystycznego dla BMW stylu. Fascynacja BMW serii 8, którego historia sięga roku 1989, ma z kolei swoje źródło w awangardowym, dynamicznym i innowacyjnym wykorzystaniu formy w powiązaniu z siłą postępu technologicznego. Nowa seria 8 wnosi elegancję, dynamikę i luksus do uświęconej tradycją esencji BMW coupé. BMW i8 z napędem hybrydowym typu plug-in to z kolei krok w stronę przyszłości samochodów sportowych. Progresywny charakter aktualnie dostępnej palety samochodów luksusowych BMW wyznacza innowacyjne rozwiązania wyrastające z przełomowych osiągnięć, takie jak zastosowanie włókna węglowego w seryjnie produkowanych samochodach, funkcja zdalnego parkowania czy światła laserowe.

Inspirujące doznania, niepowtarzalne chwile.

BMW skupia swoje działania na konsekwentnej budowie relacji z klientami, niezwykłych doświadczeniach i emocjach, a także perfekcyjnie indywidualizowanej ofercie. Celem marki jest dostarczanie klientom wyjątkowych rozwiązań mobilnościowych każdego dnia – dzięki doskonałym, jedynym w swoim rodzaju usługom. Wizyty serwisowe są realizowane w systemie „odbiór i zwrot auta” dostosowanym precyzyjnie do potrzeb poszczególnych



Informacja prasowa

Data wrzesień 2017 r.

Temat **Radość nie tylko z jazdy: innowacyjny luksus w stylu BMW.**

Strona 3

klientów. Właściciele luksusowych BMW będą mogli również liczyć na elastyczność i swobodę użytkowania samochodu dzięki specjalnej usłudze mobilności alternatywnej. Przykładowo, jeśli użytkownik BMW serii 7 potrzebuje dodatkowej przestrzeni transportowej, może skorzystać z BMW X7. Jeżeli natomiast ma ochotę na weekend pod znakiem sportowych emocji i motoryzacyjnych wrażeń, oddajemy mu do dyspozycji BMW serii 8. Emocjonalna wartość dodana stanowi kluczowy element – nie tylko pod względem samej substancji samochodu, ale także usług tworzonych po to, aby otwierać przed kierowcą świat wszechstronnych doznań.

Uzupełnieniem palety modeli BMW i usług skrojonych pod potrzeby globalnie rozwijającego się segmentu aut luksusowych jest świat doświadczeń dopasowanych do wymagań nowoczesnej, międzynarodowej grupy docelowej, które znacznie wykraczają poza samą radość z jazdy samochodem. W ramach programu BMW i Pure Impulse Experience opracowanego dla właścicieli BMW i8 klienci na całym świecie mogą uczestniczyć w niezwykłych wydarzeniach kulturalnych, lifestyle'owych i turystycznych – od luksusowych wycieczek i wykwintnych kolacji w restauracjach wyróżnionych gwiazdkami Michelin aż po udział w ceremonii rozdania nagród Grammy w Los Angeles, targach sztuki Art Basel w Hongkongu czy wyścigach konnych White Turf w St. Moritz.

Firma chce dostarczać swoim klientom jedynych w swoim rodzaju doznań związanych z mobilnością. To wpisane w charakter marki dążenie do tworzenia inspirujących chwil znajduje dziś nowy wyraz w największej w historii koncernu ofensywie obejmującej segment samochodów luksusowych. „Budujemy luksusowy ekosystem unikatowych usług i doświadczeń, który zawiera w sobie pełną gamę luksusowych modeli BMW i tworzy kolekcję niezwykłych wspomnień oraz pięknych chwil” – wyjaśnia Wortmann.

BMW ma na koncie wiele inicjatyw odnoszących się bezpośrednio do emocji, ponieważ ceni wyjątkowe przeżycia i odważnie tworzy niezapomniane doświadczenia z myślą o klientach i miłośnikach marki. Jednym z przykładów jest kolekcja BMW Art Car obejmująca „dzieła sztuki na czterech kołach”, która nie ma sobie równych na całym



Informacja prasowa

Data wrzesień 2017 r.

Temat **Radość nie tylko z jazdy: innowacyjny luksus w stylu BMW.**

Strona 4

świecie. Już od 1975 roku znakomici międzynarodowi artyści tworzą arcydzieła godne najlepszych galerii na bazie modeli seryjnych oraz samochodów wyścigowych BMW. Kolekcja BMW Art Car to jednak nie tylko muzealne eksponaty – wiele z tych unikatowych dzieł miało swoją premierę nie podczas wystawy, ale także na torze wyścigowym.

Te niezapomniane chwile i miejsca ekskluzywnych doświadczeń są swojego rodzaju areną do prezentacji nowej kategorii produktu. „BMW musi być obecne tam, gdzie przebywają klienci z docelowego segmentu samochodów luksusowych”. – dodaje Wortmann. „Nie jesteśmy tylko producentem samochodów, ale także partnerem, który rozumie uwarunkowania luksusowego stylu życia i jest jednym z uczestników tego świata”.

Szczegółowe informacje na temat urzędowych norm zużycia paliwa i emisji CO₂ oraz zużycia energii elektrycznej w nowych samochodach osobowych dostępne są we wszystkich salonach BMW.



Informacja prasowa

Data wrzesień 2017 r.

Temat **Radość nie tylko z jazdy: innowacyjny luksus w stylu BMW.**

Strona 5

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, właściciel czterech marek: BMW, MINI, Rolls-Royce oraz BMW Motorrad, jest wiodącym producentem samochodów i motocykli klasy premium, świadczy też usługi finansowe oraz w zakresie mobilności. Firma prowadzi działalność na całym świecie za pośrednictwem 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz poprzez globalną sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2016 r. BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,367 mln samochodów oraz 140 000 motocykli. Zysk przed opodatkowaniem wyniósł ok. 9,67 mld EUR przy dochodach wynoszących 94,16 mld EUR. Wg stanu na dzień 31 grudnia 2016 r. w Grupie BMW było zatrudnionych 124 729 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Integralną część strategii firmy stanowią zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu wartości, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Polska>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>