

Informacja prasowa
3 marca 2020 r.

BMW przedstawia nową stylistykę marki do komunikacji online i offline.

Więcej możliwości kształtowania nowoczesnego wizerunku marki

- **Logo do komunikacji BMW, BMW i i BMW M w nowej stylistyce**
- **Nowa czcionka i nowe zasady projektowania**
- **Wdrożenie na całym świecie od 3 marca 2020 r.**

Monachium. Po ponad 20 latach wzór marki BMW do komunikacji online i offline prezentuje się w nowej stylistyce. Zmodyfikowano logo komunikacyjne BMW, BMW i i BMW M, czcionkę oraz zasady projektowania. W ten sposób marka dostosowuje się do zmieniających się oczekiwań i przyzwyczajeń wizualnych, a także do epoki cyfrowej.

Nowa stylistyka marki BMW jest wizualnym wyrazem nowo opracowanej tożsamości organizacji, która stawia klienta w centrum wszystkich swych działań. Nowe logo jest minimalistyczne, dwuwymiarowe i wyraża otwartość i przejrzystość. Dodatkowa przezroczysta wersja zachęca klientów bardziej niż kiedykolwiek do wejścia w świat BMW. W ten sposób producent zmienia się z marki czysto samochodowej na markę związaną z technologią i relacjami.

Nowa stylistyka jest ukierunkowana na wyzwania i możliwości związane z digitalizacją. Ponadto zaprojektowano nową czcionkę BMW, która wyraża otwartość i siłę charakteru, zapewniając nowoczesną i przyszłościową prezentację zarówno online, jak i offline.

„BMW staje się marką związaną z relacjami. Nowe logo komunikacyjne wyraża otwartość i przejrzystość,” mówi Jens Thiemer, starszy wiceprezes ds. klientów i marki BMW. „Dodatkowa przezroczysta wersja ma zachęcić klientów bardziej niż kiedykolwiek, aby stali się częścią świata BMW. Ponadto nasza nowa stylistyka marki jest ukierunkowana na wyzwania i możliwości digitalizacji marek. Dzięki powściągliwości wizualnej i elastyczności graficznej przygotowujemy się do szerokiej gamy punktów kontaktu w komunikacji, w których BMW będzie w przyszłości zaznaczać swoją obecność online i offline. Dodatkowe logo komunikacyjne symbolizuje rolę i znaczenie marki dla mobilności i radości z jazdy w przyszłości”.

BMW Group Polska

Adres:

ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon

*48 (0)22 279 71 00

Faks

+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl

Corporate Communications

Informacja prasowa

Data 3 marca 2020 r.

Temat BMW przedstawia nową stylistykę marki do komunikacji online i offline.

Strona 2

Światowa premiera nowej stylistyki marki BMW nastąpiła 3 marca 2020 roku. Zostanie wdrożona we wszystkich środkach komunikacji (online i offline), jak również na międzynarodowych targach i imprezach. Nowe logo jest nowym wizerunkiem medialnym BMW i będzie używane równolegle do istniejącego logo. Nie będzie stosowane na pojazdach ani do oznakowania zewnętrznego i wewnętrznego punktów dealerskich. Tam nadal używane będzie istniejące logo.

Śmigło czy nie śmigło: historia logo BMW

Całą historię o logo BMW, jego pochodzeniu i znaczeniu można przeczytać na stronie www.bmw.com (w języku niemieckim).

<https://www.bmw.com/de/automotive-life/bmw-logo-bedeutung-geschichte1.html>

Corporate Communications

Informacja prasowa

Data 3 marca 2020 r.

Temat BMW przedstawia nową stylistykę marki do komunikacji online i offline.

Strona 3

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, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2019 firma BMW Group sprzedała ponad 2 520 000 samochodów oraz ponad 175 000 motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2018 wyniósł 9,815 mld EUR przy obrotach wynoszących 97,480 mld EUR. Wg stanu na dzień 31 grudnia 2018 r. w BMW Group było zatrudnionych 134 682 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady zrównoważonego rozwoju ekologicznego i społecznego 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/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>