

Informacja prasowa
3 września 2021 r.

BMW podczas IAA Mobility 2021 wzmacnia komunikację opartą na współtworzeniu: marka i jej ambasadorzy wspólnie tworzą treści i prowadzą dyskusje ze swoją społecznością.

- Monachijskie targi stają się centrum współtworzenia marki BMW z ogólnoswiatową siecią znanych osobistości
- Współpraca jako klucz do autentycznego storytellingu w mediach społecznościowych, szczególnie dla młodych odbiorców
- Długotrwałe oparte na zaufaniu partnerstwo w przeszłości i na przyszłość

Monachium. Na targach IAA Mobility 2021 BMW wyznacza nowe standardy w komunikacji opartej na współtworzeniu. Marka w ramach targów zrzesza globalną sieć ambasadorów o łącznym zasięgu ponad 100 milionów obserwatorów, aby wspólnie tworzyć kreatywne treści i pomysły. — Przemysł motoryzacyjny przechodzi bezprecedensową transformację. BMW odmładza się i znajduje nowe formy komunikacji. Partnerstwo ze współtwórcami BMW wspiera te zmiany — wyjaśnia Stefan Ponikva, szef działu ds. komunikacji i doświadczenia marki BMW.

Targi IAA Mobility 2021 stoją dla BMW pod znakiem elektromobilności i gospodarki o obiegu zamkniętym. W obu obszarach BMW stało się motorem innowacji i chce o tym rozmawiać zarówno z obecnymi, jak i nowymi grupami docelowymi. Zainteresowanie młodych ludzi mobilnością jutra jest dla BMW bardzo ważne. Obiecującą drogą do tego celu jest co-creation, czyli współtworzenie. Wiarygodna współpraca pomiędzy marką a jej ambasadorami jest kluczem do autentycznego storytellingu. Współtworzenie opiera się na długotrwałej i opartej na zaufaniu współpracy z osobistościami i influencerami z różnych dziedzin społecznych, takich jak sztuka, muzyka, moda, lifestyle, zrównoważony rozwój i technologia.

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

Informacja prasowa

3 września 2021 r.

Data

Temat

BMW podczas IAA Mobility 2021 wzmacnia komunikację opartą na współtworzeniu: marka i jej ambasadorzy wspólnie tworzą treści i prowadzą dyskusje ze swoją społecznością.

strona

2

W przeszłości BMW dzięki temu podejściu odnosiło już duże sukcesy, dodatkowo przyspieszone przez pandemię: w ramach kampanii #NextGen 2020 BMW dzięki strategicznej współpracy wygenerowało ponad 300 milionów wyświetleń w mediach społecznościowych. Na uwagę zasługuje współtworzenie z Dude with Sign na temat zrównoważonej serii BMW i, wirtualny MINI Vision Car dla wirtualnego influencera, talk show na YouTube z Alex Hirschi znaną jako Supercar Blondie oraz premiera wydrukowanego w 3D BMW iX.

Wspólnie z influencerami na potrzeby targów IAA Mobility 2021 powstają kreatywne treści i działania o dużym zasięgu w mediach społecznościowych.

Podczas IAA Mobility 2021 BMW jeszcze mocniej skupia swoją uwagę na cyfrowej publiczności, jej potrzebach i preferencjach. Współtwórcy w wiarygodny sposób przedstawiają swoim cyfrowym grupom docelowym, co oznacza gospodarkę o obiegu zamkniętym i jak BMW wykorzystuje ją, aby stać się jeszcze bardziej zrównoważonym. Co-creation oznacza partnerstwo z BMW na równych zasadach; ambasadorzy będą przejmować inicjatywę we (współ)tworzeniu treści: — Aktywnie angażujemy ich w kształtowanie komunikacji, aby otworzyć nowe perspektywy nie tylko dla marki BMW, ale także dla naszych partnerów i ich odbiorców. W ten sposób umacniamy pozycję BMW jako marki opartej na budowaniu relacji i rozwijamy współtworzenie jako strategiczny element zarządzania marką BMW — mówi Stefan Ponikva.

Dobrym przykładem kreatywnego współdziałania jest współpraca z ambasadorką zrównoważonego rozwoju i dziennikarką, Gemmą Styles. W ramach prezentacji BMW iVision Circular rozmawia ona z prezesem zarządu BMW Oliverem Zipse o pilnej potrzebie wprowadzenia zrównoważonych innowacji i technologii.

— Wspólna praca z BMW nad tak ważnym i wymagającym tematem była dla mnie prawdziwą przyjemnością. BMW było niezwykle otwarte na współtworzenie i feedback. W ten sposób renomowana marka pokazuje, że naprawdę zależy jej



Informacja prasowa

3 września 2021 r.

Data

Temat

BMW podczas IAA Mobility 2021 wzmacnia komunikację opartą na współtworzeniu: marka i jej ambasadorzy wspólnie tworzą treści i prowadzą dyskusje ze swoją społecznością.

strona

3

na bardziej zrównoważonej przyszłości – i ja sama również wiele się nauczyłam. — Spotkanie w Monachium niektórzy ze współpracujących z BMW influencerów wykorzystują także do ekskluzywnej produkcji treści w mediach społecznościowych z udziałem obu elektrycznych pojazdów BMW – BMW iX oraz BMW i4, a także w cyfrowym doświadczeniu IAA – BMW JOYTOPIA.

Do międzynarodowej społeczności współtwórców należą inne znane osobistości, takie jak zdobywca Oscara Hans Zimmer, producent muzyczny Steve Aoki oraz Brooklyn Beckham. Brytyjski fotograf i przedstawiciel generacji Z, mówi o tej współpracy: — Lata, które spędziłem wspólnie z BMW, były wspaniałym partnerstwem. Ze swoim przyszłościowym designem i innowacyjnymi pomysłami marka ta uosabia dokładnie to, co oznacza bycie marką samochodową. Jako globalny partner i współtwórca BMW z przyjemnością opowiadam ich historie swoimi oczami. — Do grona współtwórców należą również cieszący się dużą popularnością nowi partnerzy, tacy jak piosenkarka Zoe Wees i skateboardzista Nyjah Huston, aktor Luka Sabbat, Alex Hirschi znana jako Supercar Blondie, wieloletnia ambasadorka marki Lena Gercke oraz znany tiktoker Younes Zarou.

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



Informacja prasowa

3 września 2021 r.

Data

Temat

BMW podczas IAA Mobility 2021 wzmacnia komunikację opartą na współtworzeniu: marka i jej ambasadorzy wspólnie tworzą treści i prowadzą dyskusje ze swoją społecznością.

strona

4

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 mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 miliona samochodów oraz ponad 169 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2020 wyniósł 5,222 mld euro przy obrotach wynoszących 98,990 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2020 r. w BMW Group było zatrudnionych 120 726 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Firma już na wczesnym etapie wyznaczyła kierunek na przyszłość i konsekwentnie koncentruje się na zrównoważonym rozwoju i ochronie zasobów, poczynawszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów.

www.bmwgroup.comFacebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>Twitter: https://twitter.com/BMW_PolskaYouTube: <http://www.youtube.com/BMW.Polska>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwpolka>LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>**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