

Informacja prasowa
16 września 2025 r.

BMW i Jung von Matt prezentują międzynarodową kampanię BMW iX3.

+++ „Początek nowej ery” tak wprowadzany jest na całym świecie pierwszy model Neue Klasse +++ Nowy film z kultowymi modelami i wizją przyszłości BMW +++ Zaktualizowana stylistyka, nowy język wizualny i treści cyfrowe dla kanałów globalnych +++ Światowa premiera na IAA Mobility 2025 w Monachium +++

Monachium. Na premierę nowego BMW iX3, BMW i wiodąca agencja marki - Jung von Matt Hamburg, przedstawiają międzynarodową kampanię. Hasło „Początek nowej ery” ma na celu pozycjonowanie BMW iX3 jako pierwszego modelu opartego na przyszłościowej platformie Neue Klasse. Ten nowy rozdział w historii BMW koncentruje się na elektromobilności, cyfryzacji i zrównoważonym rozwoju, jednocześnie eksponując nowe aspekty „czystej radości z jazdy”, która zawsze była kluczowym elementem DNA marki BMW.

Neue Klasse: BMW wchodzi w nową erę radości z jazdy z iX3.

„Pierwszy model Neue Klasse z lat sześćdziesiątych ułożył drogę do globalnego sukcesu BMW. Dzisiejsze Neue Klasse wprowadza nas w zupełnie nową erę, które zaczyna się od BMW iX3 jako pierwszego modelu z nowej generacji pojazdów. Reprezentuje mobilność elektryczną bez obaw o zasięg oraz cyfrowe doświadczenia, które dzięki inteligentnym rozwiązaniom stawia naszych klientów w centrum. Ponadto oznacza zrównoważoną produkcję opartą na odpowiedzialnych działaniach. Przede wszystkim jednak, rozpoczyna nowy rozdział radości z jazdy. Neue Klasse idzie w parze z nową erą w marketingu - erą w pełni skoncentrowaną na naszych klientach. Mogą teraz korzystać z zaawansowanego konfiguratora oraz innowacyjnych usług, które są bardziej intuicyjne i spersonalizowane niż kiedykolwiek wcześniej. Nasza kampania obrazuje uczucie nowego początku, jednocześnie pokazując, że Neue Klasse to coś więcej niż pojazd: to obietnica kształtowania przyszłości BMW” – wyjaśnia Bernd Körber, szef zarządzania produktem i marką w BMW.

Informacja prasowa

Temat BMW i Jung von Matt prezentują międzynarodową kampanię BMW iX3.

Strona 2

Andreas Ernst, Dyrektor zarządzający Jung von Matt Hamburg, dodaje: „Rynek motoryzacyjny przechodzi obecnie najbardziej radykalną zmianę w swojej historii. Dla marki takiej jak BMW, która wyprzedza swoich konkurentów, innowacyjność jest kluczowa. Aby długofalowo wyróżnić się na rynkach międzynarodowych, każda firma potrzebuje obietnicy, która trafi do serc klientów. BMW wyróżnia się w tym aspekcie na tle innych marek samochodowych. BMW stworzyło radość z jazdy, a Neue Klasse przenosi ją teraz do nowej ery.”

Jednolita kampania na wszystkich rynkach

Głównym punktem kampanii jest film, który po premierze BMW iX3 na IAA Mobility 2025 (9–14 września 2025) będzie wykorzystywany na wszystkich rynkach zarówno w telewizji, jak i na cyfrowych kanałach marki.

Film przywołuje unikalną historię BMW, korzystając z legendarnych modeli takich jak BMW 1800, BMW M1, BMW serii 3, BMW X5 oraz zelektryfikowany BMW i8. Te pojazdy dosłownie „wracają do domu” - do siedziby BMW, aby być świadkami narodzin nowego BMW iX3. Jako nowy kamień milowy, to auto łączy przeszłość głęboko zakorzenioną w tradycji z elektryczną, cyfrową i zrównoważoną przyszłością. Film został wyprodukowany przez Tempomedia.

Towarzyszy temu dziesięć krótkich filmów produktowych, jeden film inauguracyjny oraz materiały skierowane na media społecznościowe. Ilustrując charakterystyczną dla BMW radość z jazdy w erze cyfrowej, są skierowane na wszystkie rynki.

Wraz z nowym BMW iX3, BMW kładzie również nacisk na kluczowe innowacje Neue Klasse, takie jak nowy BMW Panoramic iDrive, wysokowydajny układ sterujący znany jako „Heart of Joy” oraz nowy, minimalistyczny język designu. BMW iX3 ma zasięg całkowity do 805 kilometrów (BMW iX3 50 xDrive WLTP łączny (EnVKV): zużycie energii 17,9 – 15,1 kWh/100 km; emisja CO₂: 0 g/km; klasa CO₂ A; zasięg 678 – 805 km)*, co podkreśla, jak BMW łączy postęp z radością z jazdy.

Informacja prasowa

Temat BMW i Jung von Matt prezentują międzynarodową kampanię BMW iX3.

Strona 3

Równolegle z kampanią, BMW wprowadza dodatkowe zmiany. Projekt identyfikacji wizualnej został odświeżony we współpracy z BECC Agency GmbH, Monachium. Współpracując z fotografem Alexem Rankiem, BMW i Jung von Matt opracowali nowy język wizualny.

Kliknij, aby obejrzeć film BMW: [Początek nowej ery | Przedstawiamy nowe BMW iX3.](#)

Dane dotyczące zużycia paliwa, emisji CO₂, zużycia energii i zasięgu dotyczą pojazdów oferowanych na rynku niemieckim. Wszystkie dane oparte są na nowym cyklu testowym WLTP. Dane dotyczące zużycia energii i emisji odnoszą się do niemieckiego rozporządzenia o znakowaniu energetycznym samochodów osobowych (EnVKV).

* Dane dotyczące zużycia paliwa, emisji CO₂, zużycia energii i zasięgu dotyczą pojazdów oferowanych na rynku niemieckim. Wszystkie dane oparte są na nowym cyklu testowym WLTP. Dane dotyczące zużycia energii i emisji odnoszą się do niemieckiego rozporządzenia o znakowaniu energetycznym samochodów osobowych (EnVKV).

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Hubert Fronczak, BMW Group Polska

telefon: +48 728 874 121, e-mail: hubert.fronczak@bmw.pl**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest wiodącym na świecie producentem samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje ponad 30 zakładów produkcyjnych i montażowych na całym świecie; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2024 firma BMW Group sprzedała ponad 2,45 miliona samochodów oraz ponad 210 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2024 wyniósł 11,0 mld euro przy obrotach wynoszących 142,4 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2024 r. w BMW Group było zatrudnionych 159 104 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie, poczynając od łańcucha dostaw, poprzez produkcję, aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów. Zrównoważony rozwój jest kluczowym elementem strategii korporacyjnej BMW Group i obejmuje wszystkie produkty od łańcucha dostaw i produkcji aż do końca ich okresu użytkowania.

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



Informacja prasowa

Temat BMW i Jung von Matt prezentują międzynarodową kampanię BMW iX3.

Strona 4

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

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

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

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