



Persbericht
24 mei 2024

BMW Group Belux ontvangt 4.000 gasten op BMW.REFLECTED

In zijn eigen hoofdzetel te Bornem organiseert BMW Group Belux van 23 mei tot 1 juni een ongezien klanten-event voor 3.500 VIP-gasten en industry leaders. Samen met een vergelijkbaar format in Luxemburg begin juni, zal BMW.REFLECTED ongeveer 4.000 gasten ontvangen. Centraal staat de merkbeleving in al haar facetten. Het commerciële initiatief, dat de naam BMW.REFLECTED meekreeg, nodigt het publiek uit om mee te denken over de positie van BMW als partner in een steeds sneller veranderende wereld.

BMW.REFLECTED toont de klanten van BMW hoe het merk de toekomst ziet. Het event is daarmee een verlengstuk van de commerciële BMW-belevingswereld die klanten bij de dealers kunnen ontdekken (bekijken van wagens, testritten, informatieve gesprekken, uitwerken van financiële voorstellen op maat), maar met een extra touch: niet alleen passeren er een aantal absolute premières de revue, er is ook aandacht voor een premium beleving op elk niveau: denk maar aan de gastronomische inbreng van de BMW-Friends en sterrenchefs Tim Boury, David Martin, Lionel Rigolet en Roger Van Damme.

BMW Group Belux deed in 2021 en 2022 al met succes ervaring op in het organiseren van een uniek, eigen commercieel event op maat van de klanten. Ook toen werd een verlengstuk van de klantenervaring bij de dealers gecreëerd op de hoofdzetel.

Centraal in het gebeuren staat zoals steeds de evenementenhal van 4.000 vierkante meter van BMW Group Belux in haar hoofdzetel te Bornem: nieuwigheden en premières, rechtstreeks uit München, zullen er te bewonderen zijn in een premium omgeving.

Alexander W. Wehr, CEO van BMW Group Belux, stelt: "Onze positie als marktleider in België brengt ook verantwoordelijkheden met zich mee. Vooruitblikken op de toekomst en samen met onze partners nadenken hoe we die het beste vorm geven, is er daar één van. We zijn fier dat we dat idee met BMW.REFLECTED kunnen realiseren."

Naast een visionaire vooruitblik biedt BMW.REFLECTED ook een nieuwe dimensie aan het commerciële ecosysteem van BMW. Centraal daarin staat het netwerk van dealers die in de eigen regio van iedere klant hun eigen unieke beleving creëren, daarin bijgestaan door rechtstreekse digitale touchpoints zoals de BMW-app of de website. Ook in 2025 zullen BMW Group en zijn merken hun traditie van op maat gemaakte unieke klantenevenementen en -initiatieven voortzetten.



De BMW Group

Met zijn vier merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad is de BMW Group wereldwijd de grootste premium fabrikant van auto's en motorfietsen en biedt het bedrijf ook financiële en mobiliteitsdiensten van topklasse. Het productienetwerk van BMW Group bestaat uit meer dan 30 productielocaties wereldwijd; het bedrijf heeft een wereldwijd verkoopnetwerk in meer dan 140 landen.

In 2023 verkocht BMW Group wereldwijd 2,55 miljoen auto's en meer dan 209.000 motorfietsen. De winst voor belastingen bedroeg in het boekjaar 2023 € 17.1 miljard op een omzet van € 155,5 miljard. Op 31 december 2023 had de BMW Group 154.950 medewerkers in dienst.

Het succes van de BMW Group is altijd gebaseerd geweest op langetermijndenken en verantwoord handelen. Het bedrijf heeft al in een vroeg stadium de koers voor de toekomst uitgezet en maakt duurzaamheid en efficiënt beheer van hulpbronnen consequent centraal in zijn strategische richting, van de toeleveringsketen via de productie tot het einde van de gebruiksfase van alle producten.

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-group/>