



Richtlinien Partner- / Zuliefererkommunikation BMW Group Österreich

Gemäß der BMW Group Einkaufsbedingungen darf der Auftragnehmer nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung von BMW mit seiner Geschäftsverbindung zur BMW Group werben.

Grundsätzlich ist es möglich, dass ein direkter Lieferant oder Dienstleister seine Leistung für die BMW Group beschreibt und im (Bewegt-) Bild darstellt.

Bevor allerdings Informationen oder Bilder mit BMW Group Inhalten veröffentlicht werden, müssen diese von der BMW Group freigegeben werden.

Daher ist eine inhaltliche Prüfung von Kommunikationsmaßnahmen durch den BMW Group Fachkontakt zwingend notwendig. Danach erfolgt die Freigabe durch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Freigabe von (Bewegt-) Bildern sowie Logos und Wortmarken erfolgt durch die Rechtsabteilung.

Im Allgemeinen gilt, dass nur die BMW Group die Belange der BMW Group kommuniziert. Folgende Beurteilungskriterien finden gleichsam als Checkliste bei der Zuliefererkommunikation (Maßnahmen von Partnern) Beachtung:

- Eine Nennung von Auftragsumfängen ist nicht erwünscht. (Ausnahmen sind rechtliche Zwänge, z. B. ad hoc Pflicht.)
- BMW Group Firmen u. Produkte dürfen nicht originär in der Überschrift erscheinen.
- BMW Group Mitarbeiter dürfen nicht zitiert werden.
- Aussagen eines Partners im Namen der BMW Group oder für die BMW Group sind nicht erwünscht.
- Geheimhaltung von wettbewerbsrelevanten Informationen ist den Einkaufsbedingungen entsprechend zu wahren.
- Innovationen, Wettbewerbsvorsprünge und Alleinstellungsmerkmale werden von der BMW Group selbst kommuniziert. Eine Erstkommunikation durch einen Partner ist nicht erwünscht.
- Aussagen zur (Kern-) Eigenleistung der BMW Group sind nicht erwünscht.
- Derzeitige und zukünftige Beziehungen zu (Konkurrenz-) Firmen sind zu beachten. (Einkaufsverhandlungen, Kooperationen und Sponsorenverträge).
- Informationen im Zusammenhang mit neuen BMW Group Fahrzeugmodellen unterliegen einer Sperrfrist von zwei Monaten nach Markteinführung.
- Interne Bezeichnungen (Bspw. Entwicklungscodes) dürfen keine Verwendung finden.
- BMW Group Logos und Produktabbildungen dürfen im Allgemeinen von externen Stellen nicht verwendet werden. (Ausnahme: Referenzlisten)
- Der Schwerpunkt der Kommunikationsmaßnahme muss immer auf der Dienstleistung oder auf dem Produkt des Partners liegen.
- Ein namentliche Erwähnung von weiteren Automobilfirmen in der Kommunikationsmaßnahme mit BMW Group Bezug ist zu vermeiden.
- Pauschale kommunikatorische Zugeständnisse sind nicht möglich.

Guidelines for partner or supplier communication

According to the BMW Group purchasing conditions, the contractor requires BMWs prior written consent if he intends to advertise with his business relationship to BMW Group."

Basically it is possible for a direct supplier / partner to describe its services or products delivered to BMW Group as well as to provide (moving) pictures of its products or services.

Prior to release or publication, examination of the communication measures by the respective BMW Group department is mandatory. Afterwards, contents will be released by BMW Group Corporate Communications Dept., with (moving) pictures, logos and registered trade names being released by the Legal Department.

In general, only BMW Group communicates matters of BMW Group. Allowance can be made for the following assessment criteria by way of a checklist for ancillary-supplier communication (measures by co-operation partners):

- Any mention of order volumes is unacceptable (exception: legal obligations, e.g. ad-hoc duty).
- BMW Group companies and products must not appear in the heading.
- BMW Group employees must not be cited.
- Statements in the name of or for BMW Group must not be made.
- Information relevant to competition must not be divulged.
- Innovations, competitive edges and unique selling propositions will be communicated by the BMW Group itself. First-time publication through a co-operation partner is unacceptable.
- Statements on the BMW Group's own (core) activities are unacceptable.
- Consideration must be given to current and future relations with (competitor) companies (purchasing negotiations, co-operation arrangements and sponsoring contracts).
- Information relating to new BMW Group products must be held back for a period of two months after model launch.
- Internal development codes must not be used.
- In general, BMW Group logos and product images must not be used by external parties (exception: reference lists.)
- The communication measure must always focus on the partner's service or product.
- Any mentioning of competitors within the communication measure has to be avoided.
- Blanket assurances must not be made.