

Communiqué de presse



Octobre 2023

LIQUI MOLY lance une série vidéo avec l'influenceur « Shmee150 »

Le fabricant d'huiles moteur allemand et le YouTuber de renommée mondiale remettent la BMW 1M sur le devant de la scène

Soutien de renom pour l'univers varié des produits et services LIQUI MOLY : [Avec « Shmee150 », de son vrai nom Timothy Burton, l'entreprise basée à Ulm lance une coopération de grande ampleur sur Internet. Une BMW Série 1 Coupé dans la variante sportive M de 2008 a été prise comme exemple pour montrer l'effet « cure de jouvence » des produits LIQUI MOLY.](#) La première partie de la série est en ligne et fait des vagues chez les fans et les followers.

La présence de l'anglais fait partie du top 1% de tous les canaux YouTube, la crème de la crème donc. Il touche ainsi plus de 100 millions de personnes et compte plus de dix millions d'abonnés sur les principaux réseaux sociaux. En outre, il se classe également dans le meilleur pourcentage de la plateforme dans la catégorie « Voiture et véhicules ». La majeure partie de ses fans est répartie en Amérique du Nord, en Inde et en Europe.

Au cours d'une série vidéo en trois parties, la BMW ///M Série 1 est soumise à une remise à niveau technique dans un atelier partenaire LIQUI MOLY près de Londres. Tim Burton avait acheté la voiture-projet, très appréciée par la communauté, comme voiture d'occasion bon marché. La marque allemande de produits automobiles sera également présente visuellement dans son propre atelier ainsi que dans le « Shmuseum », connu pour être un showroom spectaculaire. Tim Burton, ancien « Car Spotter » et collectionneur de nombreuses « supersportives » exclusives, dit à ce propos :

« Je suis ravi que cela se soit si bien passé du premier coup entre LIQUI MOLY et moi. Comme pour « Shmee150 », la marque est un bon exemple auprès des connaisseurs et des fans de la manière dont des produits et services utiles à valeur ajoutée peuvent créer une expérience authentique dans le monde entier via les canaux numériques. Je suis convaincu de la qualité des produits LIQUI MOLY et je sais que la BMW fonctionnera mieux que jamais grâce à leur utilisation. Les fans peuvent déjà se réjouir des deux prochaines vidéos. Car les thèmes qui y sont présentés concernent également beaucoup d'entre eux ».

Peter Baumann, directeur marketing de LIQUI MOLY, est tout aussi convaincu des synergies de la coopération : Au fil des années, « Shmee150 » s'est plus qu'établi dans le monde

numérique et joue un rôle de premier plan. Ses canaux sont conçus de manière très professionnelle. Ce qui est particulier, c'est que l'on peut rencontrer Tim en personne lors de nombreux événements scéniques. On remarque immédiatement qu'il fait lui-même partie de la « communauté ». Associé à sa conviction concernant nos produits et services, cela constitue une base solide pour des contenus à valeur ajoutée passionnants dont nos clients, partenaires et consommateurs finaux peuvent également bénéficier. »

La première vidéo est déjà disponible sur YouTube, Instagram, TikTok et Facebook. Les parties deux et trois paraîtront dans les mois à venir. Une visite sur les canaux de LIQUI MOLY et « Shmee150 » vaut la peine.