



Presse-Information
10. April 2015

MINI Augmented Vision: Ein revolutionäres Anzeige-Konzept für mehr Komfort und Sicherheit.

Exklusiver Prototyp einer Augmented Reality-Brille unterstreicht die Innovationskraft und Kreativität der Marke MINI.

München. MINI zeigt auf der „Auto Shanghai 2015“ einen innovativen Blick in die Zukunft. MINI Augmented Vision ist das Zukunftsbild der intelligenten Vernetzung eines MINI Fahrzeugs mit einer Brille, in die relevante Inhalte projiziert werden. Dr. Jörg Preißinger, Projektleiter MINI Augmented Vision, BMW Group Forschung und Technik erklärt: „Wir haben mit mehreren Firmen unseres Partners Qualcomm ein vernetztes System und eine Augmented Reality-Brille im MINI Design geschaffen, die das Erlebnis innerhalb und außerhalb des Fahrzeugs neu gestalten.“ Dieser Prototyp schlägt mit maßgeschneiderten, interaktiven Funktionen eine Brücke zwischen Augmented Reality und markentypischem Lifestyle. Design und Farbkonzept der Brille wurden von Designworks für MINI gestaltet.

Mit „See-Through-Technologie“ zeigt die Augmented Reality-Brille relevante Informationen im direkten Sichtfeld des Fahrers, jedoch ohne andere Verkehrsteilnehmer zu verdecken. Damit erhöht sie die Sicherheit und den Komfort während der Fahrt.

Insgesamt werden mit MINI Augmented Vision folgende Funktionen in das Sichtfeld projiziert:

- **Zieleingabe für Navigation und Übergabe an das Fahrzeug:** Orte als Zielpunkt auch außerhalb des Fahrzeugs auswählen und anschließend an dieses übergeben.
- **First Mile / Last Mile:** Navigationsanzeige vom aktuellen Standort zum Fahrzeug bzw. vom Fahrzeug zum Ziel.
- **Head-Up-Funktionen:** Anzeige von Geschwindigkeit, Tempolimit, usw. über die Brille und damit im primären Sichtfeld des Fahrers. Diese werden stets an der gleichen Position oberhalb des Lenkrads angezeigt, um keine Verkehrsteilnehmer zu überdecken.

- **Kontaktanaloge Navigation und Points of Interest:** Erweiterung der Realität durch kontaktanaloge Navigationspfeile "auf der Straße", sodass der Blick stets auf den Verkehr gerichtet bleiben kann. Zusätzlich ist eine kontaktanaloge Anzeige interessanter Orte entlang der Route, wie zum Beispiel freier Parkplätze, möglich.
- **Messaging:** Bei eingehender Nachricht wird ein kleines Symbol in der Brille angezeigt. Die SMS/Kurznachricht kann dann durch das Fahrzeug vorgelesen werden. Aus Sicherheitsgründen ist das Anzeigen des Textes während der Fahrt nicht möglich.
- **X-Ray-View / transparente Fahrzeugteile:** Der virtuelle Blick durch Fahrzeugteile (wie A-Säule, Türen, etc.) wird ermöglicht, um verdeckte Bereiche sichtbar zu machen.
- **Augmented Parking:** Erleichtert das Einparken durch das Einspielen der Bilder einer im (rechten) Spiegel verbauten Kamera in die Brille. So lässt sich der Abstand zum Randstein eindeutig und bequem feststellen.

MINI Augmented Vision wurde in Zusammenarbeit mit mehreren Qualcomm Unternehmen entwickelt.

„Wir sind stolz darauf, bei der Entwicklung einer innovativen Augmented Reality-Schnittstelle zwischen Brille und Fahrzeug mitgewirkt zu haben“, sagt Jay Wright, Vice President von Qualcomm Connected Experiences, Inc. „MINI Augmented Vision ist ein beeindruckendes Beispiel dafür, was heute möglich ist und wir in Zukunft erwarten können.“

Medien-Information

Datum 10. April 2015

Thema MINI Augmented Vision: Ein revolutionäres Anzeigekonzept für mehr Komfort und Sicherheit.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Michael Ebner

BMW Group

Konzernkommunikation und Politik

Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH

Siegfried-Marcus-Strasse 24

5020 Salzburg

Tel. +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH

Hinterbergerstrasse 2

4400 Steyr

Tel. +43 7252 888 2345

mail: michael.ebner@bmwgroup.at

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>