

Presse-Information
23. Oktober 2015

BMW M2 Coupé im neuesten Teil der Rennspielserie Need for Speed.

Virtuelles M Feeling schon vor Marktstart.

München. Videospelfans kommen in den Genuss, das neue BMW M2 Coupé noch vor seinem Marktstart bereits virtuell erleben zu können. Im neuen Teil der erfolgreichen Rennspielserie Need for Speed ist der neueste Spross der BMW M GmbH von Anfang an Teil des Spielerlebnisses. Das verkündeten BMW und Ghost Games™, ein Studio der Electronic Arts Inc., heute. Das Videospiel startet ab dem 03. November 2015.

Seit mehr als 20 Jahren ist Need for Speed einer der ikonischsten Videospiel-Titel und ein Synonym für rasante Videospiel Action mit realistischer Physik und detailgetreuen Fahrzeugen.

Das außerordentlich realistisch gestaltete, virtuelle Modell des BMW M2 Coupé ist nicht nur bereits von Beginn an wählbar, es lässt sich zudem den eigenen Vorlieben gemäß konfigurieren. Abseits der verschiedenen freien Rennmodi ist das BMW M2 Coupé auch fester Bestandteil der im Spiel erzählten Geschichte.

Neben dem BMW M2 Coupé sind auch der BMW M3 Evolution II (E30), der BMW M3 (E46), der BMW M3 (E92), sowie das neue BMW M4 Coupé spielbar.

Ob in der virtuellen oder der realen Welt setzt das neue BMW M2 Coupé Maßstäbe im Segment der kompakten Hochleistungssportler bei Fahrdynamik und Agilität. Sein neu entwickelter Dreiliter-Reihen-Sechszylinder mit modernster M TwinPower Turbo Technologie leistet 272 kW/370 PS bei 6.500 min-1 (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 8,5 l/100 km; CO2-Emissionen kombiniert: 199 g/km) [1]. Sein außergewöhnliches Leistungspotenzial signalisiert das BMW M2 Coupé auch mit seinem charakteristischen M Design, das es auf den ersten als neuestes Mitglied der BMW M Familie kennzeichnet. Dazu tragen unter anderem die tiefgezogene Frontschürze mit großen Lufteinlässen, muskulöse Flanken mit charakteristischen M Kiemenelementen und die breite Heckpartie mit der M spezifischen Doppelendrohr-Abgasanlage eindrucksvoll bei. Für volle Rennstreckentauglichkeit sorgen zudem leistungsfähige M Compound-Bremsen, das elektronisch ge-regelte Aktive M Differenzial, sowie der M Dynamic Mode (MDM) der Dynamischen Stabilitäts Control, der kontrollierte Drifts ermöglicht.

Presse-Information
Datum 23. Oktober 2015
Thema BMW M2 Coupé im neuesten Teil der Rennspielserie Need for Speed.
Seite 2

Die Integration seiner Fahrzeuge in Videospiele ist ein fester Bestandteil der Marketingstrategie der BMW Group. Klassische und aktuelle BMW Group Fahrzeuge werden so nicht nur passiv als Bild oder Trailer präsentiert, sondern auch interaktiv für ein breites Publikum erlebbar zu machen.

Von der Kooperation mit Need for Speed profitieren dabei beide Partner. So ist die Spielbarkeit des neuen BMW M2 Coupé - noch bevor es auf realen Straßen zu sehen ist - ein wichtiger Teil der Marketingaktivitäten von Need for Speed. Für BMW bietet das Videospiel neben einer diversen Zielgruppe mit hoher Emotionalität und starkem Enthusiasmus die Möglichkeit, Fans der Marke bereits vor Marktstart das neue BMW M2 Coupé erleben zu lassen. Zusätzlich wird das Videospiel in Maßnahmen der Online und Social Media Kommunikation, sowie im Point of Sale Marketing aufgegriffen.

„BMW M steht für Leidenschaft und Faszination für Hochleistungssportler. Need for Speed ist für daher die ideale Plattform, das begeisternde BMW M2 Coupé schon vor Marktstart Fans der Rennspielreihe und der Marke BMW M zu zeigen.“, sagt Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketingservices BMW Group. „Die Kooperation mit Electronic Arts zeigt erneut, wie modernes Marketing stets neue Bereiche erschließen kann und somit zu einem Gewinn für alle wird.“

„Wir sind sehr glücklich über die Partnerschaft mit BMW und insbesondere darüber, das neue BMW M2 Coupé in Need for Speed zu haben“, so Edd Newby-Robson, Leiter Marketing, Ghost Games. „Die enge Zusammenarbeit mit Automobilherstellern war schon immer ein Schlüsselement, um das authentische Spielerlebnis zu schaffen, das unsere Fans von uns erwarten. Die Unterstützung seitens BMW war dafür unverzichtbar.“

[1] Die Verbrauchswerte wurden auf Basis des EU-Testzyklus ermittelt, abhängig vom Reifenformat.

Need for Speed

Need for Speed startet am 03. November in Nordamerika und am 05. November 2015 weltweit auf dem Playstation® 4 Computer Entertainment System und der Xbox One, dem All-In-One Spiele und Entertainment System von Microsoft. Das Spiel kommt im Frühling 2016 auf OriginTM für den PC. Werden Sie Teil der Need for Speed Community auf [Facebook](#), [YouTube](#) und [Twitter](#). Weitere Presseinformationen zu Need for Speed stehen auf <http://info.ea.com> zur Verfügung.

Presse-Information
Datum 23. Oktober 2015
Thema BMW M2 Coupé im neuesten Teil der Rennspielserie Need for Speed.
Seite 3

Dieser Spieletitel erhielt in den USA ein PEGI 12 Rating. Weitere Informationen finden Sie auf www.pegi.info.

Need for Speed ist ein eingetragenes Markenzeichen von Electronic Arts Inc.

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>