



Presse-Information
14. Oktober 2021

Batterietechnik: BMW Group macht Coldplay-Welttournee nachhaltiger

+++ BMW und Coldplay stellen mobile Batterielösung für die „Music Of The Spheres World Tour“ der Band vor +++ Welttournee erreicht neuen Höhepunkt in der langjährigen Zusammenarbeit zwischen BMW und Coldplay+++ Mehr als 40 recycelbare BMW i3 Batterien sorgen für die nötige Stromversorgung während der Live-Auftritte +++ Einsatz der ersten BMW Autobatterien, die für Second-Life-Anwendungen geeignet sind +++ Signifikante Reduzierung des CO2-Fußabdrucks während der Welttournee dank Speichertechnologie+++

München. Die Kooperation zwischen BMW und Coldplay erlebt einen neuen Höhepunkt. Nach dem Erfolgshit „Higher Power“, der im BMW i4/iX-Kampagnenfilm synchronisiert wurde, und dem Auftritt der britischen Band in der virtuellen Welt von BMW JOYTOPIA auf der IAA Mobilität in München wird BMW nun die weltweit ersten mobilen, wiederaufladbaren Show-Batterien für die kommende „Music Of The Spheres World Tour“ der Band zur Verfügung stellen. Im Sommer 2022 werden die vier Musiker auch in Frankfurt /Main und Berlin auftreten.

Die Showbatterie wird mit mehr als 40 wiederverwertbaren Autobatterien für den nötigen Strom während der Live-Auftritte sorgen und damit die Konzertreihe nachhaltiger und zu einer der grünsten Touren der Musikgeschichte machen. Die Zusammenarbeit zwischen BMW und Coldplay setzt neue Maßstäbe und könnte zur Blaupause für die gesamte Live-Branche werden.

Die Speichertechnologie für die Stromversorgung während der Live-Auftritte wird durch teilweise recycelte BMW i3 Batterien bereitgestellt. Die Show-Batterie wird den notwendigen emissionsarmen Strom liefern und die üblichen Diesel- und Benzingeneratoren ersetzen, was wiederum zu einer erheblichen Verringerung des CO2-Fußabdrucks aller Live-Auftritte der Band führen wird.

Das Aufladen erfolgt über eine Reihe erneuerbarer Energiequellen, darunter Solaranlagen, ein kinetischer Stadionboden, Elektrofahrräder und Generatoren, die mit hydriertem Pflanzenöl betrieben werden. Der kinetische Stadionboden und die Elektrofahrräder werden die kollektive Energie der Fans nutzen.

Diese Autobatterien sind weltweit die ersten, die für Second-Life-Anwendungen geeignet sind. Die Technologie ist ein wesentlicher Bestandteil der Vision der BMW Group von Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft.

"Wir sind stolz darauf, gemeinsam mit BMW die weltweit erste tourfähige, wiederaufladbare Show-Batterie zu entwickeln, die es uns ermöglicht, unsere Konzerte



Presse-Information

Datum 14. Oktober 2021

Thema Batterietechnik: BMW Group macht Coldplay-Welttournee nachhaltiger

Seite 2

fast vollständig mit sauberer, erneuerbarer Energie zu versorgen", sagt Chris Martin von Coldplay.

"Das gemeinsame Bewusstsein für Nachhaltigkeit hat in den vergangenen Jahren zu einem intensiven, kreativen Co-Creation-Prozess zwischen BMW und Coldplay geführt", betont Jens Thiemer, Senior Vice President Customer and Brand BMW. "Der Soundtrack ‚Higher Power‘ zur Markteinführung unserer vollelektrischen Modelle BMW iX und BMW i4 sowie der Auftritt von Coldplay in BMWs virtueller Welt JOYTOPIA während der IAA Mobilität waren die ersten großen Höhepunkte unserer erfolgreichen Zusammenarbeit. Mit dem Einsatz von Second-Life-Batterien aus BMW i3 Fahrzeugen helfen wir nun, die Welttournee von Coldplay noch nachhaltiger zu gestalten."

Gemeinsame Erfolge: "Higher Power" und JOYTOPIA

Die langjährige Kooperation zwischen BMW und Coldplay reicht bis in das Jahr 2014 zurück. Damals spielte die Band um Chris Martin, Jonny Buckland, Will Champion und Guy Berryman vor 1.500 begeisterten Fans zum Abschluss ihrer "Ghost Stories Tour" in der BMW Welt in München. Diese ersten Kontakte und das gemeinsame Bewusstsein für Nachhaltigkeit führten schließlich zu einer Zusammenarbeit zwischen BMW und Coldplay.

Die Kampagne für die Elektrofahrzeuge BMW iX und BMW i4 im Juni 2021 war der erste große Erfolg dieser Zusammenarbeit zwischen einer Marke und einer Band. BMW und Coldplay entwickelten die Kampagne gemeinsam in einem einzigartigen Co-Creation-Prozess. Der Soundtrack „Higher Power“ wurde ein Riesenhit und die Zeile „This joy is electric“ die perfekte Markenbotschaft für die beiden neuen BMW Premiummodelle.

Nachhaltige Welttournee als Blaupause für die gesamte Live-Industrie

Auf der IAA Mobilität in München im September 2021, die unter dem Motto "RE:IMAGINE TODAY" und ganz im Sinne der BMW Group Vision von Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft stattfand, wurde dann ein weiterer großer Erfolg dieser Co-Creation erzielt. Das von BMW neu geschaffene Metaversum JOYTOPIA präsentierte einen komplett virtuellen Auftritt von Coldplay. Die Show der vier Musiker war 24 Stunden lang online abrufbar und wurde von mehr als 150.000 Menschen weltweit gesehen. Für die digitale Welt war JOYTOPIA ein Quantensprung in Sachen Marketing und Unternehmenskommunikation.

Die erfolgreiche Kooperation zwischen BMW und Coldplay wird nun weiter ausgebaut und findet während der Welttournee im nächsten Jahr einen neuen Höhepunkt. Als Partner und Lieferant von wiederverwertbaren Autobatterien wird BMW die britische Band nicht nur bei dem Ziel unterstützen, noch nachhaltiger zu werden. Die Kooperation ist wegweisend und könnte zur Blaupause für die gesamte Live-Branche werden.



Presse-Information

Datum 14. Oktober 2021

Thema Batterietechnik: BMW Group macht Coldplay-Welttournee nachhaltiger

Seite 3

<https://www.bmw.com/en/automotive-life/coldplay-sustainable-live-music-experience.html>

https://www.youtube.com/watch?v=loYO_aNqYOI

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

BMW

Unternehmenskommunikation



Presse-Information

Datum 14. Oktober 2021

Thema Batterietechnik: BMW Group macht Coldplay-Welttournee nachhaltiger

Seite 4

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/>