

Presse-Information  
14. September 2015

## **MINI Goes Virtual Reality** **MINI nutzt als erste Marke Virtual Reality für das Story-Telling**

**München.** MINI plant eine globale Marketingkampagne, die auf eine individuelle Technologie setzt – Virtual Reality. Die Automobilmarke zeigt zwei 360-Grad-Kurzspielfilme, bei denen sich die Zuschauer frei im virtuellen Raum umsehen können. MINI nutzt damit als erste Marke überhaupt das große Potenzial der Virtual-Reality (VR)-Technologie, um hochwertiges Story-Telling zu betreiben, und stärkt mit diesem Schritt seine Markenpositionierung als innovatives Unternehmen, das neue Schritte in der Kommunikation geht.

Die beiden 6-minütigen Kurzfilme „Real Memories“ und „Backwater“ sind seit dem 8. September 2015 auf Youtube sowie auf der Kampagnenwebsite [www.mini.com/360](http://www.mini.com/360) international in mehr als 20 Ländern zu sehen. Die Filme werden über YouTube Pre-Rolls sowie auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram beworben.

Die Filme wurden in Barcelona mit einem Custom Stereo Rig mit 9 RED Dragon Kameras mit einer kombinierten Auflösung von 14k gedreht. Speziell für die Szenen im Auto wurde ein Custom 7 GoPro Kamera Rig entwickelt. Die Filme können direkt im Browser oder mit jedem Smartphone mit installierter YouTube-App angesehen werden. In Kürze werden die Filme auch für die VR-Brillen Samsung Gear und Oculus Rift erhältlich sein.

Für die globale Marketingkampagne plant MINI weltweit 140.000 MINI Virtual Reality Cardboard Viewers kostenfrei zu verteilen (die Brille basiert auf der neuen Version von Google Cardboard, die in diesem Sommer präsentiert wurde). Online unter [mini.com/360](http://mini.com/360) kann man nachschauen, wo die Virtual-Reality-Brille zu finden ist.

Zusätzlich zu den 2 VR Filmen gibt es auf der Kampagnenwebsite weitere spannende filmische Inhalte zu entdecken. 2 Filmtrailer, ein Making Of Video und kurze Clips, die zeigen, wie die Schauspieler in den Drehpausen die Features des MINI Connected Systems entdecken.

Datum 14. September 2015  
Thema MINI Goes Virtual Reality  
Seite 2

Agentur:  
KKLD creative agency Berlin/NYC  
UNIT9 production agency, London/BerlinKKLD Berlin

Director: Gevorg Karensky, LA

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Bernhard Ederer, BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation  
Tel.: +49-89-382-28556  
E-Mail: [bernhard.ederer@bmwgroup.com](mailto:bernhard.ederer@bmwgroup.com)

Nikolai Glies, Leiter Wirtschafts- und Finanzkommunikation  
Tel.: +49 89 382-24544  
E-Mail: [Nikolai.Glies@bmwgroup.com](mailto:Nikolai.Glies@bmwgroup.com)

**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](http://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>