

## **BMW präsentiert “Visionary” – eine Google Spotlight Story.**

### **BMW nutzt als erste Automobilmarke neue, innovative Virtual Reality Technologie für noch nie dagewesenes Storytelling.**

**München.** Als erste Automobilmarke weltweit nutzt BMW die Google Spotlight Stories Technologie für innovatives Storytelling und schafft damit ein interaktives 360° Virtual Reality Markenerlebnis auf YouTube. Im Fokus der, in dieser Form noch nie da gewesenen, Inszenierung steht der BMW VISION NEXT 100 – die Konzeptstudie zum 100-jährigen Jubiläum der Marke BMW. „Visionary“ ist ab heute unter folgendem Link zu sehen:

<https://www.youtube.com/watch?v=vNjE4CeCuXU>

Mit Google Spotlight Stories kann der Automobil und Technologie begeisterte Nutzer das Visionsfahrzeug BMW VISION NEXT 100 in einer Mischung aus spektakulärer Produktinszenierung und mobiler, virtueller Realität interaktiv entdecken. Basis ist eine 360° Video-Inszenierung, welche mit interaktiven Elementen erweitert wird. Der Nutzer kann in das Erlebnis ab heute per YouTube App auf Android Endgeräten oder über die eigenständige Google Spotlight Stories App für iOS und Android eintauchen.

Das revolutionäre Visionsfahrzeug BMW VISION NEXT 100 steht für die Innovationskraft und das Selbstverständnis der Marke BMW, auch in Zukunft führender Gestalter von Mobilität zu sein. Das BMW VISION NEXT 100 stellt den Fahrer in den Mittelpunkt, der selbst entscheiden kann, wie er „Freude am Fahren“ erleben möchte – entweder er fährt selbst oder er lässt sich durch Fahrerassistenz-Funktionen, die bis zum autonomen Fahren reichen, unterstützen.

„Das Projekt ‚Visionary‘ zeigt klar, wie BMW neue Chancen der digitalen Kommunikation für sich zu nutzen weiß, um intensive und verblüffende Erlebnisse zu schaffen“, erläutert Jörg Poggenpohl, Leiter Digitales Marketing BMW. „Als erste Automobilmarke überhaupt nutzen wir Google Spotlight Stories. Das passt perfekt zum Selbstverständnis der Marke als Zukunftsgestalter und Innovator.“

Die Google Spotlight Story „Visionary“ schuf BMW gemeinsam mit seiner Digitalagentur Jung von Matt, die das Konzept in enger Kollaboration mit Googles Kreativteam „ZOO“ entwickelte, sowie der Produktionsagentur Sehsucht, welche das 3D Modell sowie die grafische Welt für die Story erschuf.

Für die Realisierung des Projekts sind alle Beteiligten eine intensive Partnerschaft eingegangen – vom ersten Austausch über die Technologie und kreativen Routen bis hin zur finalen Produktion. Ergebnis der Kooperation ist ein innovatives, digitales, so noch nie dagewesenes Projekt auf YouTube mit klarem Fokus auf mobile Endgeräte.

Max Lederer, Geschäftsführer Jung von Matt: „Innovationen benötigen Mut – ohne das Vertrauen von BMW wäre echte Entwicklungsarbeit wie für die Google Spotlight Story „Visionary“ nicht möglich gewesen. Und auch für Jung von Matt war das Projekt eine Herausforderung. Ein Team aus Spezialisten hat sich dafür in eine gänzlich neue Software hineingearbeitet, welche parallel in Mountain View weiterentwickelt wurde. Zusammen mit dem großartigen Team von Google in Deutschland und den USA ist so im Rahmen der Jubiläumskampagne „THE NEXT 100 YEARS“ ein digitaler Leuchtturm entstanden, der aus Sicht von Jung von Matt die Zukunft mobiler Markenerlebnisse aufzeigt: interaktives Storytelling im virtuellen Raum.“

Florian Völlmecke, Interactive Producer Google/ZOO Hamburg, über „Visionary“: „Das Projekt zeigt das große kreative Potenzial von YouTube für innovative Markenerlebnisse und Virtual Reality. Gemeinsam mit BMW und Jung von Matt haben wir eine einzigartige, interaktive Erfahrung für Automobilfans und YouTube-Nutzer auf der ganzen Welt geschaffen.“

### **Google Spotlight Stories**

Google Spotlight Stories ermöglicht interaktives Storytelling auf mobilen Endgeräten basierend auf der gleichnamigen App (iOS & Android) sowie der Spotlight Stories Engine, welche in der YouTube App für Android integriert ist.

Google Spotlight Stories sind eine Mischung aus Geschichten und mobiler, virtueller Realität. Mit 360°-Ansicht verwandelt sich so das Smartphone in ein Fenster zu einer „anderen Welt“. Interaktivität wird dabei durch Sensoren des Smartphones ermöglicht (Gyroscope, Touch, etc.). Der Nutzer navigiert sich

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

19. Dezember 2016

Thema

BMW präsentiert "Visionary" – eine Google Spotlight Story.

Seite

3

mithilfe des Smartphones durch das Video-Erlebnis und kann zusätzliche Nebenhandlungen oder andere Perspektiven aktivieren. Google Spotlight Stories sind auch mit Google Cardboard kompatibel. Ein und dieselbe Geschichte ist für iOS Nutzer in der Spotlight Story App und für Android User zusätzlich auch in der YouTube App verfügbar. Für Desktop und Mobile Web Nutzer wird ein 360° Video ohne Interaktivität als Fallback ausgespielt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

**BMW Group Unternehmenskommunikation**

Bernhard Ederer, Unternehmenskommunikation, Pressesprecher BMW Group Marketing und BMW Group Vertrieb Deutschland

[Bernhard.Ederer@bmw.de](mailto:Bernhard.Ederer@bmw.de), Tel: +49 89 382-28556, Fax: +49 89 382-24418

Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de)

E-Mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de)

**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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>