

Presse-Information
21. Dezember 2016

Innovationen im Markenerlebnis der BMW Welt **Neue Technologien und Medien sorgen für ein** **interaktives und multimediales Gesamterlebnis**

München. Mit Sonderausstellungen, Live-Präsentationen und innovativen Medien eröffnet die BMW Welt ihren Besuchern einen Blick in die Zukunft. So wird der neue BMW 7er mittels Projection Mapping zur Leinwand für die Geschichte seines Entstehungsprozesses. Passend zur Jahreszeit findet sich zudem ein winterliches Arrangement rund um den BMW X1 wieder. Gleich zwei multimediale Innovationen erwarten die Besucher bei BMW i.

Die Vernetzung von Mobilität und smartem Wohnen

Unter dem Motto „The World of Connected Living“ widmet die BMW Welt den ersten Stock der BMW i Ausstellung in Kooperation mit der Samsung Group der intelligenten Vernetzung von BMW i Modellen, Mobile Devices und dem Zuhause der Zukunft. Hier begeben sich die Besucher auf eine Erlebnisreise durch die Welten von Internet of Things, Smart Home, Quick Connect und Virtual Reality. So kann der Besucher etwa die Vernetzung zwischen BMW i3 Modellen und verschiedenen Samsung-Geräten erleben. Dazu ist die SmartThings App von Samsung perfekt in einen BMW i3 integriert (ab sofort in allen anderen Modellen der BMW Group mit ConnectedDrive Services ebenfalls verfügbar). Bereits während der Fahrt kann auf diese Weise aus dem Auto heraus zum Beispiel die Heizung im Smart Home oder das Garagentor gesteuert werden – alle Funktionalitäten werden mittels Videowall in der Sonderausstellung veranschaulicht.

Das Highlight der Ausstellung ist der BMW Connected Mirror. Der interaktive Spiegel, basierend auf einer Samsung Innovation, zeigt den Besuchern, wie Technologie den Alltag erleichtert: Der smarte Spiegel wird mittels der weiterentwickelten BMW i Remote App mit dem Smartphone des Nutzers synchronisiert und informiert über tägliche Aufgaben, den Ladestatus des BMW i Fahrzeugs oder zeigt detaillierte Routenvorschläge zum nächsten Termin an. Alle Funktionen des vernetzten Zuhauses lassen sich über einen Screen abrufen, der dank innovativer AirTouch Steuerung nicht einmal mehr direkt berührt werden muss. Ein Höhepunkt der täglichen Vorführung durch die Gastbetreuung der BMW Welt ist der selbstparkende BMW i3. Wird der Autoschlüssel in die eigens dafür vorgesehene Halteschale unterhalb des BMW Connected Mirror abgelegt, parkt das Elektrofahrzeug in die nachempfundene Garage des Smart Home ein und verriegelt sich. Das Ausparken funktioniert selbstverständlich auch entsprechend

Presse-Information

Datum 21. Dezember 2016

Thema Innovationen im Markenerlebnis der BMW Welt

Seite 2

selbstständig. Zum Abschluss der Führung können sich die Besucher mittels einer Samsung Gear VR auf eine virtuelle Testfahrt in einem BMW i3 oder BMW i8 durch eine dreidimensionale Landschaft begeben.

Digitale Technologien schaffen multimediales und interaktives Erlebnis

Im Erdgeschoss der BMW i Ausstellung können Besucher Teil der BMW i DNA und der Ausstellung in der BMW Welt werden. Besucher werden von einer Microsoft Kinect eingescannt und aufgenommen. Im Anschluss wählen sie ein BMW i typisches Schlagwort wie „open-minded“ oder „enthusiastic“ aus und schon nach wenigen Sekunden ist das Ergebnis sichtbar: Auf einer großen Plasma-Wand wird die eigene Videosequenz abgespielt.

Auf der Ausstellungsfläche des neuen BMW 7er erleben Besucher eine digitale Reise, die in Zusammenarbeit mit der Londoner Agentur Holition entstanden ist: Via Projection Mapping wird ein 120-sekündiger Film, der die einzelnen Stationen des Entstehungsprozesses zeigt, direkt auf die neue Luxuslimousine projiziert – von den ersten Designskizzen über die Arbeit am Clay-Modell bis hin zum letzten Produktionsschritt. Dem Betrachter wird so die menschliche wie maschinelle Leistung, die hinter der Entwicklung eines solchen Fahrzeugs steckt, auf eine innovative und kunstvoll-ästhetische Weise vor Augen geführt. Darüber hinaus gilt die Installation aufgrund der verbauten Technologie als wegweisend. Eine Projektion auf ein Automobil bei Tageslicht war mit dieser Schärfe und Brillanz zuvor nicht möglich.

Auf dem Mittelpodest in der BMW Welt befindet sich passend zur Jahreszeit eine winterliche Inszenierung rund um den aktuellen BMW X1. Neben zahlreichen Lifestyle Produkten und Zubehör wie beispielsweise Dachbox oder Kindersitzen ist das überdimensionale Kaleidoskop ein Blickfang. Komplett verspiegelt und mit einem Durchmesser von über drei Metern spiegelt es das Fahrzeug sowie die Ausstellungsfläche in unterschiedliche Winkel und Perspektiven. Besucher können die Inszenierung per Twitter und dem Hashtag #GETOUTTHERE mit ihrer Community teilen.

Die BMW Welt hat auch zwischen den Jahren von 9 bis 18 Uhr für Besucher wie Fahrzeugabholer geöffnet. Schließungstage sind vom 24. bis 26. Dezember sowie am 31.12.2016 und am 01.01.2017.

Presse-Information
Datum 21. Dezember 2016
Thema Innovationen im Markenerlebnis der BMW Welt
Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH

Im Auftrag der BMW Welt
Marcel Bahrenburg
Phone: +49-89-720187-291
mailto: bmw-welt@lhk.de

BMW Group Unternehmenskommunikation

Bernhard Ederer
Pressesprecher BMW Welt
Phone: +49-89-382-28556
mailto: Bernhard.Ederer@bmwgroup.com
Internet: www.press.bmw.de

BMW Welt. Das Herz der Marken am Puls der Stadt.

Mit über 3 Millionen Besuchern in 2015 zählt die BMW Welt in München zu einer der meistbesuchten Sehenswürdigkeiten Bayerns und hat sich seit Eröffnung im Jahr 2007 zu einem wahren Publikumsmagneten entwickelt. Mit ihrer ikonischen Architektur ist sie das Herz aller Marken der BMW Group – BMW, die Submarken BMW M und BMW i, MINI, Rolls-Royce Motor Cars und BMW Motorrad –, die sich eindrucksvoll in eigenen Erlebniswelten präsentieren. Doch nicht nur die Ausstellungen und die Abholung der Neufahrzeuge sind Highlights für Automobil-Fans aus aller Welt. Auf die Besucher warten das ganze Jahr über ein vielseitiges Veranstaltungsprogramm aus Kultur, Kunst und Entertainment sowie beliebte Eventlocations für über 400 externe Veranstaltungen im Jahr. Die verschiedenen Restaurants der BMW Welt bieten ein vielfältiges kulinarisches Angebot bis hin zur Sterne-Gastronomie. Kinder und Jugendliche erleben im Junior Campus spannende Führungen und Workshops rund um die Themen Globalität, Mobilität und Nachhaltigkeit.

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

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

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

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

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