

## **BMW Projection Mapping. Innovatives Storytelling macht Luxus und höchste Ingenieurskunst des BMW 7er erlebbar.**

**München.** Ästhetische Lichtinstallation und innovatives Storytelling: BMW macht mit einer aufwändigen Inszenierung die vielen Entwicklungsschritte und die höchste Ingenieurskunst, die in der neuen BMW 7er Limousine stecken, sichtbar und erlebbar. Zu sehen ist die Inszenierung in der BMW Welt in München, in den BMW Brand Stores in Paris und Brüssel sowie im BMW Driving Center in Seoul. Die Marke BMW vermischt dabei Kunst und Technik zu einer einzigartigen Installation, die Maßstäbe im Kundenerlebnis setzt.

Ästhetik, Dynamik und Eleganz – die neue Generation der BMW 7er Limousine setzt neue Maßstäbe in der Luxusklasse, nicht nur durch ihre unnachahmliche Formensprache sondern durch ihre Innovationsführerschaft. Der BMW 7er ist mit zahlreichen neuen Technologien Flaggschiff der Marke BMW - darunter die Carbon Core Karosseriestruktur, die Gestensteuerung, oder das BMW Laserlicht.

Auf Basis des modernen Verständnisses von Luxus und höchster Ingenieurskunst, die die BMW 7er Limousine verkörpert, entwickelte das BMW Experiential Marketing einen völlig neuen Ansatz im Storytelling.

Ziel des Experiential Marketing ist es, mit innovativen Ansätzen und neuester Technik die Essenz der Marke BMW erlebbar zu machen. Die neueste Installation „BMW Projection Mapping“ arbeitet dabei mit hochmodernen Projektionsverfahren, um den Entstehungsprozess der BMW 7er Limousine zu visualisieren. Dazu legen leistungsstarke Projektoren passgenaue Bilder auf ein Serienmodell. Über die Strichzeichnung mit den markanten Linien der Seitengrafik, hin zum Clay-Modell bis zur 3D Zeichnung verfolgen Besucher zwei Minuten lang den Werdegang des BMW 7er: Von der Idee bis hin zum fertigen Flaggschiff. Ein zusätzlicher Bildschirm gibt zu den jeweiligen Arbeitsschritten weitere Hintergrundinformationen.

„Unser Ziel ist es, die Marke BMW durch neue, interaktive Erlebnisse den Besuchern näher zu bringen“, erklärt Claudette Pohl, Projektleiterin Experiential Marketing für die internationalen Marken Formate. „Bei diesem Projekt finden wir die ideale Kombination aus zukunftsweisendem, digitalem „Luxury Storytelling“ und höchster Ästhetik. Dieser Innovationsgeist sowohl im Inhalt als auch im Medium passt perfekt zum BMW 7er, dem Flaggschiff und Technologieträger von BMW.“

Bewusst platziert BMW die Installation abseits seiner Verkaufsräume. Mit den Installationen in der BMW Welt in München, in den BMW Brand Stores in Paris und Brüssel sowie im BMW Driving Center in Seoul zeigt die Marke Präsenz in wichtigen Metropolen. BMW sucht hier den aktiven Dialog mit einer kosmopolitischen Zielgruppe. Das Format Projection Mapping ist hier zentraler Bestandteil des Markenerlebnisses.

BMW arbeitete für das Projekt mit der Londoner Agentur Holition zusammen. Die Technologieexperten für Virtual- und Augmented Reality haben die Projektion in wochenlanger Detailarbeit dem BMW 7er auf den Leib geschneidert. Jeder Pixel sitzt perfekt auf den Designlinien der Karosserie. Die Projektion ist dabei unabhängig von den Lichtverhältnissen und kann auch bei Tageslicht in voller Qualität direkt auf den Lack des Fahrzeugs projiziert werden – ein absolutes Novum.

## Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum 25. Januar 2017

Thema BMW Projection Mapping.

Seite 3

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 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2015 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.com6>