

Presse-Information  
10. November 2017

## **„Be the one who dares“: Die BMW X2 Holo Experience BMW und Microsoft entwickeln einzigartiges Mixed Reality Erlebnis für die Kampagne des neuen BMW X2**

**München.** BMW und Microsoft inszenieren zusammen einen Teil der BMW X2 Kampagne „Be the one who dares“ als spielerisches High-Tech-Erlebnis. In einer einzigartigen Mixed Reality Anwendung verweben die beiden Kooperationspartner die physische Realität und digitale Inhalte zu einer Erfahrung, die exklusiv auf der Microsoft [HoloLens](#) erlebbar ist.

Mit der BMW X2 Holo Experience und Microsoft HoloLens tauchen die Nutzer in die Welt des BMW X2 ein und können sich in einer interaktiven Inszenierung mit dem neuen Modell auseinandersetzen. Spielerische Herausforderungen wechseln sich mit gestalterischen Elementen ab. So muss der BMW X2 aus einem Labyrinth geführt werden oder kann in einem Farbpool umlackiert werden. Dabei greift die BMW X2 Holo Experience Elemente der Kampagne wieder auf und sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert. Am Ende entsteht ein holografisches Selfie für die eigenen Social Media Kanäle. Interessenten können den BMW X2 im Anschluss bei einer Probefahrt erleben.

„Mit dem X2 werden wir eine relativ neue, digital affine und junge Zielgruppe ansprechen, die in der Kommunikation auch besondere und zeitgemäße Erlebnisse erwartet“, so Uwe Dreher, Leiter Markenkommunikation BMW. „Die Holo-Experience sorgt für den gewünschten technischen Wow-Effekt, mit der wir auch diese Zielgruppe maximal begeistern können, spielerisch, unterhaltsam und mit innovativer Technologie.“

„Mixed Reality ermöglicht Unternehmen den nächsten Schritt im Rahmen der Digitalisierung zu gehen“, so Michael Zawrel, Senior Product Manager Mixed Reality & HoloLens Germany. „Die BMW X2 Holo Experience zeigt, wie Firmen ihre Produkte über die Vermischung der physischen und digitalen Welt auf völlig neue Weise erlebbar machen können.“

Die BMW X2 Holo Experience, auf Basis von Microsoft HoloLens und Windows Mixed Reality, kommt international bei ausgewählten BMW Händlern, in exklusiven Closed Rooms und Formaten wie dem Brand Experience Center zum Einsatz.

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49 89 382 28556

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Presse-Information

Datum 10. November 2017

Thema „Be the one who dares“: Die BMW X2 Holo Experience

Seite 2

Bereits jetzt können Besucher den BMW X2 digital in der BMW Niederlassung Berlin, in der BMW Niederlassung München und in der Automag München oder im Brand Experience Center in Zürich erleben.

Die BMW X2 Holo Experience fügt sich nahtlos in die Kampagne „Be the one who dares“ für den neuen BMW X2 ein. Die Kampagne begleitet den neuesten und extrovertiertesten Zugang der X Familie auf seiner kommunikativen Reise vom Kommunikationsstart Ende Oktober 2017 bis zu seiner Markteinführung im März 2018.

Der BMW X2 (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,3 – 4,5 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 144 – 118 g/km\*) ist mehr als ein neues BMW X Modell. Mit seinem unverwechselbaren Design und seinen sportlich urbanen Genen setzt er in seiner Klasse und innerhalb der BMW X Modellfamilie ein selbstbewusstes Zeichen. Sein einzigartiger Charakter spricht vor allem junge oder junggebliebene, extrovertierte und aktive Menschen an, die Wert auf Individualität, echte Fahrfreude und Lifestyle legen, ohne dabei auf Funktionalität verzichten zu wollen. Sie wohnen im urbanen Umfeld, führen selbst ein aktives Leben und sind zugleich in der digitalen Welt bestens vernetzt.

Auf Grundlage von tiefgreifenden Datenanalysen spricht BMW Fans, Kunden und Interessenten in ihrer jeweiligen digitalen Lebenswelt an – mit maßgeschneiderten Inhalten, die höchst relevant sind. Die Affinität zu Film und Musik sowie Gaming und neuen Technologien gehört fest zur urbanen, kosmopolitischen Zielgruppe, die durch die BMW X2 Holo Experience mit höchst relevantem Inhalt optimal angesprochen wird.

Weitere Bausteine der Kampagne werden im Laufe der kommenden Monate vorgestellt. So wird „Be the one who dares“ auf diversen Social Media Plattformen in ungewohnter Weise neue, digitale Zielgruppen ansprechen.

Weiterführende Links:

<http://news.microsoft.com/de-de/mixed-reality-bmw/>



Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

### **BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Julian Hetzenecker

Kommunikation BMW Group Vertrieb Deutschland und BMW Group Marketing

BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Telefon: +49 89 382 39229

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

Micaela Sandstede

Pressesprecherin BMW Group Vertrieb Deutschland und BMW Group Marketing

BMW Group Wirtschafts- und Finanzkommunikation

Telefon: +49 89 382 61611

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

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

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

### **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. 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 belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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>