

Presse-Information
02. September 2021

BMW präsentiert zur IAA Mobility die neue Streamingplattform JOYTOPIA, mit Academy-Award-Preisträger Christoph Waltz als Sprecher. Eröffnung der virtuellen Welt mit einem Exklusiv-Konzert der britischen Band Coldplay.

+++ BMW hebt Marken-Kommunikation auf neues Level +++ Exklusiv-Konzert von Coldplay eröffnet die neue virtuelle Welt JOYTOPIA +++ Neuer Markenkanal bleibt über die IAA Mobility hinaus fester Bestandteil der Unternehmens- und Markenkommunikation +++ Mit JOYTOPIA schafft BMW ein eigenes Metaversum +++

München. Zwei Tage vor Eröffnung der internationalen Automobilmesse IAA Mobility in München (7. bis 12. September 2021) bringt BMW mit JOYTOPIA eine eigene und weltweit einzigartige virtuelle Welt an den Start. Höhepunkt der Eröffnung am 5. September wird eine exklusive Performance von Coldplay sein. Die britische Band wird ein virtuelles Konzert auf der Plattform spielen.

Nutzerinnen und Nutzer erleben auf JOYTOPIA ein noch nie dagewesenes Konzertgefühl. Sie haben die Möglichkeit, beim Auftritt von Coldplay nicht nur live dabei zu sein – als Avatar können Fans selbst aktiv werden. Sie können mit ihrer Kunstfigur zur Musik tanzen oder nahe an die Bühne treten, um die Band aus allen Winkeln zu betrachten.

Auf dem für die BMW Group exklusiv produzierten Konzert wird Coldplay vier Songs spielen, darunter auch den Erfolgshit „Higher Power“. Das Konzert kann am 5. September rund um die Uhr in JOYTOPIA erlebt werden.

BMW hebt Marken-Kommunikation auf ein neues Level.

„Mit JOYTOPIA haben wir ein eigenes Metaversum geschaffen. Wir kommen damit der Nachfrage unserer Kundinnen und Kunden nach, die individuelle Erlebnisse im digitalen Raum erfahren wollen“, sagt Stefan Ponikva, Leiter BMW Markenkommunikation und -erlebnis. „Wir wollen einen neuen Dialog mit dem Publikum eröffnen, der den Status quo von der Interpretation der Marke zur Interpretation durch den Nutzer verschiebt. JOYTOPIA ist ein Quantensprung für die digitale Welt. Wir heben Marken-Kommunikation damit auf ein neues Level.“ JOYTOPIA ist ein neues Marketinginstrument für die Bespielung der digitalen Welt.

Einfacher Zugang ohne Anmeldung und Passwort.

Alle Mobilitätsfans, die nicht zur Messe in München kommen und an den verschiedenen BMW Hubs am Max-Joseph-Platz vor Ort sein können, können über JOYTOPIA aktiv die Highlight Fahrzeugvisionen erleben. JOYTOPIA ist eine Plattform, zu der jede Nutzerin und jeder Nutzer über den eigenen Browser und die Internetadresse <http://joytopia.com> freien Zugang hat. Eine Registrierung mit Namen, E-

Mail-Adresse und Passwort ist daher nicht nötig – JOYTOPIA kann ohne eine eigene App benutzt werden. Dennoch ist die Anwendung für Smartphones optimiert. Entstanden ist die neue virtuelle BMW-Welt in Kooperation mit „Journee“, einer weltweit führenden Technologieplattform für Metaversum-Erlebnisse.

Academy-Award-Preisträger Christoph Waltz führt als Sprecher durch JOYTOPIA

Auf der Plattform, die durch eine sehr hohe visuelle Qualität überzeugt, werden JOYTOPIA Gäste von einem virtuellen Fuchs begrüßt und durch die surrealen Welten geführt. Gesprochen wird der Fuchs von Hollywood-Schauspieler Christoph Waltz. „Die Zukunft ist das, was als Nächstes passiert, und es liegt ganz an uns, sie freundlich zu gestalten. Dies war meine erste Begegnung mit einem Metaverse. Es heißt nicht umsonst JOYTOPIA, die Freude an...“, sagt der Academy-Award-Preisträger und spielt auf die Vielfältigkeit der virtuellen Welt an. Er erzählt fesselnd und mit einer scharfen Portion Humor und macht so selbst sachliche Informationen für Besucherinnen und Besucher der Seite zu einem unterhaltsamen Erlebnis.

Auf JOYTOPIA können Nutzerinnen und Nutzer als Avatar aber auch selbstständig durch insgesamt drei einzigartige Welten navigieren. Die Avatare können laufen, hüpfen und können dabei in Form und Farbe selbst gewählt werden. Ähnlich wie bei anderen Gamingkonsolen können Nutzerinnen und Nutzer in JOYTOPIA mit anderen Avataren interagieren. Auch Selfies sind möglich, die jede und jeder direkt in den sozialen Netzwerken posten kann.

Die drei JOYTOPIA Welten heißen „Re:THINK“, „Re:IMAGINE“ und „Re:BIRTH“. Jede von ihnen beschäftigt sich mit Themen, die für die Zukunft der BMW Group von zentraler Bedeutung sind. Dazu zählen unter anderem Kreislaufwirtschaft, Elektromobilität, urbane Mobilität und Nachhaltigkeit.

In der „Re:THINK“-Welt werden Nutzerinnen und Nutzer in die Grundlagen und Möglichkeiten der Kreislaufwirtschaft eingeführt. Die sogenannte „Circular Economy“ ist ein zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie von BMW. Die „Re:IMAGINE“-Welt ist der Nukleus für die gesamte Marke BMW Markenfamilie und Schauplatz wichtiger Präsentationen und Botschaften. „Re:BIRTH“ zeigt innerhalb eines gigantischen MINI Vision Urbanaut, welche Chancen sich künftig für die individuelle Mobilität in Städten eröffnen. Ergänzt werden diese drei unterschiedlichen virtuellen Welten von verschiedenen Unterhaltungsangeboten und Installationen.

Die Webseite joytopia.com wird am 5. September um 0:00 Uhr MESZ livegeschaltet.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Cypselus von Frankenberg, Kommunikation

Telefon: +49 89 382-30641, Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland

E-mail: presse@bmwgroup.com

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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>