



Presse-Information

02. Juni 2022

Art Directors Club zeichnet innovative BMW Streaming-Plattform JOYTOPIA aus.

Grand Prix Digital für das globale, virtuelle Event anlässlich der IAA Mobility 2021 und der CES 2022. BMW schafft eigenes Metaversum für interaktive Markenkommunikation zu den Themen Nachhaltigkeit und Elektromobilität. Neue JOYTOPIA Erlebniswelten zur digitalen Präsentation des **neuen BMW iX1 jetzt online.**

München. BMW gestaltet die Zukunft der individuellen Mobilität und erzeugt auch in der virtuellen Welt ein neues und einzigartiges Markenerlebnis. Mit seiner Streaming-Plattform JOYTOPIA hat der Premium-Automobilhersteller ein eigenes Metaversum erschaffen, das die Unternehmens- und Markenkommunikation auf ein neues Level hebt und jetzt vom Art Directors Club (ADC) für Deutschland mit einem Grand Prix als herausragende Innovation des Jahres im Bereich Digital ausgezeichnet wurde. Auf JOYTOPIA können Nutzerinnen und Nutzer in die virtuelle Welt von BMW eintauchen und mit ihrem Avatar individuelle Erlebnisse im digitalen Raum sammeln. JOYTOPIA ist weltweit für alle Fans frei zugänglich und vermittelt ihnen, so das Urteil der ADC-Jury, eine „massive Multiplayer Realtime Online Experience. Mindblowing, Bewusstseinsweiternd. Benchmark“.

Aktuell ist JOYTOPIA der virtuelle Schauplatz für die Weltpremiere des neuen BMW iX1. Mit einer neuen digitalen Umgebung, speziellen Effekten rund um das vollelektrische Sports Activity Vehicle und weiterentwickelter Avatar-Technologie sorgt das unter www.bmw.com/dreams zugängliche BMW Metaversum für ein nochmals inspirierendes und facettenreicheres digitales Markenerlebnis. So können die Nutzerinnen und Nutzer ihren Avatar jetzt auf der Basis eines Selfies generieren und so ihre eigene Persönlichkeit in das Metaversum transferieren. Außerdem ist es möglich, den Avatar mit einem originalgetreuen Hoodie aus der BMW Lifestyle Kollektion auszustatten und ihn über JOYTOPIA hinaus auch in jedem anderen Metaversum auf Entdeckungsreise zu schicken, das ebenfalls die Ready Player Me Technologie zur Erstellung von Avataren nutzt.

Die Streaming-Plattform JOYTOPIA ging erstmals im Rahmen der Internationalen Automobil-Ausstellung IAA Mobility 2021 ans Netz – als digitales Event im Worldwide Web, das vor allem jungen Zielgruppen einen neuen Blick auf die Themen Elektromobilität, Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit vermittelt und mit einem virtuellen Konzert der britischen Band Coldplay gestartet wurde. Mit ihrem selbstgestalteten Avatar konnten sich die Nutzerinnen und Nutzer vor der

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 02. Juni 2022

Thema Art Directors Club zeichnet innovative BMW Streaming-Plattform JOYTOPIA aus.

Seite 2

virtuellen Bühne ebenso frei bewegen wie in den Themenwelten von BMW, dabei interagieren, neue Produkte erkunden, Selfies aufnehmen und in den sozialen Medien posten. Begrüßt und durch die surrealen Welten des JOYTOPIA Metaversums geführt wurden sie von einem virtuellen Fuchs mit der Stimme des Hollywood-Schauspielers und Academy-Award-Preisträgers Christoph Waltz.

„Unser Ziel war es, parallel zum realen Messeauftritt in München ein neues Markenerlebnis für Fans in aller Welt zu erzeugen, das die progressive Haltung, die Innovationskraft und die Zukunftsfähigkeit von BMW zum Ausdruck bringt“, sagt Stefan Ponikva, Leiter BMW Markenkommunikation und -erlebnis. Daher wurde mit JOYTOPIA nicht einfach ein virtueller Messestand mit Live-Streaming-Präsentationen, sondern eine vollständig digitale Markenwelt kreiert, die einen intensiven Dialog mit dem Publikum ermöglicht und in Full-HD-Auflösung auf Endgeräten jeder Art, ganz gleich ob PC, Tablet oder Smartphone, kostenfrei und ohne Registrierung zugänglich ist. Entwickelt wurde JOYTOPIA von Jung von Matt als Teil der Leadagentur The Game und in Kooperation mit „Journee“, einer weltweit führenden Technologieplattform für Metaversum-Erlebnisse.

Bereits am Premierentag von JOYTOPIA während der IAA Mobility wurden weltweit mehr als 150 000 Besuche aus mehr als 30 Ländern mit einer durchschnittlichen Verweildauer von fast 13 Minuten registriert. Im weiteren Verlauf erzielte JOYTOPIA zudem rund 42,8 Millionen Kontakte auf TikTok. Das BMW eigene Metaversum trug maßgeblich dazu bei, dass die Nachhaltigkeits-Botschaften der Marke im Rahmen der IAA Mobility eine im Wettbewerbsumfeld einzigartige Resonanz erzielten. Und auch die Jury des ADC zeigte sich nachhaltig beeindruckt und bewertete JOYTOPIA als „eine Arbeit, die uns mit einem sprechenden Fuchs begrüßte und mit schierem Staunen hinterlässt“.

„Mit unserem eigenen Metaversum haben wir eine Plattform für den Dialog und die Interaktion mit dem Publikum geschaffen, die einen dauerhaften Bestandteil unserer Marken- und Unternehmenskommunikation darstellt“, erklärt Stefan Ponikva. Auch im Rahmen der Consumer Electronics Show (CES) 2022 bot JOYTOPIA Fans in aller Welt die Möglichkeit, die neuesten Produkte und Innovationen des Premium-Automobilherstellers in den digitalen Landschaften des BMW Metaversums zu erkunden.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 02. Juni 2022

Thema Art Directors Club zeichnet innovative BMW Streaming-Plattform JOYTOPIA aus.

Seite 3

Darüber hinaus bieten die für JOYTOPIA entwickelten Präsentationsformen völlig neue Möglichkeiten, Erlebnisse in der realen und virtuellen Welt miteinander zu verknüpfen. Bereits auf der IAA Mobility wurde das JOYTOPIA Geschehen auch in die BMW Pressekonferenz auf dem Messestand in München eingebunden. Im Vorfeld der Designmesse „Salone del Mobile“ (7. – 12. Juni 2022) in Mailand wird nun der neue, vollelektrische BMW iX1 zum Hauptdarsteller eines spektakulären Präsentationsfilms, der sowohl auf einem 3D-Billboard in der norditalienischen Stadt als auch in der digitalen Welt von JOYTOPIA zu sehen **ist**.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Sie beziehen sich auf Fahrzeuge auf dem Automobilmarkt in Deutschland. Bei Spannweiten berücksichtigen die Angaben die Auswirkungen jeglicher Sonderausstattung.

Alle Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. Für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, sowie gegebenenfalls für die Zwecke von fahrzeugspezifischen Förderungen werden WLTP-Werte zugrunde gelegt. Weitere Informationen zu den Messverfahren WLTP und NEFZ sind auch unter www.bmw.de/wltp zu finden.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Cypselus von Frankenberg, Produktkommunikation BMW Automobile

Telefon: +49-89-382-30641

E-Mail: Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de

Ingo Wirth, Leiter Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-25814

E-Mail: Ingo.Wirth@bmw.de

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 02. Juni 2022

Thema Art Directors Club zeichnet innovative BMW Streaming-Plattform JOYTOPIA aus.

Seite 4

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: 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. 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 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2021 belief sich auf 16,1 Mrd. €, der Umsatz auf 111,2 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen weltweit 118.909 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/>