



Presse-Information  
06. September 2023

### **Zweite Ausgabe des FREUDE.FOREVER Magazins macht Lesen zum immersiven Digital-Erlebnis.**

+++ BMW präsentiert „THE NEUE NEW“ in einem aufwendig produzierten Heft für ein zukunftsorientiertes Publikum +++  
Inspirierende Gesprächspartner beantworten die Frage, was „neu“ für sie bedeutet +++ Aktuelle Edition des preisgekrönten Magazins verbindet die analoge Print-Kultur mit der digitalen Welt. +++

**München.** Auf dem Weg zur Neuen Klasse vollzieht der Premium-Automobilhersteller BMW einen tiefgreifenden Transformationsprozess. Der Wandel ist allumfassend, Neues entsteht nahezu täglich und überall. Damit verbunden ist auch ein großer Perspektivwechsel: Das Neue selbst wird neu definiert. Die zweite Ausgabe des preisgekrönten FREUDE.FOREVER Magazins von BMW ergründet nun, was „neu“ wirklich bedeutet. Dazu werden in dem auch in der neuen Edition monothematisch konzipierten Heft inspirierende Protagonisten vorgestellt, die ihre individuelle Sichtweise auf das Neue in ihrem Leben, ihrer Arbeit und ihrer Kunst erläutern.

Ihre Stories sollen dazu anregen, anders über das nachzudenken, was möglich ist – mit dem Innovationsgeist und Optimismus, der das BMW Markenversprechen ausmacht. Analog zur Pilotausgabe orientiert sich die Heftstruktur auch in der zweiten Ausgabe mit dem Titel „THE NEUE NEW“ an den sieben menschlichen Sinnen.

Besonderer Clou: Die Erzählweise des Hefts geht diesmal neben dem analogen Produkt und der digitalen Verlängerung in eine dritte Dimension – die der Augmented Reality. Gemeinsam mit dem isländischen Künstlerkollektiv Fischersund hat die Redaktion des FREUDE.FOREVER Magazins eine digitale Blume entwickelt, die in Form einer Hochprägung das aufwendig gedruckte Cover der zweiten Ausgabe veredelt. Durch Scannen eines QR-Codes auf der Innenseite können die Leser ein immersives Augmented-Reality-Erlebnis der Blume aufrufen. Diese Interaktion zwischen Leserschaft und Blumencover verbindet die Sinne Sehen und Hören mit Emotionen und Technologieoffenheit. Sie erschließt neue Welten der Wahrnehmung und Kommunikation – wie die Marke BMW.

„In Zeiten, in denen Künstliche Intelligenz, Augmented Reality und virtuelle Welten auf dem Vormarsch sind, sehen wir in der zunehmenden Verschmelzung der analogen mit der digitalen Welt eine große Chance für BMW“, sagt Jens Thiemer,



Presse-Information

Datum 06. September 2023

Thema Zweite Ausgabe des FREUDE.FOREVER Magazins macht Lesen zum immersiven Digital-Erlebnis.

Seite 2

Senior Vice President Kunde und Marke BMW. „So wie BMW M Mixed Reality durch innovative VR- und MR-Technologien ein einzigartiges und in dieser Form nie dagewesenes Fahrerlebnis bietet, ermöglichen wir den Lesern unseres Printmagazins FREUDE.FOREVER eine neuartige Erfahrung, indem wir analoge Lesefreude um ein immersives Digital-Erlebnis bereichern.“

Für BMW entsteht das Neue nicht allein dadurch, dass etwas erstmalig geschaffen wird. Vielmehr geht es darum, Herausforderungen mit einer neuen Perspektive anzugehen und die wahre Kraft einer Vision zu verstehen. Dies erfordert Aufgeschlossenheit, Mut, Flexibilität, Selbstkritik, Ehrlichkeit und Widerstandsfähigkeit gegenüber denen, die sagen, es sei nicht machbar. Vor allem aber setzt es den Willen voraus, den Wandel als Chance und nicht als Hindernis zu sehen. Diese Haltung spiegelt sich in den Geschichten wider, die die zweite Ausgabe von FREUDE.FOREVER erzählt.

Gemeinsam mit den Geschwistern Inga, Rosa and Lilja Birgisdóttir von Fischersund geht FREUDE.FOREVER zum Beispiel der Frage nach, wie sich eine neue Welt der Floristik erschließen und erleben lässt. Der Fermentationsprofi David Zilber ergründet, wie Geschmack auf eine neue Art und Weise definiert werden kann. Er krempelt die Welt der Spitzenküche um, indem er in seinem dänischen Labor mit Mikroben, Enzymen und fermentierten Produkten jongliert. Keisei Kawahara, ein Sportler, Model und TikTokker aus Japan, führt eine neue Generation von Prothesenträgern an, die in ihren orthopädischen Hilfsmitteln keine Einschränkung, sondern eine Erweiterung sehen.

In weiteren Stories kommen Entwickler zu Wort, die Maschinen das Fühlen beibringen, während ein Künstler-Duo das zukunftsweisende Potenzial der Holografie-Technik erläutert. Außerdem im Heft: Gespräche mit Arnold Schwarzenegger, der die Kunst perfektioniert hat, sich immer aufs Neue zu erfinden, sowie mit Pieter Nota, Mitglied des Vorstands der BMW AG, zuständig für Kunde, Marken und Vertrieb, über neue Perspektiven beim Blick auf die Transformation der Automobilindustrie.

FREUDE.FOREVER entsteht in einer Kooperation zwischen BMW und der LOOPING GROUP, die als Herausgeber des Magazins fungiert. LOOPING ist Partner der für die BMW Group und die Marke BMW ins Leben gerufenen Agentur

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



### Presse-Information

Datum 06. September 2023

Thema Zweite Ausgabe des FREUDE.FOREVER Magazins macht Lesen zum immersiven Digital-Erlebnis.

Seite 3

THE GAME und verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Magazinjournalismus, Corporate Publishing und Storytelling. Bereits die erste Ausgabe des Magazins erhielt mit Auszeichnungen der Society of Publication Designers (SPD Award) sowie des Art Directors Club (ADC) for Germany internationale Anerkennung für ihre herausragende inhaltliche Qualität und gestalterische Kreativität. Die neue Ausgabe von FREUDE.FOREVER mit dem Titel „THE NEUE NEW“ ist sowohl über den Online-Shop [www.freudeforever.com](http://www.freudeforever.com) als auch über den Zeitschriftenhandel in den Sprachen Englisch (130 Seiten Umfang) und Deutsch (138 Seiten Umfang) zum Verkaufspreis von 10 Euro erhältlich.

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](mailto:Cypselus.von-Frankenberg@bmw.de)

Ingo Wirth, Leiter Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-25814

E-Mail: [Ingo.Wirth@bmw.de](mailto:Ingo.Wirth@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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte

# BMW

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



### Presse-Information

Datum 06. September 2023

Thema Zweite Ausgabe des FREUDE.FOREVER Magazins macht Lesen zum immersiven Digital-Erlebnis.

Seite 4

weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2022 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von fast 2,4 Mio. Automobilen und über 202.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2022 belief sich auf 23,5 Mrd. €, der Umsatz auf 142,6 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2022 beschäftigte das Unternehmen weltweit 149.475 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](http://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/>