

Presse-Information
Dezember 2023

25 Jahre BMW Tech Office USA: Geburtstagsparty im Silicon Valley mit Vision Neue Klasse Nordamerika-Premiere

- Hochmoderne Forschungs- und Entwicklungseinrichtung ist eine von sechs Standorten der BMW Group. Die Technologie-Hotspots auf der ganzen Welt konzentrieren sich auf neue Technologien, nutzerzentriertes Denken und Produktdesign.
- Entwicklungsvorstand Frank Weber diskutiert mit David Pogue u.a. zum Thema „Humanizing Tech“.
- Medien, Meinungsbilder und Industriepartner können sich exklusiv von neuen Produkten und multisensorischen, interaktiven Mixed-Reality-Fahrerlebnissen überzeugen.

Mountain View, Kalifornien – Dezember 2023. Das BMW Group Technology Office USA feiert sein 25-jähriges Bestehen im Silicon Valley. Im Programm: Die Nordamerika-Premiere des BMW Vision Neue Klasse, Technologievorstellungen und multisensorische Mixed-Reality-Fahrerlebnisse sowie eine Podiumsdiskussion zum Thema „Humanizing Technology“. Neben BMW Entwicklungsvorstand Frank Weber auf dem Panel: Die Neurowissenschaftlerin und Technologin Poppy Crum, Naba Banerjee, Head of Trust and Safety, AI Strategy, Product Management and ML Operations bei Airbnb, Micah Collins, Head of Product bei Meta for Work. Moderiert wird die Diskussion vom renommierten Technologieexperten David Pogue.

„Im BMW Tech Office in Mountain View entwickeln wir im Herzen der High-tech-Welt zukunftsweisende Technologieideen, die wir gemeinsam mit unseren Partnern aus unserem weltweiten Innovationsnetzwerk perfektionieren.“
so Frank Weber, Entwicklungsvorstand der BMW Group. „Ich bin schon jetzt gespannt, welche visionären Impulse für bahnbrechende Innovationen und

Erfindungen in Zukunft noch von unserem großartigen Tech Office Team kommen werden.“

Das BMW Group Technology Office USA ist eine hochmoderne Forschungs- und Entwicklungseinrichtung, die sich auf neue Technologien, nutzerzentriertes Denken und Design konzentriert und so die zukünftigen Produkte der BMW Group mitgestaltet. Ein Team aus kreativen Köpfen, Visionären und Ingenieuren lotet hierfür die Grenzen des Machbaren aus, um für die Kundinnen und Kunden der BMW Group die besten und innovativsten Erlebnisse zu erschaffen. Zum ersten Mal öffnet das Tech Office seine Pforten für Medien, Meinungsbildner und Industriepartner, um ihnen einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren.

„Innovation ist der Kern der Marke BMW. Unser globales Netzwerk an Tech Offices verbindet uns mit den TOP-Technologieregionen weltweit. Vor 25 Jahren hat das BMW Technology Office USA dieses Kooperationsmodell initiiert. Unser Team in Kalifornien hat eine Vielzahl erfolgreicher Kooperationen und bedeutender Innovationen für unsere Produkte und Dienstleistungen aufgebaut. Wenn ich an die Anzahl von Projekten denke, die derzeit in der Pipeline sind, werden noch viele weitere beeindruckende Dinge kommen.“ sagt Rudolf Bencker, Leiter Inventionen und Innovationsmanagement der BMW Group.

Globales Netzwerk.

Das BMW Group Technology Office USA war bei seiner Eröffnung im Silicon Valley im Jahr 1998 die erste Forschungs- und Entwicklungseinrichtung der BMW Group außerhalb Münchens. Das ursprünglich in Palo Alto ansässige Tech Office zog 2011 an seinen heutigen Standort nach Mountain View um.

Heute ist das Team in Mountain View Teil eines globalen Netzwerks von BMW Tech Offices, die an wichtigen Technologie-Hotspots auf der ganzen Welt strategisch angesiedelt sind. Sie alle spielen eine entscheidende Rolle für den Open Innovation Ansatz des Unternehmens. Neben den Standorten im Silicon Valley und in München gehören auch Seoul, Shanghai, Tel Aviv und Tokio dazu.

Die Nordamerika-Premiere des BMW Vision Neue Klasse.

Der BMW Vision Neue Klasse wird anlässlich des Tech Office Jubiläums am 7. Dezember seine Premiere in Nordamerika feiern. Im September war er erstmals auf der Internationalen Automobilausstellung IAA Mobility in München zu sehen. Die Vision Neue Klasse stützt sich auf die drei Säulen Elektrifizierung, Digitalisierung und Zirkularität. Sie steht für eine neue Generation von BMW Fahrzeugen, die ab 2025 auf den Markt kommen werden.

Workshop-Inhalte: Welche Innovationen gibt's zu sehen?

- Die AR/VR-Reise und ihre Weiterentwicklung: Erforschung von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) sowie potenzieller zukünftiger Anwendungen – einschließlich praxisnaher Demonstrationen von frühen Produktprototypen.
- Intelligent Personal Assistant (IPA): Ein Ausblick auf die nächste Generation von Sprachassistententechnologien der BMW Group im Fahrzeug.
- Innovationsgeist: Das Tech Office Team bestehend aus Forschern, Entwicklern und Konstrukteuren gewährt Einblicke in seine Arbeit und erläutert, wie sich der Standort in den USA und im Silicon Valley auf seine Arbeit auswirkt. Dazu gibt es einen seltenen Einblick in einige bisher unveröffentlichte Projekte.

- Entwicklung von Batterien für Elektrofahrzeuge: Ein Gespräch zum Thema Batterietechnologie der Zukunft für Elektrofahrzeuge mit dem unabhängigen Risikokapitalgeber der BMW Group, BMW i Ventures. Im Mittelpunkt des Gesprächs: Strategische Investitionen von BMW i Ventures und die Zusammenarbeit mit dem BMW Group Technology Office USA.

Interaktive Fahrerlebnisse.

Eine Reihe interaktiver Fahrerlebnisse am Levi's Stadium – von einem Mixed-Reality-Fahrerlebnis über eine multisensorische, dynamische Duftreise bis hin zur erstmaligen Vorführung des Meta Quest Headsets im Fahrzeug.

- Mixed-Reality-Fahrerlebnis: Eine Vorführung, die zeigt, wie BMW die Mixed-Reality-Technologie nutzen kann, um reale Autos auf virtuelle Rennstrecken zu bringen. Bei diesem interaktiven Erlebnis setzen sich die Teilnehmenden hinter das Steuer eines BMW M4 und fahren mit einem VR-Headset über einen abgesperrten Parcours, um die Verschmelzung von virtueller und physischer Welt zu erleben.
- Innovationsgeist – Intelligente dynamische Duftreise: Bei dieser Vorführung eines im BMW Group Technology Office USA entwickelten Projekts, das bisher nicht veröffentlicht wurde, gehen die Teilnehmenden auf eine dynamische Duftreise. Die Fahrgäste kommen in den Genuss eines multisensorischen Erlebnisses, das von den Gegebenheiten der Fahrt und der Welt um sie herum geprägt ist.
- Das Meta Quest Mixed-Reality-Fahrerlebnis: Die BMW Group und Meta leisten Pionierarbeit bei der Erforschung und Untersuchung potenzieller Anwendungsfälle für Extended-Reality-Geräte innerhalb des digitalen Fahrzeug-Ökosystems. Hier wird erstmals in einem Fahrzeug demonstriert, dass Fahrgästen in einem sich schnell bewegenden Fahrzeug

stabile Virtual-Reality (VR) und Mixed-Reality-Inhalte (MR) angezeigt werden können – selbst wenn das Fahrzeug abbiegt, über Bodenwellen fährt und beschleunigt. Durch die Verknüpfung des Tracking-Systems von Meta Quest mit den Sensordaten eines BMW konnten die Forscher stabile Spiel-, Unterhaltungs-, Produktivitäts- und Meditations-Erlebnisse realisieren, die im Fahrzeug selbst verankert sind.

- Vorführung des digitalen Schlüssels („Digital Key“): In diesem Vortrag wird die entscheidende Rolle von BMW bei der Entwicklung eines frühen Proof of Concept für die Verwendung von Smartphones als digitale Fahrzeugschlüssel erörtert, wodurch ein Industriestandard geschaffen und der Weg für weitere fahrzeugbezogene Smartphone-Funktionen geebnet wurde.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:
BMW Group Unternehmenskommunikation

Christophe Koenig
Head of BMW Group IT-, Digital- und Fahrerlebnis-Kommunikation
Mobile: +49-176-601-56097
E-Mail: Chrsitophe.Koenig@bmw.de

Bernhard Ederer
Kommunikation BMW Group Innovation, Powertrain Technologies
Mobil: +49-176-601-28556
E-Mail: Bernhard.Ederer@bmwgroup.com

Almut Stollberg
Leiterin Kommunikation BMW Group Innovation, Design, Technologie, Digital Car
Mobil: +49-151-601-96543
E-Mail: Almut.Stollberg@bmw.com

Internet: www.press.bmwgroup.com/deutschland
E-Mail: presse@bmw.de

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information

Datum Dezember 2023
Thema 25 Jahren BMW Group Tech Office USA
Seite 6

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 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

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/>