



Presse-Information
20. Juni 2025

Die neue BMW Markenkampagne visualisiert die zentrale Steuereinheit Heart of Joy mit einem tanzenden Octopus.

Mit der neuen Markenkampagne und dem Film „Meet Okto the Octopus“ gibt BMW einen ungewöhnlichen Einblick in die Funktionsweise seines neuen Steuerungscomputers Heart of Joy. Im Mittelpunkt steht ein Oktopus, der unter Wasser eine exakt abgestimmte Choreografie vollführt – eine Analogie für die zentrale Steuerung durch das Heart of Joy, mit der BMW künftig wesentliche Fahrfunktionen intelligent koordiniert. Sie wird erstmals in den Modellen der Neuen Klasse eingeführt.

München. Mit der neuen zentralen Steuerungseinheit, dem Heart of Joy, hebt BMW die Fahrdynamik auf ein Niveau – vom Stillstand bis in den Grenzbereich. Es wird erstmals in Fahrzeugen der Neuen Klasse von BMW zum Einsatz kommen. Gemeinsam mit dem Software-Stack BMW Dynamic Performance Control ist das Heart of Joy zentral für Antrieb, Bremsen, Rekuperation sowie Teiltfunktionen der Lenkung zuständig. Im Vergleich zu bisherigen Systemen verarbeitet die neue Steuerungseinheit fahrrelevante Informationen rund zehnmal schneller und reagiert so direkt wie noch nie auf den Fahrer. Auf der Auto Shanghai bestand das Heart of Joy seinen ersten öffentlichen Härtetest als Teil der BMW Vision Driving Experience.

Mit dem Clip „Meet Okto the Octopus“ übersetzt BMW die Leistungsfähigkeit des neuen „Superbrains“ in filmische Sprache. Die Hauptrolle spielt ein Oktopus. Ein faszinierendes Lebewesen, das mit einem dezentralen Nervensystem einzelne Teile des Körpers unabhängig voneinander bewegen und koordinieren kann. Ähnlich wie bei einem aktuellen Automobil Bremsen, Beschleunigung und beispielsweise Lenkung von separaten Steuergeräten kontrolliert werden. In neuen BMW Markenfilm wird das Szenario umgekehrt: Der Oktopus erhält ein zentrales Nervensystem und bewegt sich daraufhin synchron, präzise und kontrolliert bei einer Unterwasser-Performance im Walzertakt – bei gleichzeitiger Sicherheit in jeder Situation.

Für die Idee und Umsetzung ist die Agentur Jung van Matt Hamburg verantwortlich, der [Film](#) wird weltweit online und in Kinos ausgespielt.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 20. Juni 2025

Thema Die neue BMW Markenkampagne visualisiert die zentrale Steuereinheit Heart of Joy mit einem tanzenden Octopus.

Seite 2

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

Alexandra Landers, Leiterin Produkt-, Markenkommunikation BMW

Telefon: +49-89-382-30871

E-Mail: Alexandra.Landers@bmw.de

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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024 belief sich auf 11,0 Mrd. €, der Umsatz auf 142,4 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte das Unternehmen weltweit 159.104 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

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

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>