

Informacja prasowa

30.01.2023 r.

Uruchomienie inicjatywy crowdsourcingowej Supplierthon na rzecz „Metawersum i innych Wirtualnych Doświadczeń” – zgłoś się już teraz!

+++ Zaproszenie do składania rozwiązań do Metawersum
na potrzeby konkretnych wyzwań w przemyśle +++
Możliwość współpracy z BMW Group dla zwycięskich
zespołów++

Monachium. 18 stycznia ruszyła inicjatywa BMW Group o nazwie Supplierthon skupiająca się na „Metawersum i innych Wirtualnych Doświadczeniach”. Jej celem jest przyciągnięcie badaczy, start-upów i pionierów technologicznych z globalnej społeczności metawersum, aby poznać zewnętrzne spojrzenie na tę kwestię.

Aplikuj tutaj: [link do Mataverse Supplierthon](#)

Metawersum to kolejna iteracja Internetu – jedna, wspólna, trwała, angażująca, trójwymiarowa wirtualna przestrzeń, dostarczająca ludziom doświadczeń w sposób niemożliwy w świecie rzeczywistym. Supplierthon umożliwi wnioskodawcom wprowadzenie w życie ich innowacyjnych i wizjonerskich pomysłów w metawersum. Eksperti z BMW Group określili wyzwania w trzech różnych obszarach (szczegóły poniżej): **Gotowość pojazdu, Doświadczenia w samochodzie i Wirtualne ekosystemy**. BMW Group uważa, że wirtualne doświadczenia mogą znacząco wpłynąć na wzmocnienie całego doświadczenia klienta oraz istoty produktu, a w przyszłości mogą mieć wpływ na całą branżę motoryzacyjną.

Rejestracja wniosków rozpoczęła się 18 stycznia, a pierwszy termin ich składania upływa 15 marca 2023 r. Zgłoszone pomysły zostaną przeanalizowane i ocenione przez panel ekspertów, który wyłoni finalistów. Przejdą oni do drugiej rundy, w której pomysły będą dalej rozwijane, tak aby do 10 maja 2023 r. powstały realne rozwiązania biznesowe. Druga runda zakończy się wydarzeniem, podczas

Informacja prasowa

Data 30.01.2023 r.

Temat Uruchomienie inicjatywy crowdsourcingowej Supplierthon na rzecz „Metaverse i innych Wirtualnych Doświadczeń” – zgłoś się już teraz!

Strona 2

którego finaliści zaprezentują swoje rozwiązania przed panelem ekspertów, a 24 maja 2023 r. zostaną wyłonieni zwycięzcy. Zwycięzcy będą mieli możliwość współpracy z BMW Group oraz uczestnictwa w realizacji projektów pilotażowych.

BMW Group jest pionierem w dziedzinie wirtualizacji, a teraz idzie o krok dalej.

Supplierthon na rzecz „Metawersum i innych Wirtualnych Doświadczeń” pokazuje wiodącą rolę BMW Group w staraniach zmierzających do wprowadzenia w życie kolejnego poziomu cyfrowej interakcji międzyludzkiej. BMW Group generuje wartość poprzez konsekwentne rozwijanie interakcji i bardziej angażujących doświadczeń przy użyciu XR¹ i Web 3.0, opierając się na różnorodnych przypadkach użycia, z których niektóre są już wdrożone wzdłuż całego łańcucha wartości. Aby zapewnić spójność swojego rozwiązania, BMW Group rozwija obecnie strategiczną, scentralizowaną platformę metawersum.

W grudniu 2022 roku firma stała się jednym z pierwszych producentów samochodów, którzy dołączyli do Metaverse Standards Forum. Koncern stosuje holistyczne podejście w trzech strategicznych wymiarach: Corporate Metaverse, Commercial Metaverse i In-Car Metaverse, co ostatnio zademonstrował BMW i Vision Dee i jego Mixed Reality Slider zaprezentowany na targach CES w Las Vegas. Metaverse Supplierthon skupi się wyłącznie na przypadkach wykorzystania w samochodzie.

— Z naszej perspektywy nasza branża jest w trakcie stopniowej transformacji, przenosząc ludzkie doświadczenia do wirtualnego świata bazującego na metawersum — mówi Rudi Bencker, starszy wiceprezes ds. globalnych badań, biur technicznych i współpracy rozwojowej. — Dzięki temu otwartemu konkursowi na innowację chcemy zrobić kolejny krok i zaprosić globalną społeczność metawersum do dzielenia się swoimi innowacyjnymi i wizjonerskimi metodami

Informacja prasowa

Data 30.01.2023 r.
Temat Uruchomienie inicjatywy crowdsourcingowej Supplierthon na rzecz „Metaverse i innych Wirtualnych Doświadczeń” – zgłoś się już teraz!
Strona 3

w ramach całego metawersum — mówi Florian Weig, starszy wiceprezes ds. zakupów i sieci dostawców cyfrowych.

Konkretne wyzwania dla Metaverse Supplierthon

- **Gotowość pojazdu:**

Kluczowym elementem tej ewolucji będzie stworzenie odpowiedniej infrastruktury z nowymi technologiami, takimi jak 5G, chmura obliczeniowa i interfejsy dla człowieka (np. inteligentne okulary, wearables i bioczuJNIKI). Za pomocą technologii rzeczywistości mieszanej, takich jak AR² i VR³, IoT, uczenia maszynowego i technologii czujników, fizyczny pojazd połączy się ze światem wirtualnym, aby wzmocnić różne punkty styku przyszłej mobilności premium.

- **Doświadczenia w samochodzie:**

Pojazdy kompatybilne z metawersum stworzą bardziej angażujące doświadczenia w samochodzie. Dzięki integracji najnowszych trendów w zakresie urządzeń CE, takich jak zestawy słuchawkowe, okulary i systemy czujników zarówno kierowca, jak i pasażerowie (na tylnych miejscach) będą mogli na różne sposoby wchodzić w interakcje z pojazdem, a świat fizyczny i cyfrowy będą się łączyć w czasie rzeczywistym. Interoperacyjność pomiędzy różnymi platformami umożliwi użytkownikom dostęp do wszystkich rodzajów treści w jednym miejscu, tworząc jeszcze bardziej interaktywne i spersonalizowane doświadczenia.

- **Wirtualne ekosystemy:**

Ze względu na swój otwarty i zdecentralizowany charakter metawersum tworzy nie tylko zupełnie nową społeczność, ale także ekosystem z nowymi możliwościami dla sektora motoryzacyjnego. Dzięki technologiom opartym na blockchainie, takim jak kryptowaluty, aktywa i inteligentne kontrakty, metawersum otwiera nowe możliwości biznesowe podczas całej „podróży” klienta. Od nowych form biznesu (na przykład

Informacja prasowa

Data 30.01.2023 r.
Temat Uruchomienie inicjatywy crowdsourcingowej Supplierthon na rzecz „Metaverse i innych Wirtualnych Doświadczeń” – zgłoś się już teraz!
Strona 4

konfiguratorów samochodowych i rynków NFT) po obsługę posprzedażną powstanie zupełnie nowy wirtualny ekosystem umożliwiający klientom doświadczanie i angażowanie się w markę na zupełnie nowe sposoby.

- **Metodologia Supplierthon:**

Supplierthon to przyszłościowa metoda wyszukiwania innowacji, która umożliwia pozyskiwanie nowych partnerów i wspiera ich szybkie wprowadzenie do ekosystemu BMW Group. BMW Group osiągnęła znaczące wyniki w poprzednich konkursach, które koncentrowały się na technologiach obliczeń kwantowych, inteligentnych miastach i samochodów podłączonych do sieci. Korzystając z procesu wzajemnej weryfikacji, wyłaniamy finalistów o dużym potencjale. Zwycięzcy konkursu zostaną ogłoszeni i będą mieli możliwość zaprezentowania swojego rozwiązania podczas dni cyfryzacji BMW Group.

¹ Extended Reality (XR): multisensoryczna rzeczywistość rozszerzona integruje rzeczywistość mieszaną (MR), rzeczywistość wirtualną (VR), rzeczywistość rozszerzoną (AR) oraz pięć zmysłów, czyli wzrok, słuch, węch, smak i dotyk.

² Augmented Reality (AR) określa wspomagane komputerowo rozszerzenie percepcji rzeczywistości.

³ Wirtualna rzeczywistość (VR) to odwzorowanie i jednocześnie postrzeganie pozornej rzeczywistości i jej fizycznych właściwości w generowanym komputerowo, interaktywnym środowisku wirtualnym w czasie rzeczywistym.

⁴ Rzeczywistość mieszana (MR) obejmuje środowiska lub systemy, które łączą percepcję naturalną i sztuczną.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Hubert Fronczak
BMW Group Polska
Telefon: +728 874 121
E-Mail: hubert.fronczak@bmw.pl

Corporate Communications

Informacja prasowa

Data 30.01.2023 r.
Temat Uruchomienie inicjatywy crowdsourcingowej Supplierthon na rzecz „Metaverse i innych Wirtualnych Doświadczeń” – zgłoś się już teraz!
Strona 5

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest wiodącym na świecie producentem samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje ponad 30 zakładów produkcyjnych i montażowych na całym świecie; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2022 firma BMW Group sprzedała ponad 2,4 miliona samochodów oraz ponad 202 tysiące motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2021 wyniósł 16,1 mld euro przy obrotach wynoszących 111,2 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2021 r. w BMW Group było zatrudnionych 118 909 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Firma już na wczesnym etapie wyznaczyła kierunek na przyszłość i konsekwentnie koncentruje się na zrównoważonym rozwoju i ochronie zasobów, poczynwszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów.

www.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Polska>

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

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

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

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