

Presse-Information  
19. April 2021

## **BMW Group Switzerland startet in eine neue Ära der digitalen Kommunikation.**

Gelungener Auftakt mit #VisionaryDreams: Live-Streaming-Show begeistert das Publikum mit innovativem Mix aus Produktpräsentation, Unterhaltung, Live-Action und interaktiven Elementen.

**Dielsdorf.** Die BMW Group Switzerland hat mit ihrer neuen Live-Streaming-Show #VisionaryDreams ein neues Kapitel der digitalen und zielgruppenübergreifenden Kommunikation aufgeschlagen. Die live aus dem BMW Group Brand Experience Center in Diesdorf übertragene Online-Präsentation bot Medienvertretern, Kunden und Fans der Marken BMW, MINI und BMW Motorrad nicht nur die neusten Highlights im Modellprogramm, sondern auch aufschlussreiche Einblicke hinter die Kulissen der Fahrzeugentwicklung. Eingebettet wurden die Modellvorstellungen, in deren Mittelpunkt das neue Technologie-Flaggschiff des Unternehmens, der BMW iX, stand, in ein abwechslungsreiches Programm aus unterhaltsamen Film-Beiträgen, Gesprächen mit prominenten Gästen und einem vom Schweizer Singer und Songwriter Luca Hänni absolvierten Live-Auftritt.

„Die erfolgreiche Premiere für #Visionary Dreams hat uns gezeigt, wie es gelingen kann, die Herausforderungen der aktuellen Pandemie-Situation anzunehmen und mithilfe von moderner, digitaler Technologie ein völlig neues Präsentationsformat zu entwickeln. Alle an diesem Event Beteiligten haben einen grossartigen Job gemacht und unsere Zielgruppen aufs Beste informiert und unterhalten“, sagt Paul de Courtois, President und CEO der BMW Group Switzerland.

Firma  
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen  
der BMW Group

Anschrift  
Industriestrasse 20  
Postfach  
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale  
+41 58 269-1111

Fax  
+41 58 269-1511

Internet  
[www.bmw.ch](http://www.bmw.ch)  
[www.mini.ch](http://www.mini.ch)  
[www.bmw-motorrad.ch](http://www.bmw-motorrad.ch)

Unternehmens-ID  
CHE-105.974.654 HR  
CHE-116.284.140 MWST

Das rund 90-minütige, von Moderatorin Annina Campbell präsentierte und in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch übertragene Programm zog weit über die Grenzen der Schweiz hinaus ein grosses Publikum an. Bereits im Vorfeld des Events verzeichnete die speziell für #VisionaryDreams eingerichtete Website des BMW Group Brand Experience Center mehr als 57 000 Aufrufe. Zu Beginn der am frühen Abend gestreamten Show hatten sich dort bereits mehr als 4 000 Interessenten registriert, insgesamt wurde die Streaming-Show schliesslich auf mehr als 6 000 Bildschirme live übertragen. Auf rege Resonanz stiessen im Verlauf der Übertragung auch die

Presse-Information

Datum 19. April 2021

Thema **BMW Group Switzerland startet in eine neue Ära der digitalen Kommunikation.**

Seite 2

Möglichkeiten zur Interaktion. So konnte das Publikum über den Gewinner der BMW Motorrad Customize Battle abstimmen, Prognosen über den Ausgang eines Rennens zwischen Sprinterin Mujinga Kambundji und dem BMW i3 abgeben und auf den Sieger der MINI Challenge zwischen dem MINI John Cooper Works GP und dem MINI Cooper SE tippen. Mehr als 1 400 Live-Zuschauer beteiligten sich an diesen Aktionen. „Spannende Produktneuheiten, Interaktion mit dem Publikum und tolle Stargäste in einer Live-Show zur besten Sendezeit – so stellen wir uns moderne Kommunikation im digitalen Zeitalter vor“, sagt Stéphanie Borge, Direktorin Markenführung BMW bei der BMW Group Switzerland. „Mit #VisionaryDreams haben wir einen neuen Standard für innovative Präsentations-Formate gesetzt.“

Neben professionellen Moderatorinnen, gutgelaunten Stargästen, unterhaltsamen Aktionen und spannenden Produktneuheiten trug auch ein immenser technischer Aufwand zum Gelingen von #VisionaryDreams bei. Während der Show waren fünf Live-Kameras und zwölf Mikrofonstrecken im Einsatz. 250 Scheinwerfer sowie LED-Röhren mit einer Gesamtlänge von 150 Metern setzten Fahrzeuge und Gäste im zum Studio umfunktionierten BMW Group Brand Experience Center ins rechte Licht. Für die Übertragung von Energie und Daten wurden 7 Kilometer Kabelmaterial verlegt. Zuvor hatte allein die Programmierung der Streamingsoftware für die dynamische Website vier Wochen Arbeit erfordert. Mit ihrer Hilfe wurden Streamingdaten im Umfang von 30 Terabyte verarbeitet.

Die Aufzeichnung der Show, in der neben dem BMW iX auch die Neuauflage des MINI 3door, MINI 5door und MINI Cabrio sowie die extrem sportliche BMW M 1000 RR vorgestellt wurden, ist auf der Website des [BMW Group Brand Experience Centers](#) zu sehen. Dort werden darüber hinaus die Highlights des Events zu Magazin-Beiträgen zusammengefasst: darunter die MINI Challenge auf der offenen Rennbahn Oerlikon, Interviews mit Oliver Heilmer, Leiter MINI Design, Kai Langer, Leiter BMWi Design, und dem BMW Motorrad Produktmanager Sepp Mächler sowie Ausschnitte aus einer Rundreise durch die Schweiz, auf der Moderatorin Mélanie Freymond den 14-maligen Gewinner der Rallye Dakar, Stéphane Peterhansel, und den Schweizer Motorrad-Rennfahrer und BMW Ambassador Tom Lüthi traf, um mit ihnen gemeinsam Fahrfreude auf zwei und vier Rädern zu erleben.

Presse-Information

Datum 19. April 2021

Thema **BMW Group Switzerland startet in eine neue Ära der digitalen Kommunikation.**

Seite 3

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

BMW Group Switzerland  
Sven Grützmacher, Direktor Corporate Communications  
Email: [sven.gruetzmacher@bmw.ch](mailto:sven.gruetzmacher@bmw.ch)  
Tel.: +41 58 269 10 91  
Media-Website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

**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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 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>