



Presse-Information
01. Dezember 2021

BMW führt erfolgreiches Audio-Entertainment-Format fort und macht es interaktiv: Zweite Staffel des Podcast-Thrillers „Hypnopolis“ gestartet.

+++ Story des britischen Star-Autors Robert Valentine fußt auf Zukunftsszenarien rund um die Themen Mobilität und Stadt +++ Circular Economy im Zentrum der neuen Episoden, die in Hamburg und Los Angeles aufwendig produziert wurden +++ Hörerinnen und Hörer können mit kurzen Sprachbefehlen Einfluss auf die Handlung nehmen +++

München. Der englischsprachige Podcast-Thriller „Hypnopolis“ von BMW wird fortgesetzt. Heute startet die zweite Staffel des erfolgreichen Audio-Entertainment-Formats. Es ist komplett fiktional, hebt sich deutlich ab von der Konkurrenz und ist der erste interaktive Podcast einer Marke überhaupt. Die vergangenen Jahr veröffentlichten Episoden der ersten Staffel mit der zeitreisenden Journalistin Hope Reiser in der Hauptrolle belegten Spitzenplätze der Podcast-Charts und wurden in 26 Ländern ausgespielt.

„Hypnopolis II, Utopia in progress“ stützt sich in seiner Handlung, stärker noch als in der ersten Staffel, auf datenbasierte Zukunftsszenarien der BMW Group. Dabei geht es vor allem um den Megatrend Circular Economy und einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. So reisen die Protagonisten der neuen Auflage des Öko-Thrillers mit futuristischen Luftschiffen zu beeindruckenden Schauplätzen einer sich langsam regenerierenden Welt, wie zum Beispiel einer Solar- und Recyclingfarm in Nordafrika. Bewusst stehen bei der „Hypnopolis“ Story weder die Marke BMW noch Fahrzeuge im Fokus, sehr wohl aber kommt die Expertise der BMW Group zum Tragen. Die Handlung basiert auf Annahmen von Zukunftsexperten des Unternehmens, zum Beispiel über die Entwicklung von Städten und Mobilität.

BMW setzt jetzt noch konsequenter auf ein futuristisches Storytellingformat im Rahmen seiner viel beachteten Audiostrategie. So wurde das Hörerlebnis weiter verbessert. Die vom britischen Star-Autor Robert Valentine zusammen mit der Hamburger Kreativagentur Jung von Matt/NEXT ALSTER konzipierte und in Los Angeles und Hamburg aufwendig umgesetzte „Hypnopolis II“ Staffel ist ein interaktiver Podcast. Hörerinnen und Hörer haben die Gelegenheit, mit individuellen Entscheidungen, die sie durch kurze Sprachbefehle äußern, auf das Geschehen Einfluss zu nehmen. So variiert der Ausgang der Geschichte, basierend auf einer Auswertung der unterschiedlichen Entscheidungen. Das macht den Podcast noch persönlicher, authentischer und unterhaltsamer. „Mit dem zweiten Teil unserer erfolgreichen fiktionalen Podcastreihe sorgen wir mit neuen, interaktiven Elementen für ein noch individuelleres Hörerlebnis. Hörerinnen und Hörer



Presse-Information

Datum 01. Dezember 2021

Thema BMW führt erfolgreiches Audio-Entertainment-Format fort und macht es interaktiv: Zweite Staffel des Podcast-Thrillers „Hypnopolis“ gestartet.

Seite 2

können durch ihre Entscheidungen den Verlauf der Geschichte beeinflussen – damit emotionalisieren wir die Marke und folgen konsequent unserem kundenzentrierten Marketingansatz“, sagt Stefan Ponikva, Leiter BMW Markenkommunikation und -erlebnis.

Weil das Format auch in das Entertainment-Programm der BMW Fahrzeuge implementiert wurde, können Kundinnen und Kunden den Podcast als „In-car Experience“ genießen. „Hypnopolis“ ist neben „Changing Lanes“, „Creators of a different beat“ und „KulturMobile. Der Literatur Podcast.“ der vierte Podcast von BMW.

Alle Podcasts der BMW Group sind wie folgt abrufbar:

„Hypnopolis“: bmw.com, youtube, Spotify, Apple Podcasts, deezer, Google Podcasts

„Changing Lanes“: bmw.com, youtube, Spotify, Apple Podcasts, deezer, Google Podcasts

„Creators of a different beat“: youtube, facebook

„KulturMobile. Der Literatur Podcast.“: bmwgroup.com, youtube, Spotify, Apple Podcasts, deezer, Google Podcasts

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 01. Dezember 2021

Thema BMW führt erfolgreiches Audio-Entertainment-Format fort und macht es interaktiv: Zweite Staffel des Podcast-Thrillers „Hypnopolis“ gestartet.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Sven Grützmacher, Direktor Corporate Communications
Telefon: +41-58-269-1091
E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

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

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/>