



## BMW Motorrad auf der CeBIT 2015: Eye Ride und Showroom Proximity machen BMW Motorrad virtuell erlebbar.

BMW Motorrad auf der CeBIT 2015: Eye Ride und Showroom Proximity machen BMW Motorrad virtuell erlebbar. Die CeBIT in Hannover ist die weltweit größte Messe für Informationstechnik und damit jedes Jahr aufs Neue Garant für beeindruckende Erlebnisse rund um die neuesten technologischen Innovationen. Ganz in diesem Sinne ist BMW Motorrad dieses Jahr erstmals auf der CeBIT vertreten. Vom 16.- 20. März 2015 empfängt der "BMW Motorrad on Tour"-Truck die Besucher auf der Freifläche der CeBIT mit einem vielfältigen Angebot rund um die Erlebniswelt Motorrad. Die Besonderheit: bei der virtuellen Probefahrt Eye Ride und der neuen Anwendung Showroom Proximity macht innovative Technologie das BMW Motorrad Lebensgefühl auch digital erlebbar. Virtuelle Probefahrt mit Eye Ride. War Motorradfahren ohne Führerschein, das richtige Alter, ein Motorrad und die entsprechende Ausrüstung bisher so gut wie unmöglich, kann dank Eye Ride nun nahezu jeder das unbeschreibliche Gefühl des Motorradfahrens selbst erleben. Mit modernster Virtual-Reality-Technologie lädt BMW Motorrad die Besucher zur virtuellen Probefahrt ein. Herzstück von Eye Ride ist eine virtuelle "3-D Brille". Sie besteht aus einem Samsung Galaxy Smartphone, das um eine optische Vorrichtung mit zwei Linsen erweitert wurde. So entsteht für den Nutzer ein großes Sichtfeld von bis zu 110 Grad. Die ebenfalls verbaute Head-Tracking-Technologie erlaubt dem Besucher zudem, sich vollkommen frei in der virtuellen Welt umzusehen. Für ein möglichst realitätsnahes Fahrerlebnis in Bild und Ton sorgt Echtbild-Videomaterial von acht Kameras. Zur Auswahl stehen neben einer Tour über Landstraßen mit der BMW R nineT erstmals auch eine Fahrt durchs Gelände auf der BMW R 1200 GS sowie ein rasanter Ausflug auf die Rennstrecke mit der BMW S 1000 RR. Showroom Proximity. Neben Eye Ride erwarten den Besucher außerdem fünf Fahrzeug Highlights der aktuellen BMW Motorrad Modellpalette. Die Modelle BMW R nineT, der elektrisch angetriebene Scooter BMW C evolution, die beiden neuen Boxermodelle R 1200 R und R 1200 RS sowie die Neuauflage des erfolgreichen Paralleltwins F 800 R können von den Besuchern erkundet werden. Dabei behilflich ist Showroom Proximity, ein Modul des Customer Experience Management (CEM) Automotive, das von der Telekom-Tochter T-Systems entwickelt wurde. Die Showroom Besucher müssen die App auf ihrem Smartphone installieren. Nähert sich nun ein Besucher mit seinem Smartphone einem der mit einem iBeacon, einer Art Sender, ausgestatteten Motorräder, beginnt die Interaktion: Der Besucher erhält über die App die Produktinformationen des Fahrzeugs direkt auf sein Smartphone und kann darüber hinaus auch Videos und Bilder downloaden. Zusätzlich lassen sich Finanzierungs- und Leasingangebote abrufen sowie Probefahrten anfragen oder ein Kontaktwunsch hinterlegen - einfach, mobil und direkt. Grundsätzlich bietet Showroom Proximity Händlern damit die Möglichkeit zu Interaktion und Informationsaustausch auch während nicht besetzter Zeiten im Ausstellungsraum sowie auf dem Außengelände. Über ein Online-Portal kann der Händler die gespeicherten Nutzungsdaten der Anwendung analysieren, direkt die Kundenresonanz auf seine Produkte einsehen und Interessenten im Nachgang gezielt mit personalisierten Angeboten kontaktieren. So lässt sich dank Showroom Proximity die Kundenansprache noch individueller gestalten. BMW Motorrad freut sich auf Ihren Besuch auf der Freifläche der CeBIT 2015 in Hannover. Öffnungszeiten Messegelände Hannover: täglich von 9:00 - 18:00 Uhr. Pressematerial zu den BMW Motorrädern sowie der BMW Motorrad Fahrerausstattung finden Sie im BMW Group PressClub unter [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com). Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: Renate Heim Kommunikation BMW Motorrad Telefon: +49 89 382-21615 Fax: +49 89 382-23927 Internet: [www.press.bmw.de](http://www.press.bmw.de) E-mail: [presse@bmw.de](mailto:presse@bmw.de) Die BMW Group Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. [www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com) Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup> Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup> YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview> Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com> Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group Renate Heim Tel.: +49-89-382-21615 E-Mail Adresse: [renate.heim@bmw.de](mailto:renate.heim@bmw.de) 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet.

Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.