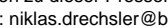




MINI Augmented Vision: Ein revolutionäres Anzeige-Konzept für mehr Komfort und Sicherheit. Exklusiver Prototyp einer Augmented Reality-Brille...

MINI Augmented Vision: Ein revolutionäres Anzeige-Konzept für mehr Komfort und Sicherheit. Exklusiver Prototyp einer Augmented Reality-Brille unterstreicht die Innovationskraft und Kreativität der Marke MINI. MINI zeigt auf der "Auto Shanghai 2015" einen innovativen Blick in die Zukunft. MINI Augmented Vision ist das Zukunftsbild der intelligenten Vernetzung eines MINI Fahrzeugs mit einer Brille, in die relevante Inhalte projiziert werden. Dr. Jörg Preißinger, Projektleiter MINI Augmented Vision, BMW Group Forschung und Technik erklärt: "Wir haben mit mehreren Firmen unseres Partners Qualcomm ein vernetztes System und eine Augmented Reality-Brille im MINI Design geschaffen, die das Erlebnis innerhalb und außerhalb des Fahrzeugs neu gestalten." Dieser Prototyp schlägt mit maßgeschneiderten, interaktiven Funktionen eine Brücke zwischen Augmented Reality und markttypischem Lifestyle. Design und Farbkonzept der Brille wurden von Designworks für MINI gestaltet. Mit "See-Through-Technologie" zeigt die Augmented Reality-Brille relevante Informationen im direkten Sichtfeld des Fahrers, jedoch ohne andere Verkehrsteilnehmer zu verdecken. Damit erhöht sie die Sicherheit und den Komfort während der Fahrt. Insgesamt werden mit MINI Augmented Vision folgende Funktionen in das Sichtfeld projiziert: Zieleingabe für Navigation und Übergabe an das Fahrzeug: Orte als Zielpunkt auch außerhalb des Fahrzeugs auswählen und anschließend an dieses übergeben. First Mile / Last Mile: Navigationsanzeige vom aktuellen Standort zum Fahrzeug bzw. vom Fahrzeug zum Ziel. Head-Up-Funktionen: Anzeige von Geschwindigkeit, Tempolimit, usw. über die Brille und damit im primären Sichtfeld des Fahrers. Diese werden stets an der gleichen Position oberhalb des Lenkrads angezeigt, um keine Verkehrsteilnehmer zu überdecken. Kontaktnaloge Navigation und Points of Interest: Erweiterung der Realität durch kontaktnaloge Navigationspfeile "auf der Straße, sodass der Blick stets auf den Verkehr gerichtet bleiben kann. Zusätzlich ist eine kontaktnaloge Anzeige interessanter Orte entlang der Route, wie zum Beispiel freier Parkplätze, möglich. Messaging: Bei eingehender Nachricht wird ein kleines Symbol in der Brille angezeigt. Die SMS/Kurznachricht kann dann durch das Fahrzeug vorgelesen werden. Aus Sicherheitsgründen ist das Anzeigen des Textes während der Fahrt nicht möglich. X-Ray-View / transparente Fahrzeugteile: Der virtuelle Blick durch Fahrzeugteile (wie A-Säule, Türen, etc.) wird ermöglicht, um verdeckte Bereiche sichtbar zu machen. Augmented Parking: Erleichtert das Einparken durch das Einspielen der Bilder einer im (rechten) Spiegel verbauten Kamera in die Brille. So lässt sich der Abstand zum Randstein eindeutig und bequem feststellen. MINI Augmented Vision wurde in Zusammenarbeit mit mehreren Qualcomm Unternehmen entwickelt. "Wir sind stolz darauf, bei der Entwicklung einer innovativen Augmented Reality-Schnittstelle zwischen Brille und Fahrzeug mitgewirkt zu haben", sagt Jay Wright, Vice President von Qualcomm Connected Experiences, Inc. "MINI Augmented Vision ist ein beeindruckendes Beispiel dafür, was heute möglich ist und wir in Zukunft erwarten können." Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group / Niklas Drechsler / Tel.: +49-89-382-28149 / E-Mail Adresse: niklas.drechsler@bmwgroup.com / 

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 Automobiliemärkte 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.