



## BMW M2 Coupé im neuesten Teil der Rennspielserie Need for Speed. Virtuelles M Feeling schon vor Marktstart.

BMW M2 Coupé im neuesten Teil der Rennspielserie Need for Speed. Virtuelles M Feeling schon vor Marktstart. Videospieffans kommen in den Genuss, das neue BMW M2 Coupé noch vor seinem Marktstart bereits virtuell erleben zu können. Im neuen Teil der erfolgreichen Rennspielserie Need for Speed ist der neueste Spross der BMW M GmbH von Anfang an Teil des Spielerlebnisses. Das verkündeten BMW und Ghost Games, ein Studio der Electronic Arts Inc., heute. Das Videospiel startet ab dem 03. November 2015. Seit mehr als 20 Jahren ist Need for Speed einer der ikonischsten Videospiel-Titel und ein Synonym für rasante Videospiel Action mit realistischer Physik und detailgetreuen Fahrzeugen. Das außerordentlich realistisch gestaltete, virtuelle Modell des BMW M2 Coupé ist nicht nur bereits von Beginn an wählbar, es lässt sich zudem den eigenen Vorlieben gemäß konfigurieren. Abseits der verschiedenen freien Rennmodi ist das BMW M2 Coupé auch fester Bestandteil der im Spiel erzählten Geschichte. Neben dem BMW M2 Coupé sind auch der BMW M3 Evolution II (E30), der BMW M3 (E46), der BMW M3 (E92), sowie das neue BMW M4 Coupé spielbar. Ob in der virtuellen oder der realen Welt setzt das neue BMW M2 Coupé Maßstäbe im Segment der kompakten Hochleistungsportler bei Fahrdynamik und Agilität. Sein neu entwickelter Dreiliter-Reihen-Sechszylinder mit modernster M TwinPower Turbo Technologie leistet 272 kW/370 PS bei 6.500 min<sup>-1</sup> (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 8,5 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 199 g/km) [1]. Sein außergewöhnliches Leistungspotenzial signalisiert das BMW M2 Coupé auch mit seinem charakteristischen M Design, das es auf den ersten als neuestes Mitglied der BMW M Familie kennzeichnet. Dazu tragen unter anderem die tiefgezogene Frontschürze mit großen Lufteinlässen, muskulöse Flanken mit charakteristischen M Kiemelementen und die breite Heckpartie mit der M spezifischen Doppelrohr-Abgasanlage eindrucksvoll bei. Für volle Rennstreckentauglichkeit sorgen zudem leistungsfähige M Compound-Bremsen, das elektronisch geregelte Aktive M Differenzial, sowie der M Dynamic Mode (MDM) der Dynamischen Stabilitäts Control, der kontrollierte Drifts ermöglicht. Die Integration seiner Fahrzeuge in Videospiele ist ein fester Bestandteil der Marketingstrategie der BMW Group. Klassische und aktuelle BMW Group Fahrzeuge werden so nicht nur passiv als Bild oder Trailer präsentiert, sondern auch interaktiv für ein breites Publikum erlebbar zu machen. Von der Kooperation mit Need for Speed profitieren dabei beide Partner. So ist die Spielbarkeit des neuen BMW M2 Coupé - noch bevor es auf realen Straßen zu sehen ist - ein wichtiger Teil der Marketingaktivitäten von Need for Speed. Für BMW bietet das Videospiel neben einer diversen Zielgruppe mit hoher Emotionalität und starkem Enthusiasmus die Möglichkeit, Fans der Marke bereits vor Marktstart das neue BMW M2 Coupé erleben zu lassen. Zusätzlich wird das Videospiel in Maßnahmen der Online und Social Media Kommunikation, sowie im Point of Sale Marketing aufgegriffen. "BMW M steht für Leidenschaft und Faszination für Hochleistungsportler. Need for Speed ist für daher die ideale Plattform, das begeisternde BMW M2 Coupé schon vor Marktstart Fans der Rennspielreihe und der Marke BMW M zu zeigen.", sagt Dr. Steven Althaus, Leiter Markenführung BMW und Marketingservices BMW Group. "Die Kooperation mit Electronic Arts zeigt erneut, wie modernes Marketing stets neue Bereiche erschließen kann und somit zu einem Gewinn für alle wird." "Wir sind sehr glücklich über die Partnerschaft mit BMW und insbesondere darüber, das neue BMW M2 Coupé in Need for Speed zu haben", so Edd Newby-Robson, Leiter Marketing, Ghost Games. "Die enge Zusammenarbeit mit Automobilherstellern war schon immer ein Schlüsselement, um das authentische Spielerlebnis zu schaffen, das unsere Fans von uns erwarten. Die Unterstützung seitens BMW war dafür unschätzbar." [1] Die Verbrauchswerte wurden auf Basis des EU-Testzyklus ermittelt, abhängig vom Reifenformat. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an: BMW Group Unternehmenskommunikation Bernhard Ederer, Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Sprecher Marketing Bernhard. Ederer@bmwgroup.com, Telefon: +49-89-382-28556, Fax: +49 89 382-24418 Internet: www.press.bmw.de E-Mail: presse@bmw.de Need for Speed Need for Speed startet am 03. November in Nordamerika und am 05. November 2015 weltweit auf dem Playstation 4 Computer Entertainment System und der Xbox One, dem All-In-One Spiele und Entertainment System von Microsoft. Das Spiel kommt im Frühling 2016 auf Origin™ für den PC. Werden Sie Teil der Need for Speed Community auf Facebook, YouTube und Twitter. Weitere Presseinformationen zu Need for Speed stehen auf <http://info.ea.com> zur Verfügung. Dieser Spieletitel erhielt in den USA ein PEGI 12 Rating. Weitere Informationen finden Sie auf [www.pegi.info](http://www.pegi.info). Need for Speed ist ein eingetragenes Markenzeichen von Electronic Arts Inc. 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 belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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 Bernhard Ederer Tel.: +49-89-382-28556 Fax: +49-89-382-20626 E-Mail Adresse: [bernhard.ederer@bmwgroup.com](mailto:bernhard.ederer@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 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.