



## Authentisch erlebbar im virtuellen Raum

Authentisch erlebbar im virtuellen Raum  
BMW Group Design gestaltet exklusives Fahrzeug-Konzept für das Videospiel Gran Turismo 6  
Anlässlich des 15-jährigen Jubiläums der renommierten PlayStation-Spielereihe Gran Turismo gestaltet BMW Group Design exklusiv für die Rennspiel-Simulation Gran Turismo 6 ein zukunftsweisendes, virtuelles Fahrzeugkonzept: den BMW Vision Gran Turismo. Dieser wird im Rahmen des Videospiels virtuell veröffentlicht. Das dynamische Sportcoupé verbindet die prägnanten BMW Rennsportgene mit den Freiheiten eines virtuellen Sportfahrzeuges und wurde ausschließlich für eine Simulation gestaltet. Aerodynamische Elemente, die aus der Rennsporterfahrung der BMW Group abgeleitet wurden, ermöglichen schnelle Rundenzeiten, bestmögliches Handling und Kontrolle.  
Gran Turismo und BMW teilen die Gene der Begeisterung für moderne und klassische Automobile. Ich kenne die Rennspielserie von Anfang an und bin begeistert über den gestiegenen Realismus in der Darstellung und das ungemein authentische Fahrerlebnis in Gran Turismo 6", so Adrian van Hooydonk, Leiter BMW Group Design.  
BMW zeigt ein kontinuierliches Engagement im Gaming-Bereich. Durch die wachsende Relevanz des Videospiel-Marktes mit seiner aktiven Gaming-Community können Konzepte wie der BMW Vision Gran Turismo sowie klassische und aktuelle BMW Fahrzeuge nicht nur passiv als Bild oder Trailer wahrgenommen, sondern auch interaktiv von einem Millionenpublikum erlebt und gefahren werden.  
"Vision Gran Turismo ist eine sehr kreative Möglichkeit, die exklusiv für das Spiel entwickelte BMW Design-Vision auf innovative Art und Weise zu präsentieren. Wir sind gespannt auf das Feedback der globalen Community und freuen uns, auf diesem Wege Polyphony und Sony zum 15. Jubiläum der Gran Turismo-Serie zu gratulieren", erklärt Andreas-Christoph Hofmann, Leiter BMW Markenkommunikation.  
Auch Sony zeigte sich begeistert von der Zusammenarbeit: "Besonders faszinierte mich die gedankliche Tiefe in der Herangehensweise bei diesem Projekt. Diese umfasste nicht nur die äußeren Eigenschaften des BMW Vision Gran Turismo, sondern zeitgleich den inneren Aufbau sowie die mechanischen Komponenten. Ich habe hohen Respekt vor dieser Leistung und freue mich sehr auf den BMW Vision Gran Turismo", so Kazunori Yamauchi, Producer Gran Turismo, President Polyphony Digital Inc. und Senior Vice President Sony Computer Entertainment Inc.  
Das 1998 erstmalig veröffentlichte Videospiel Gran Turismo ist eine preisgekrönte Rennsimulation. Eine Vielzahl realgetreu nachgebildeter Rennstrecken, authentische Fahrzeuge und hervorragende HD-Grafikdarstellung machen das Motorsport-Spiel zum idealen Partner der BMW Group. Der BMW Vision Gran Turismo wird nach Vollendung des Designprozesses im Spiel erscheinen.  
BMW Group  
Petuelring 130  
80788 München  
Deutschland  
Telefon: +49 (0)89 382 - 0  
Mail: [bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)  
URL: <http://www.bmwgroup.de>

## Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)

## Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)

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.