



Porsche, Holoride und Discovery zeigen neues VR-Erlebnis

- **IAA Next Visions-Tag gibt Innovatoren und Zukunftsdenkern eine Bühne**
- **Die drei Partner präsentierten eine neue VR-Lösung für die Nutzung im Fahrzeug**
- **Discovery als Content-Lieferant von Premium-Dokumentationsinhalten**

München, 23.09.2019 Im Rahmen des „Next Visions“-Tages auf der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt stellte Porsche gemeinsam mit dem Start-up Holoride und dem Medienunternehmen Discovery eine neue VR-Lösung für die Nutzung im Fahrzeug vor. Die Kooperationspartner präsentierten Edutainment, das aufzeigt, wie Medienkonsum im Auto künftig aussehen könnte. Der Passagier kann aus verschiedenen zwei- und dreidimensionalen Angeboten wählen, von Dokumentarfilmen über ein Unterwassererlebnis bis hin zu einer Zeitreise. Das neu vorgestellte VR-Erlebnis transportiert den Konsumenten in einer Drohne, die sich durch eine Stadt der Zukunft bewegt.

Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Passagiere eines Autos in virtuelle Welten eintauchen zu lassen: Unterhaltungsangebote, Edutainment, aber auch Lösungen für Produktivität und Entspannung im Fahrzeug sind geplant. Dafür wird eine VR-Brille durch die Holoride-Software mit Sensoren im Fahrzeug gekoppelt, so dass deren Inhalte in Echtzeit an die Fahrbewegungen des Autos angepasst werden können: Fährt das Auto beispielsweise um die Kurve, so ändert sich auch die Richtung des Vehikels, in dem man sich virtuell befindet. So taucht der Nutzer maximal in die fiktive Welt ein und es lassen sich damit Symptome von Reiseübelkeit deutlich reduzieren. Das gilt ebenfalls für den Konsum von 2D-Inhalten.

Künftig soll das System auch Navigationsdaten auswerten können und damit unter anderem die Länge eines VR-Erlebnisses an die errechnete Fahrdauer anpassen. Die Holoride-Software macht das Angebot von „Elastic Content“ möglich: eine neue Medienform, die speziell ausgerichtet ist auf die Nutzung in Fahrzeugen. Das Angebot passt sich an Fahrzeit, Bewegung und Kontext an. Discovery bringt als Partner für zweidimensionalen Inhalt seine Expertise im Bereich Real-Life-Entertainment ein und liefert thematisch passende Dokumentationen für das VR-Erlebnis im Auto.

Holoride verfolgt einen offenen Plattform-Ansatz. Autohersteller und Content-Produzenten können die Technologie nutzen. „Jetzt zeigen wir gemeinsam mit Discovery erstmals, wie in der virtuellen 3D-Welt auch 2D-Inhalt erlebt werden kann, beispielsweise ein Film. Wir nennen das Ambi-Environment“, erklärt Nils Wollny, CEO von Holoride. Wollny hat das Entertainment-Tech-Start-up Ende 2018 in München zusammen mit Marcus Kühne und Daniel Profendiner gegründet. Im Rahmen der

Innovationsplattform Startup Autobahn hat das junge Unternehmen im Frühjahr 2019 gezeigt, dass die Holoride-Software zur bewegungssynchronen Echtzeit-Generierung von Virtual Reality- (VR-) und Cross Reality- (XR-) Inhalten mit den Fahrzeugdaten der Hersteller einwandfrei funktioniert. Die Kooperation mit Discovery bestätigt den Anspruch von Holoride, neben Gaming und Entertainment auch Edutainment-Inhalte ins Fahrzeug zu bringen.

„Unsere gemeinsamen Projekte mit Holoride und Porsche Digital haben unter Beweis gestellt, was die Technologie kann. Künftig können wir uns auch Porsche-spezifische Lösungen vorstellen, beispielsweise für die Rennstrecke“, sagt Anja Mertens, Projektleiterin Smart Mobility bei der Porsche AG.

„Discovery steht seit mehr als 30 Jahren für eine innovative und neuartige Form des Storytellings. Mit Inhalten, die inspirieren, informieren und unterhalten setzen wir immer wieder wichtige Trends im Markt und gestalten die Evolution des Bewegtbildkonsums entscheidend mit. Die Kooperation mit Porsche und Holoride unterstreicht diese Position und wir freuen uns, mit unseren hochklassigen Dokumentationen zukünftig auch Passagiere im Fahrzeug erreichen zu können“, so Alberto Horta, stellvertretender Geschäftsführer bei Discovery Deutschland.

Bis 2021 will Holoride die neue Unterhaltungsform mithilfe handelsüblicher VR-Brillen für Passagiere auf dem Rücksitz in Serienfahrzeugen auf den Markt bringen. Mit dem weiteren Ausbau der Car-to-X-Infrastruktur könnte langfristig auch das Verkehrsgeschehen Teil des Erlebnisses werden: Stopps an der Ampel wären dann unerwartete Hindernisse in der Handlung oder würden ein Lernprogramm mit einem kurzen Zwischenquiz unterbrechen.

Unter dem Motto „Next Visions. Change the Game – Create tomorrow“ hatte Porsche auf der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt am 20. September Innovatoren und Partner eingeladen, über die Zukunft der Mobilität zu diskutieren. Dort machten Porsche, Holoride und Discovery die Ergebnisse der gemeinsamen Vision erlebbar.

Pressekontakt Discovery Deutschland:

Timo Ditschkowski
Manager Communications & PR
Discovery Deutschland
Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-203
Timo_Ditschkowski@discovery.com
discovery-networks.de/presse



Über Discovery Deutschland

Discovery Deutschland veranstaltet die Free-TV-Sender DMAX, TLC, Eurosport 1 und HOME & GARDEN TV, sowie die Pay-TV-Sender DISCOVERY CHANNEL, ANIMAL PLANET und Eurosport 2 HD Xtra. Das Sendernetzwerk, das 1996 gegründet wurde, hat seinen Sitz in München und erreicht insgesamt 45 Millionen Haushalte, 12 Millionen Pay TV-Abonnenten sowie weitere 4 Millionen User im Digitalbereich. Hinter Discovery Deutschland steht Discovery, Inc. das weltweit führende Non-Fiction Medienunternehmen mit einer Reichweite von drei Milliarden Zuschauern in über 220 Ländern.

Weitere Infos auf discovery-networks.de