

Pressemitteilung  
17. November 2020

## MINI VISION URBANAUT. Highlights.

### Allgemein

- Mit dem digitalen Visionsfahrzeug „MINI Vision Urbanaut“ präsentiert die Marke MINI auf der #NEXTGen weltexklusiv eine vollkommen neue Ausprägung einer Raumvision, mit maximalem, vielseitig veränderbarem Innenraum auf minimaler Verkehrsfläche.
- Anhand der drei kuratierten MINI Moments „Chill“, „Wanderlust“ und dem Moment „Vibe“ zeigt das Visionsfahrzeug verschiedenste Nutzungsszenarien weit über die Fahrt hinaus.
- Im Moment ‚Chill‘ wird das Fahrzeug zum Rückzugsort für Entspannung oder auch dem konzentrierten Arbeiten unterwegs. ‚Wanderlust‘ ist der Fahrmoment, in dem der MINI Vision Urbanaut gefahren wird oder mit automatisierten Fahrfunktionen fährt. Der MINI Moment ‚Vibe‘ stellt die gemeinsame Zeit mit anderen Menschen in den Vordergrund und das in all ihren Facetten, während sich das Fahrzeug maximal öffnet
- Je nach MINI Moment verändern sich Exterieur und Interieur, um dem Erlebnis eine optimale Bühne zu bieten. Ein ganzheitliches User Experience Design, nachhaltige Materialien und ein rein elektrischer Antrieb ergänzen das Gesamtkonzept.

### Interieurdesign

- Das Interieur des MINI Vision Urbanaut ist ebenso ideale Fahrumgebung wie Ziel der Reise. Direkt nach der Ankunft wird es mit wenigen Handgriffen zum Wohnzimmer unterwegs.
- Im Stand wandelt sich der Fahrerbereich zu einer gemütlichen Sitzecke. Das Dashboard senkt sich ab und wird zum „Daybed“. Die Frontscheibe öffnet auf Wunsch nach oben. So entsteht der „Street Balcony“, der Interaktion mit der Umwelt und ein noch großzügigeres Raumgefühl ermöglicht.
- Im Fond bietet der „Cosy Corner“ einen ruhigen Ort. Ein mit Stricktexil bezogener Bogen („Loop“) spannt sich über die Sitzbank und kann dank LED-Hinterleuchtung bespielt werden.
- Der offen gestaltete Mittelbereich ist nicht nur Zugang zu allen Sitzbereichen, sondern dient im Stand auch als Sitzfläche. Dem Einstieg gegenüber rundet ein kleiner, integrierter Tisch mit Pflanze die Inneneinrichtung ab.
- Intuitive, dezente User Interface Lösungen schaffen ein reduziertes, wohnliches Raumerlebnis bei gleichzeitiger vollständiger Vernetzung.

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Post Adresse  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49-89-382-0

Internet  
www.bmwgroup.com

Pressemitteilung

Date 17. November 2020

Subject **MINI Vision Urbanaut.**  
Make it your space.

Page 2

- Das typische MINI Rundinstrument befindet sich nun am Tisch, im Zentrum des Fahrzeugs. Es bringt die Informationen für jeden sichtbar an den Ort, an dem sich die Menschen begegnen.
- Der MINI „Token“ ist der Kern der Erlebniswelten des MINI Vision Urbanaut. Er aktiviert die drei vorkonfigurierten MINI Momente durch das Einbringen in den Tisch im Zentrum des Fahrzeugs.
- Ebenso sind weitere MINI Momente vorstellbar, wie z.B. „My MINI Moment“. Hier wird der MINI Token auf ein weiteres personalisiertes Erlebnis programmiert, in dem der Nutzer sein persönliches Lieblingszenario aus Duft, ambientem Licht, Musik selbst konfiguriert und direkt abrufen kann.

## **Exterieurdesign**

- Das puristisch gestaltete Mono-Volumen des MINI Vision Urbanaut ermöglicht einen maximalen Innenraum und gibt damit dem Marken-Motto „Creative Use of Space“ eine neue Gestalt.
- Die Front des MINI Vision Urbanaut zeigt eine klare Weiterentwicklung der klassischen MINI Design-Ikonen „Scheinwerfer“ und „Kühlergrill“.
- Durch die Umsetzung der Front- und Heckleuchten als multicolor Dynamic Matrix Light erlauben sie die Darstellung unterschiedlicher, mehrfarbiger Grafiken und damit eine neue Form der Kommunikation des Fahrzeugs mit der Umgebung – individuell für jeden Moment.
- Die „Skateboard-Wheels“ des MINI Vision Urbanaut in der Farbe Ocean Wave sind Teil der Fahrzeugkommunikation nach außen. Transparent und von innen beleuchtet variiert ihre Bespielung je nach MINI-Moment.
- Die MINI Charms in der C-Säule der Fahrerseite erinnern an bereiste Orte, Festivals oder Events in Form von Pins oder Ansteckern, die dort wie in einer Vitrine hinter Glas als grafisches Sammlerstück präsentiert werden.
- Ein Charm ist dem #NEXTGen Format gewidmet, auf dem der MINI Vision Urbanaut seine digitale Weltpremiere feiert. Ein weiterer besitzt einen QR Code, durch den sich auch im Exterieur die Verbindung von analoger und digitaler Welt zeigt.

## **Digital Services und Nachhaltigkeit**

- Der MINI Vision Urbanaut öffnet per Smart Device und wird damit als Mobilitätsangebot der Zukunft einem definierten Zirkel von Familie oder Freunden zugänglich. Unterwegs lassen sich maßgeschneiderte Playlists, Audiobooks oder Podcasts entdecken. Der persönliche Reiseplaner unterbreitet individuell zugeschnittene Tipps und Points of Interest (POI).



Pressemitteilung

Date 17. November 2020

Subject **MINI Vision Urbanaut.**  
Make it your space.

Page 3

- Der MINI Vision Urbanaut ist geprägt von einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Neben einem cleanen Design und der Reduktion von Bauteilen und dem Einsatz von Rezyklaten bedeutet dies auch, auf eine chrom- und lederfreie Umsetzung zu achten. Das vorherrschende Material im Innenraum ist daher gestricktes Textil.

Bei Rückfragen melden Sie sich bitte bei:

#### **BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Laura-Marie Gaßner, Pressesprecherin MINI Design  
Telefon: +49-89-382- 98114; E-Mail: [Laura.Gassner@bmwgroup.com](mailto:Laura.Gassner@bmwgroup.com)

#### **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>