

Informace pro média

29. července 2026

25 let MINI Design pod BMW Group: od klasického Mini k nové ikoně.

+++ MINI slaví 25 let své designové historie pod záštitou BMW Group +++
Nové video „Od originálu k originálu – 25 let designu MINI“ je nyní
k dispozici na YouTube kanálu BMW Group +++ MINI Design spojuje tradici
a budoucnost díky jasnému designovému stylu a nezaměnitelnému
charakteru +++

Mnichov. Jak přetvořit designovou legendu, aniž by ztratila svůj charakter? Touto otázkou se zabývá nové video „Od originálu k originálu – 25 let designu MINI“, které je nyní k dispozici na YouTube kanálu BMW Group. Video vypráví příběh jedné z nejpozoruhodnějších designových cest v automobilovém průmyslu: vývoj od klasického Mini k MINI vyráběnému BMW Group. „Mini zůstalo prakticky beze změny po celých čtyřicet let. Naším úkolem jako designérů bylo zachovat jeho duši a zároveň ho uvést do nové éry – ne jako kopii, ale jako nové MINI se všemi charakteristickými rysy značky MINI,“ říká Adrian van Hooydonk, šéf designu BMW Group.

Co video odhaluje.

Video představuje designové skici, klíčová rozhodnutí a osobní postřehy. Vystupují v něm Adrian van Hooydonk a Holger Hampf, ředitel MINI Design, kteří vysvětlují, proč je MINI více než jen automobil, že je to milý společník, který kombinuje funkčnost, potěšení z jízdy, individualitu a odvážný šarm. Skutečnost, že fanouškům dnes chybí i „typické MINI“ prvky zavedené od roku 2001, ilustruje, jak silně si značka v rámci BMW Group vybudovala své vlastní reference.

„MINI si v průběhu let vytvořilo své vlastní ikonické prvky. Tato práce nikdy nekončí – musíme v ní pokračovat,“ říká Hampf.

Proč je tento designový odkaz důležitý i dnes.

V průběhu desetiletí se značka MINI podařilo proměnit silnou myšlenku v nezaměnitelnou značku, kterou lidé milují a ke které mají emocionální vztah. Když sir Alec Issigonis v roce 1959 vytvořil klasické Mini, kladl důraz na optimální využití prostoru, kompaktní rozměry, krátké převisy, přímé potěšení z jízdy a sympaticky drzý charakter. Pod záštitou BMW Group se MINI od roku 2001 nestalo retro produktem, ale novým originálem: okamžitě rozpoznatelným, avšak díky technice, designu a kultuře nově interpretovaným pro novou éru.

Od designové soutěže k nové ikoně.

Po akvizici společnosti Rover v roce 1994 stála BMW Group před klíčovou otázkou: jak zachovat podstatu klasického Mini a zároveň mu dát novou podobu? Designéři z BMW a Roveru prozkoumali celou řadu odpovědí: od



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

důsledného navázání na původní myšlenku až po sportovní, na prémiový segment orientovanou novou interpretací. Tak se MINI vyvinulo z chytrého kompaktního vozu ve stylovou ikonu s designem, který oslovuje emocemi a silnou osobností.

V čem spočívá jedinečnost designu MINI.

Design MINI není jen o rozpoznatelnosti. Kruhové světlomety, kompaktní proporce, krátké převisy a pro MINI charakteristický pocit z jízdy jako v motokáře zůstávají dodnes srdcem značky. Tyto charakteristiky doplňují roztomilé detaily, možnosti individualizace a design, který vyjadřuje osobnost. „Žádné MINI nevypadá jako jiné. MINI dává lidem možnost vyjádřit svůj životní styl a vyprávět svůj vlastní příběh,“ říká Hampf.

Značka na této myšlence nadále staví i u současné rodiny modelů MINI. Designový jazyk „Charismatic Simplicity“, redukovaný na to podstatné, podtrhuje charakter každého modelu a zároveň poskytuje základ pro širokou škálu možností personalizace. U modelu MINI Cooper Electric se to odráží v jasně tvarovaných plochách, puristickém a moderním designu karoserie a interiéru, který se vrací k základnímu konceptu klasického Mini: méně komponentů, kruhový centrální displej a kompaktní volant. Tímto způsobem se značka MINI díky svému současnému designu opět přetváří pro elektrickou a digitální budoucnost.

Šestimínutové video je nyní k dispozici na [YouTube kanálu BMW Group](#). Tento rok je pro značku MINI výjimečný, protože oslaví 25 let výroby moderního MINI a své britské kořeny limitovanou edicí MINI Cooper Oxford Edition.

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Czech Republic

Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com

BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm

Internet: www.bmw.cz; [Facebook CZ](#); [LinkedIn](#)

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI, Rolls-Royce a BMW Motorrad vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů, BMW Group je společností s 30 výrobními závody po celém světě a globální prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích,

V roce 2025 společnost BMW Group prodala po celém světě více než 2,46 milionu osobních vozů a více než 202 500 motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2025 činil 10,2 miliardy Euro, příjmy dosáhly 133,5 miliardy Euro. K 31. prosinci 2025 pracovalo pro BMW Group 154 540 zaměstnankyň a zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost, a to od dodavatelského řetězce přes výrobu až po fázi konce životního cyklu všech produktů.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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