

Presse-Information
14. Januar 2016

MINI inspiriert Pitti Generation(s) bei der Pitti Uomo 89

Anlässlich der 89. Pitti Uomo, die vom 12. bis 15. Januar 2016 in der Fortezza da Basso in Florenz stattfindet, erneuert MINI seine Partnerschaft mit Pitti Immagine

San Donato Milanese. MINI führt seine Partnerschaft mit Pitti Immagine fort: Beide Unternehmen entwickeln gemeinsame Projekte und teilen die Leidenschaft für Innovation, die Liebe zum Detail, das Streben nach Qualität und den Willen, sich selber stets zu übertreffen, sowie die Fähigkeit, neue Trends zu antizipieren.

MINI und Pitti Immagine setzen gemeinsam auf junge Talente

MINI und Pitti Immagine vereinen anlässlich der Pitti Uomo 89 – das bedeutendste internationale Event für Männermode und zeitgenössischen Lifestyle – ihre Kräfte, um junge internationale Fashiontalente weiter zu fördern.

Vom 12. bis 15. Januar 2016 präsentiert MINI in der Fortezza da Basso in Florenz zum ersten Mal The Latest Fashion Buzz, eine Auswahl an internationalen Designern, die neue und moderne Ideen im Bereich Menswear entworfen haben. Es handelt sich dabei um Künstler, die durch ihre Originalität und ihren Mut zur Innovation Kollektionen gezeichnet haben, mit denen sie ihrer Persönlichkeit Ausdruck verleihen.

Der neue MINI Clubman als Inspiration für Pitti Generation(s)

Darüber hinaus liefert MINI anlässlich der 89. Ausgabe der Pitti Uomo seine exklusive Interpretation des Themas Pitti Generation(s) und präsentiert mit dem MINI Gentleman's Playground eine außerordentliche Variante eines Spielplatzes.

Der elegante und raffinierte Aufbau ist von den typischen Merkmalen des neuen MINI Clubmans inspiriert - dem neuesten Zugang der neuen Generation der MINI Modellfamilie - und vereint zwei prägende Lebensabschnitte eines Menschen: seine Kindheit und das Erwachsenenalter. Es handelt sich dabei um einen Treffpunkt für Jung und Alt, wo man spontan dem eigenen Instinkt folgen und seine Identität authentisch erleben kann.

Die neue MINI Markenstrategie

Bereits zur Weltpremiere des MINI Clubman im Juni 2015 in Berlin stellte die BMW Group die neue Produkt- und Markenstrategie der Marke MINI vor. Design, Authentizität und Werthaltigkeit leiten das neue Markenbild. Der globale Relaunch führt die Marke MINI in eine neue Ära und knüpft gleichzeitig an die Tradition der Marke an, sich immer wieder neu zu erfinden und den Zeitgeist dabei mitzuprägen.

Die neue Markenphilosophie lässt Überflüssiges weg, um dem Wichtigen mehr Raum zu geben. Sie lenkt den Blick auf die Kernaussagen und kommuniziert authentisch. Das neue Logo, die neue Typographie und neue Tonalität folgen dem Leitgedanken der Klarheit und Authentizität – und übersetzen die DNA der Marke neu, um den Zeitgeist auch in der Zukunft mitzugestalten.

MINI und Pitti

Die Pitti Immagine ist eine jährliche Fachmesse in Italien mit dem Schwerpunkt Mode. Die Pitti Uomo, eine reine Herrenmodemesse, findet seit 1972 zweimal jährlich in Florenz statt. Gefördert werden junge, aufstrebende und bisweilen unkonventionelle Modelabels. Seit Januar 2015 besteht die Zusammenarbeit zwischen MINI und Pitti Immagine, die verschiedene Projekte umfasst.

MINI

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Unter anderem kürten MINI und Pitti auf der 87. Pitti Uomo gemeinsam den Jungdesigner Alberto Premi als größtes Talent, der daraufhin im April 2015 seine innovative Schuhkollektion in einer Special MINI Edition auf dem Salone del Mobile 2015 präsentierte.

Dass sich die MINI Philosophie auch außerhalb der automobilen Welt anwenden lässt, zeigte MINI auf der 88. Pitti Uomo im Juni 2015. Zusammen mit sechs jungen italienischen Talenten entwarf MINI die MINI Gentleman's Collection inspired by the new MINI Clubman. Die sechsteilige Capsule Collection verbindet italienische Handwerkskunst mit kreativen und innovativen Details.

Nach dem großen Erfolg der MINI Gentleman's Collection soll auch auf 90. Pitti Uomo im Juni 2016 die Kooperation mit jungen Designern und Talenten fortgeführt werden.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Bernhard Ederer
Wirtschafts- und Finanzkommunikation, Pressesprecher Marketing und BMW Welt
Telefon: +49-89-382-28556
E-Mail: Bernhard.Ederer@bmwgroup.com

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 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2014 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

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

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>