

Presse-Information
14. Juni 2016

MINI FLUID FASHION.

MINI präsentiert limitierte Fashion Collection auf der Pitti Uomo 90.

München/Florenz. Im Rahmen der 90. Pitti Uomo in Florenz – einer der bedeutendsten internationalen Messen für Männermode und zeitgenössischen Lifestyle – stellt MINI eine limitierte Sweatshirt-Kollektion vor. Die mit fünf jungen, innovativen Labels entwickelte MINI FLUID FASHION Capsule Collection besteht aus fünf Sweatshirts mit fünf individuellen Designs. „Seit ihrer Gründung steht die Marke MINI für ikonisches Design und individuellen Lebensstil. Einen MINI zu fahren ist ein Statement in Stil und Identität, und auch deshalb hatte die Marke schon in den 60ern eine enge Verbindung zur Modewelt“, so Esther Bahne, Leiterin Brand Strategy und Business Innovation MINI. Nach der MINI Gentleman's Collection, einer sechsteiligen Accessoires-Kollektion für den modernen Gentleman, zeigt MINI in diesem Jahr eine reine Sweatshirt-Kollektion. Die MINI FLUID FASHION Capsule Collection ist auf 200 Stück pro Design limitiert und exklusiv ab Mitte Juni über den Onlinestore von „Luisa Via Roma“ erhältlich.

MINI FLUID FASHION: Bold meets Genderless.

Designkooperationen sind für MINI seit jeher ein wichtiges Instrument, um sich intensiv mit der eigenen Perspektive von Mode und Design auseinanderzusetzen und dabei unterschiedliche Facetten zu entdecken. In diesem Sinne vereint MINI FLUID FASHION die Designexpertise von MINI mit kraftvollen Impulsen junger Labels aus fünf Ländern. Die ausgewählten Designer übersetzen auf von MINI entworfenen Sweatshirts die optimistische, offene Haltung der Marke MINI in modische Statements. Bereits mit der Wahl der zu gestaltenden Basis, dem Sweatshirt, wird diese betont. Für Männer wie Frauen gleichermaßen tragbar, ist es eines der demokratischsten und allgegenwärtigsten Kleidungsstücke überhaupt. Jenseits von Kategorien ist der Fashionklassiker auf der Straße ebenso zu Hause wie in Kollektionen großer Designer. Auch mit der Wahl der Fashiondesigner geht MINI unkonventionelle Wege. Ihre aktuellen Kollektionen zeigen spannende Entwürfe, die scheinbar Gegebenes hinterfragen und so Grenzen in den Köpfen überwinden. Folgende Fashiondesigner gestalteten je ein Sweatshirt: HIEN LE (Deutschland), Agi & Sam (UK), Études Studio (Frankreich), SANKUANZ (China) und Sunnei (Italien).

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-0

Internet
www.bmwgroup.com

HIEN LE, Deutschland.

HIEN LE aus Berlin steht für diskrete Linien und gewissenhaftes Design. Sein Streben nach Einfachheit, Stil und Qualität mündet in Entwürfen, die ebenso zeitgemäß wie zeitlos sind. Für die MINI FLUID FASHION Capsule Collection verband er das „like heart“ von Instagram, einer Ausdrucksmöglichkeit des Gefallens im digitalen

Presse Information

Datum 14. Juni 2016

Thema MINI FLUID FASHION. MINI präsentiert limitierte Fashion Collection auf der Pitti Uomo 90.

Seite 2

Zeitalter, mit dem Leitmotiv seiner aktuellen Kollektion: der Negativform. „MINI FLUID FASHION ist für mich Grenzenlosigkeit, Mut und vor allem Liebe. Diese Dinge haben seit jeher eine Rolle für mich gespielt und sind heute wichtiger denn je.“

Études Studio, Frankreich.

Neben der Arbeit als Modedesigner reflektieren Études die Modelandschaft in Form von diversen Projekten und Veröffentlichungen. Die plattformübergreifende Arbeit von Études ist geprägt von mutigen Experimenten und Kollaborationen. Ihr Entwurf für die MINI FLUID FASHION Capsule Collection zeigt ihren visionären Stil in essenzieller Form: „Der Satz ‚Out of the Blue‘ bezieht sich auf das, was passiert, wenn man sich auf das Unerwartete und Spontane einlässt – Grenzen überschreitet. Die schönsten Momente und Orte sind die, von denen man es am wenigsten erwartet.“

Agi & Sam, Großbritannien.

„Never taking fashion too seriously“, lautet das Credo von Agi & Sam aus London. Die beiden Designer verleihen ihrer Kreativität durch einen humoristischen Zugang Flügel, um sie dann mithilfe intensiver Recherche und großem Fleiß ernsthaft voranzutreiben. Ganz im Stile ihrer kontrastreichen und lebhaften Designs kombinieren Agi & Sam für die MINI FLUID FASHION Capsule Collection ausdrucksstarke Farben mit minimalistischer Linienführung. Ihren Ausdruck findet diese Kombination in geometrischen Mustern, angelehnt an die Arbeit der Künstlerin Gunta Stölzl, die als erste weibliche Meisterin in der männerdominierten Bauhaus-Bewegung von sich reden machte – eine echte Grenzgängerin.

SANKUANZ, China.

Typisch für SANKUANZ sind mutige und farbenfrohe Entwürfe, in denen sich unkonventionelle Muster mit teils widersprüchlichen Elementen zu High-End-Kollektionen verbinden. Er kombiniert in seinen genderless Designs oft traditionelle Elemente mit modernen Details. Entsprechend verbindet sein Entwurf für die MINI FLUID FASHION Capsule Collection die Ästhetik klassischer, chinesischer Comics der 1980er-Jahre mit dem bunten, zeitgemäßen Sankuanz-Logo und einem classic Mini als Symbol für ein freundlicheres, farbenfroheres Leben in der Stadt.

Sunnei, Italien.

Sunnei war nicht nur für MINI eine der großen Entdeckungen der Talentplattform „The Latest Fashion Buzz“ auf der Pitti Uomo 89 Anfang dieses Jahres. Für die MINI FLUID FASHION Capsule Collection wählten sie folgenden Ansatz: „Wir lieben Streifen! Für unseren Entwurf kombinierten wir sie mit dem Statement ‚Everyday I wear Sunnei‘, das man erst beim Näherkommen lesen kann. Wir wollen damit zum

Presse Information

Datum 14. Juni 2016

Thema MINI FLUID FASHION. MINI präsentiert limitierte Fashion Collection auf der Pitti Uomo 90.

Seite 3

Ausdruck bringen, selbstbewusst zu seinem eigenen Stil zu stehen, ohne jedem Trend nachzulaufen. Gleichzeitig wollen wir zeigen, dass es sich lohnt, öfter mal innezuhalten und die Details genauer zu betrachten.“

MINI und Pitti Immagine.

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. 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 Pitti Uomo 88 im Juni 2015. Zusammen mit sechs jungen italienischen Talenten entwarf MINI die MINI Gentleman's Collection – eine sechsteilige Capsule Collection, die italienische Handwerkskunst mit kreativen und innovativen Details verbindet. Auf der Pitti 89 im Januar 2016 vereinten MINI und Pitti erneut ihre Kräfte, um junge, internationale Fashiontalente zu fördern: MINI präsentierte zum ersten Mal „The Latest Fashion Buzz“, eine Auswahl an internationalen Designern, die neue und moderne Ideen im Bereich Menswear entwerfen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Susanne Herrmann, Pressesprecherin MINI Design und Lifestyle

Telefon: +49-89-382-24716; E-Mail: susanne.herrmann@bmwgroup.com

Cypselus von Frankenberg, Leiter BMW Group Innovations- und Designkommunikation

Telefon: +49-89-382-30641; Fax: +49-89-382-20626

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 14. Juni 2016

Thema MINI FLUID FASHION. MINI präsentiert limitierte Fashion Collection auf der Pitti Uomo 90.

Seite 4

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 belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>