

Presse-Information
07. Juni 2018

MINI LIVING Urban Cabin: ein Micro-Wohnkonzept bereist die Welt.

MINI zeigt mit der MINI LIVING Urban Cabin auf dem LA Design Festival, wie maximale Lebensqualität auf minimaler Fläche aussehen kann.

München/Los Angeles. Im Rahmen des LA Design Festival präsentiert MINI vom 7.-10. Juni 2018 die MINI LIVING Urban Cabin in Los Angeles. Das auf einer ungenutzten Dachfläche in Downtown errichtete Micro-Wohnkonzept entstand in Kooperation mit dem lokalen Architektenduo FreelandBuck.

Die Urban Cabin in L.A. ist bereits die dritte Interpretation des Konzeptes, das MINI LIVING im letzten Jahr entwickelt hat; fünf sollen es werden. Die Urban Cabin bietet temporären Wohnraum mit hoher Flexibilität und vielen Möglichkeiten- auf nur 15qm. Ein besonderer Fokus bei ihrer Ausgestaltung liegt auf der lokalen Identität und Kultur des jeweiligen Standortes. Nach London, New York City und jetzt Los Angeles sind weitere Halts für die zweite Jahreshälfte in Peking und Tokyo geplant.

Mit dem Konzept geht MINI den ersten Schritt in Richtung eines globalen Netzwerks von kreativen Wohnlösungen, in dem Bewohner sich zuhause fühlen sollen – egal in welcher Stadt sie gerade leben. „Wir arbeiten an unserer ganz eigenen Interpretation von Co-living. Uns geht es darum, wirkliche Gemeinschaft zu ermöglichen, Türen zu öffnen, auch öffentlichen Raum zu schaffen“, erklärt Esther Bahne, Leiterin Strategy and Innovation MINI. „In Installationen und visionären Formaten eruieren wir, wie durch kreative Raumnutzung ganz neue Möglichkeiten entstehen. Das Gelernte setzen wir jetzt in realen Bauprojekten um. Aktuell arbeiten wir an unserem ersten großen Hub mit über 50 Wohnungen sowie Gemeinschafts- und öffentlichem Raum in Shanghai, welcher im April kommenden Jahres eröffnet wird.“ Die Urbans Cabins weisen in Konzept und Gestaltung schon auf die realen MINI LIVING Gebäude hin.

Big life. Small footprint.

Die MINI LIVING Urban Cabins bieten auf wenig Raum so viel Lebensqualität wie möglich. Sie bestehen aus drei formalen Elementen. Die beiden äußeren Bausteine bilden Wohn- und Schlafbereich auf der einen Seite, sowie Bad und Küche auf der anderen Seite ab; beide werden vom MINI LIVING Team gestaltet. Der dritte Teil – ein Erlebnisraum mit Installationscharakter- wird von MINI als Leerstelle definiert. Für jede Cabin ist ein lokales Architekturbüro eingeladen, diese zu gestalten. Das hierfür gewählte Thema soll immer für den spezifischen Standort von Relevanz sein. Außen

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-61742

Internet
www.bmwgroup.com

Presse Information

Datum 07. Juni 2018

Thema MINI LIVING Urban Cabin L.A.

Seite 2

ziert die beiden Wohnbereiche eine perforierte Metallfassade. Transparenz und Lichtstimmung, sowie Raumeindruck und Charakter verändern sich im Laufe des Tages. Im Innenraum prägt Holz in Kombination mit modernen, überraschenden Materialien das Erscheinungsbild. Das MINI Kernprinzip „creative use of space“ zeigt sich bis ins Detail durch smarte Lösungen, die entweder Platz schaffen: Schiebe-, Klapp-, Rotations- und Faltmechanismen ermöglichen unterschiedliche Nutzungsszenarien für Tag und Nacht. Luken, Fenster, nach außen drehbare Regale lassen den Bewohner zudem flexibel mit privatem und geteiltem Raum umgehen: Die Urban Cabins öffnen sich nach außen – eins der Grundprinzipien von MINI LIVING.

In ihrem Ansatz adressieren die Cabins nicht nur schwindenden Wohnraum, steigende Preise und damit abnehmende Lebensqualität in den Innenstädten, sondern auch das global zunehmend gleichförmigere Erscheinungsbild von Architektur und den damit einhergehenden Verlust von kultureller Identität und Varianz.

Nächster Halt: Los Angeles

Die Verbindung zur Natur ist für die Bewohner von Los Angeles von hoher Bedeutung.

Die MINI LIVING Urban Cabin in L.A. holt diese nach Downtown – und schafft eine urbane Oase. Den Erlebnisraum der Cabin gestaltete das Architekten-Duo FreelandBuck aus Los Angeles mit hängendem Garten, perforierten Flächen und viel Luft und Licht. Das Duo entwarf zwei ineinander verschachtelten Kuben, die einen kaleidoskopartigen visuellen Effekt schaffen. Es entsteht ein atmosphärisches Spiel aus Lichtbrechungen und perspektivischen Täuschungen, eine Art Trompe l'oeil Effekt. Der nach außen ragende hängende Garten in Kombination mit dem sinnlichen Lichtspiel vermittelt dem Besucher das Gefühl sich in der freien Natur zu befinden – mitten in der Stadt.

Ausblick: The Global Village

Nach den MINI LIVING Urban Cabins in London, New York und nun auch L.A. sind für dieses Jahr noch weitere Stopps des Konzeptes geplant. Es folgen ein Halt in Peking auf der House Vision und in Tokyo auf der Design Art. In beiden Fällen werden lokale Architekten ihre individuelle Perspektive miteinbringen. Die fünf Urban Cabins geben einen Vorgeschmack auf unterschiedliche Funktionen und Bereiche des MINI LIVING Gebäudes, dem ersten Co-Living-Projekt in China, das 2019 in Shanghai eröffnet wird. Gemeinsam bilden sie ein globales Dorf aus MINI LIVING Initiativen, die einen möglichen Weg in die Zukunft des urbanen Wohnens zeigen.

Presse Information

Datum 07. Juni 2018
Thema MINI LIVING Urban Cabin L.A.
Seite 3

Die MINI LIVING Urban Cabin ist vom 7. bis einschließlich 10. Juni 2018 auf dem L.A. Design Festival zu sehen.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Matthias Bode, Pressesprecher Produktkommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-61742, Fax: +49-89-382-28567
E-Mail: matthias.bode@mini.com



Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-23662, Fax: +49-89-382-28567
E-Mail: andreas.lampka@mini.com



Markus Sagemann, Leiter Kommunikation MINI, BMW Motorrad
Telefon: +49-89-382-68796, Fax: +49-89-382-28567
E-Mail: markus.sagemann@bmw.de

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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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>