

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Pressemitteilung
30. Juni 2021

MINI VISION URBANAUT. Die virtuelle Vision wird greifbare Realität.

München. Mit dem virtuellen Visionsfahrzeug „MINI Vision Urbanaut“ präsentierte die Marke MINI bereits im November 2020 eine vollkommen neue Ausprägung von Mobilität in Form einer innovativen Raumvision. Nun macht die BMW Group sowohl das Raumkonzept als auch die nachhaltigen Materialien mit einem physischen Modell des Fahrzeugs erlebbar. Es feiert seine Weltpremiere am 1. Juli 2021 auf dem DLD Summer in München.

„Wir bei MINI sehen es als unsere Verantwortung, die einzigartigen Charakteristika unserer Marke für die nahe und ferne Zukunft zu bewahren und weiterzuentwickeln. Mit Blick auf die Zukunft haben wir mit dem MINI Vision Urbanaut eine Idee entwickelt, wie wir die MINI Merkmale, wie in diesem Fall im Fokus ‚Clever Use of Space‘ in die Zukunft der Mobilität einbringen und MINI typisch interpretieren können. Er überträgt den persönlichen Raum auf das Auto und schafft dem Nutzer unterschiedliche Möglichkeiten von der urbanen Oase bis hin zum Erleben von Freiheit im Moment „Wanderlust“. Der MINI Vision Urbanaut ist unsere Vorstellung davon, wie MINIs ‚Clever Use of Space‘ eine Antwort auf die Bedürfnisse zukünftiger Städte und Lebensstile sein könnte“, erklärt Bernd Körber, Leiter der Marke MINI.

Oliver Heilmer, Leiter MINI Design ergänzt: „Wir bei MINI Design glauben, dass man das Gesamtkonzept des MINI Vision Urbanaut am besten begreift, wenn man es erlebt. Das Raumgefühl oder auch die innovativen Materialien wollen entdeckt werden. Deswegen war es uns von Beginn an ein großes Anliegen, den MINI Vision Urbanaut auch als physisches Modell zu realisieren. Und nun ist es endlich so weit. Das Modell, das sämtliche Facetten des MINI Vision Urbanaut erlebbar macht, haben wir komplett in unserem MINI Design Studio in München geplant und aufgebaut.“

Mobilität über das Fahren hinaus gedacht – die MINI Moments.

MINI begreift sich zukünftig vor allem als Ermöglicher und Begleiter für unvergessliche Erlebnisse – den sogenannten MINI Moments. Geboren aus der Überlegung „Was will ich mit meinem Fahrzeug erleben?“ bilden sie die konzeptionelle Basis des MINI Vision Urbanaut, und das sogar über die Fahrsituation hinaus. Was das konkret bedeuten kann, illustrieren die drei MINI Moments „Chill“, „Wanderlust“ und „Vibe“. Je nach MINI Moment verändern sich Exterieur und Interieur, um dem Erlebnis eine optimale Bühne und räumliche Umgebung zu bieten. Weiterhin verstärken Duft, Sound und Ambientebeleuchtung die jeweilige Grundstimmung des MINI Moments. Die Verwandlung des Fahrzeugs in den

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Post Adresse
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-0

Internet
www.bmwgroup.com

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Pressemitteilung

Date 30. Juni 2021

Subject MINI Vision Urbanaut.

Make it your space.

Page 2

jeweiligen Momenten wird nun durch das physische Modell des MINI Vision Urbanaut auch in Realität eindrucksvoll erlebbar.

Der Moment „Chill“, ermöglicht es, innezuhalten und im Hier und Jetzt zu verweilen. Das Fahrzeug wird zum Rückzugsort, dient der Entspannung oder auch dem konzentrierten Arbeiten. Während die hintere Sitzbank (Cosy Corner) verschiedene Sitz- und Liegepositionen ermöglicht, erzeugt der hinterleuchtete Loop darüber eine dimmbare, von einem grünen Blätterdach inspirierte Bespielung. Im zentralen Bereich klappt das Rundinstrument herunter und wird zur Tischleuchte, sodass kein Display und kein Schalter mehr an die automotive Umgebung erinnern.

„Wanderlust“ ist der einzige MINI Moment, in dem der MINI Vision Urbanaut gefahren wird oder automatisiert fährt. Hier wird der Innenraum zum idealen Ort für das Fahren bzw. Gefahrenwerden und lässt die Insassen die Romantik des Reisens wiederentdecken. Möchte man selbst steuern, fahren mit einem Fingertipp auf das MINI Logo Lenkrad und Pedalerie aus. Das User Interface auf dem zentralen Rundinstrument ändert seine Anmutung und macht neben einer Animation des Weges auch weiterführende Reiseinformationen wie z. B. Sehenswürdigkeiten oder Ankunftszeit für alle Mitfahrenden sichtbar.

Der Moment „Vibe“, stellt die gemeinsame Zeit mit anderen Menschen in den Vordergrund, in all ihren Facetten. Die geöffnete Tür in der Seite und die hochgeklappte Frontscheibe formen eine einladende Geste, mit der die Grenzen von innen und außen verschwimmen. Das zentrale Rundinstrument wird zur Medienbedienzentrale, und eine an Equalizer angelegte Animation der abgespielten Musik auf Flächen in Front, Heck, Felgen und dem Loop schafft eine angenehme Clubatmosphäre. Wenn man es möchte, wird das Fahrzeug sogar zur „Boombox“. Darüber hinaus bietet mit „my moment“ ein vierter, frei gestaltbarer Moment weiteren Gestaltungsspielraum, um das Fahrzeug nach seinen Wünschen und Bedürfnissen anzupassen.

Nachhaltigkeit in vielen Facetten.

Neben der vielfältigen Nutzung steht beim MINI Vision Urbanaut auch Nachhaltigkeit im Fokus. Das Fahrzeug macht sie in mehreren Facetten direkt begreifbar und erlebbar. Ausgangspunkt des Konzepts ist MINI typisch „Clever Use of Space“: Es bietet maximalen Raum auf möglichst kleiner Verkehrsfläche. Dank seiner Bauhöhe realisiert der MINI Vision Urbanaut auf nur 4,46 Meter Gesamtlänge ein vielfältig nutzbares Raumvolumen mit vollkommen neuartiger

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Pressemitteilung

Date 30. Juni 2021

Subject MINI Vision Urbanaut.

Make it your space.

Page 3

Bewegungsfreiheit. Der E-Antrieb sorgt für lokal emissionsfreie Mobilität. Ein weiterer Aspekt ist die Nutzungsmöglichkeit des Fahrzeugs über Mobilität hinaus. Das Fahrzeug macht auch im Stand urbanen Raum verfügbar und erhöht dadurch die mögliche Verweil- und Nutzungsdauer enorm.

Darüber hinaus setzt der MINI Vision Urbanaut auch auf einen verantwortungsvollen Umgang mit den Ressourcen. Entsprechend stand ab Beginn der Konzeptphase die konsequente Reduktion von Komponenten sowie die Vermeidung von unnötigem Materialeinsatz im Fokus. Realisiert wurde dies beispielsweise durch clevere Doppelfunktionen im Dashboard, das zum Daybed wird, sowie im ersten runden OLED-Center Display über dem Tisch, das sich im Moment „Chill“ zu einer stilvollen Lampe wandelt. Ebenso steht eine möglichst lange Nutzung durch Austauschbarkeit, beispielsweise durch wechselbare Bezüge im Vordergrund. Das Interieur ist zudem chrom- und lederfrei umgesetzt, was bereits in der nächsten MINI Modellgeneration umgesetzt wird.

Hochwertige und nachhaltige Materialinnovationen.

Im Innenraum verwendet der MINI Vision Urbanaut einen hohen Anteil von Rezyklaten sowie nahezu ausschließlich nachwachsenden und wiederverwertbaren Materialien. Das vorherrschende Material im Innenraum sind Textilien aus recycelten Materialien wie Wolle, Polyester oder Tencel. Sie vereinen Wohnlichkeit und Hochwertigkeit mit Weichheit und Komfort. Auch achteten die Designer verstärkt auf Lösungen, in denen nur ein Material verwendet wird – sogenannte Monomaterialien. Diese lassen sich später einfach wiederverwerten und können zu neuen Produkten werden. Das nachwachsende und recycelbare Material Kork auf dem Lenkrad und auf Teilen des Bodens setzt dank seiner natürlichen Haptik einen besonderen Akzent und sorgt auf natürliche Art für ein angenehmes Raumklima. Insgesamt zeigt das Materialkonzept des MINI Vision Urbanaut die enorm hochwertige Optik und Haptik, die ein nachhaltig gestaltetes Interieur besitzen kann.

Ein Erlebnis für alle Sinne.

Für das perfekte Erlebnis adressiert der MINI Vision Urbanaut alle sinnlichen Dimensionen. Wesentlicher Teil der Innenraumgestaltung sind daher auch eine bewusste Duft- und Soundinszenierung. Annabell Coffinet, Duftdesignerin der BMW Group, erklärt: „Durch den ganzheitlichen Ansatz, alle Sinne anzusprechen, entsteht ein wirklich einzigartiges, unvergessliches Erlebnis. Eine individuelle Duftsignatur wird exakt im Kopf gespeichert und kann nachträglich die positive Atmosphäre und das Erlebnis wieder ins Gedächtnis rufen – damit schaffen wir eine weitere, sehr



Pressemitteilung
Date 30. Juni 2021
Subject MINI Vision Urbanaut.
Make it your space.
Page 4

persönliche Verbindung zu besonders einprägsamen Momenten. Gleichzeitig wollten wir das erste Mal die Markenidentität MINI mit einer Duftsignatur assoziieren. Wie ein Hauch, ungreifbar, erfrischend und unerwartet ist die Botschaft der Marke damit emotional repräsentiert, sozusagen als internationale Signatur mit Wiedererkennungseffekt. Es wird dezent sein und als Welcome Szenario erlebbar sein.“ Um das sinnliche Erlebnis harmonisch zu perfektionieren, übersetzte Renzo Vitale, Creative Director Sound, die verschiedenen Texturen des Dufts für das Welcome-Szenario in Klang. Neben dem Welcome-Sound komponierte er auch die Musik für die Momente „Chill“, „Vibe“ und „Wanderlust“. So hüllt das Fahrzeug den Nutzer im Moment "Chill" in dezente Klanglandschaften eines Waldes mit Blätterrauschen und fließendem Gewässer, die im Einklang mit der dimmbaren Blätterdach Lichtinszenierung den Innenraum füllen. Akustische Klänge komplettieren das Entspannungserlebnis. Die Momente "Wanderlust" und "Vibe" begleitet eine Klangwelt aus eigens komponierter Musik, die sowohl im Interieur als auch außen abgespielt werden kann.

Analogue Love, Digital Connection

Ein weiterer Aspekt der MINI Moments war es, das analoge Erlebnis durch digitale Integration zu intensivieren oder anzureichern. Der Ansatz „Analogue Love, Digital Connection“ zeigt sich im gesamten Fahrzeug. So ist beispielsweise unter einigen analogen Flächen eine digitale Zusatzebene eingebaut. Ob der Tisch im Innenraum, der durch das Einlegen des MINI Tokens Auslöser der MINI Momente ist, die Lampe mit OLED-Display oder auch die LED-Matrixen im Innenraum unter Textil oder in Front und Heck – in all diesen Elementen verschmelzen analoge und digitale Welt zu einer neuen, immersiven Erfahrung. Die im MINI Vision Urbanaut verbaute OLED-Technologie bietet den Passagieren das modernste Display sowie hochauflösende Inhalte. Das Benutzererlebnis und die Benutzeroberfläche wird auf zeitgemäße Weise verbessert. Und dass all dies nun auch in einem realen Fahrzeugmodell erlebt werden kann, ist die Leistung des Modellbaus der BMW Group.

Geballte Modellbaukompetenz der BMW Group.

Als innovatives Raumkonzept wurde der MINI Vision Urbanaut sprichwörtlich von innen nach außen gestaltet. Noch vor der Entwicklung des Exterieurs konzipierten die Designer das großzügige Innenraumerlebnis mithilfe von Grundrissen, Möbeln sowie einem Modell aus Holzspanplatten als Größenreferenz. Im Laufe des Projekts wurde ein digitales Modell in Augmented Reality erstellt und systematisch optimiert. Das physische Modell des MINI Vision Urbanaut entstand dann komplett im MINI Designstudio in München. Hier bündelt die BMW Group die gesamte Kompetenz, um

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Pressemitteilung

Date 30. Juni 2021

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

Page 5

virtuelle Visionen physische Realität werden zu lassen. Gemeinsam mit den Designern arbeiten hier unter anderem Sattler, Modellbauer, Mechatroniker, Programmierer und Lackierer daran, dass eine Vision erlebbare Gestalt annimmt, die nahezu Prototypenqualität besitzt. Denn der MINI Vision Urbanaut ist kein statisches Modell, sondern fahrbar und lenkbar. Jedes Bauteil ist spezifisch konstruiert, mithilfe modernster Werkzeuge präzise gefertigt und in Handarbeit verbaut. Der hohe Grad an Kunstfertigkeit zeigt sich am MINI Vision Urbanaut gerade auch darin, dass das Interieurdesign an einen modernen Wohnraum erinnert und so der Modellbau von klassischem Fahrzeugbau über Möbelbau bis hin zu Programmierung und smarter Hightech-Integration reicht.

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

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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

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

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

YouTube:

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

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

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Pressemitteilung

Date 30. Juni 2021

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

Page 6