



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

01. September 2021

MINI und URBAN-X präsentieren „Love the City x Hate the City“: Wie können wir unsere Städte lebenswerter machen?



P90432042

Das Zusammenleben in den Städten neu denken: Der von MINI initiierte Start-up Accelerator URBAN-X stellt sich mit seiner neuen Videokampagne urbanen Herausforderungen und präsentiert innovative Lösungen kreativer Vordenker.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-38072

Internet
www.bmwgroup.com

München. Was wäre, wenn wir die besten Seiten des Stadtlebens bewahren und die schlechtesten ändern könnten? In der Videokampagne „Love the City x Hate the City“ (#LTCxHTC) stellt MINI unterschiedliche Aspekte des Lebens in der Stadt sowie die damit verbundenen Herausforderungen vor und präsentiert Projekte der aktuellen Kohorte

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 01. September 2021

Thema MINI und URBAN-X präsentieren „Love the City x Hate the City“: Wie können wir unsere Städte lebenswerter machen?

Seite 2

des Start-up Accelerators URBAN-X. Im Rahmen dieser Förderung aufstrebender Unternehmer sucht MINI zusammen mit kreativen Vordenkern nach neuen Lösungen für mehr Gerechtigkeit, Teilhabe und Gestaltungsmöglichkeiten.

„Mit #LTCxHTC feiern wir unsere Leidenschaft für Städte und die Menschen, die in ihnen leben. Wir geben Start-up Gründern und ihren mutigen Schritten zur Bewältigung der drängendsten Aufgabenfelder – etwa Mobilität, Sicherheit, Stadtinfrastruktur und Energie – eine Bühne“, sagt Bernd Körber, Leiter Marke MINI.

MINI betreibt den Start-up Accelerator URBAN-X zusammen mit dem amerikanischen Venture Fund Urban Us. Das Programm wurde 2016 von MINI gegründet. Seit dem Start haben bereits mehr als 70 Start-ups aus unterschiedlichen Ländern den Accelerator durchlaufen. Im Abstand von sechs Monaten wird jeweils eine neue Kohorte mit bis zu zehn urbantech Start-ups zusammengestellt – ausgewählt aus jährlich mehr als 1000 Bewerbungen.

Im kreativen Austausch mit Designern, Ingenieuren und Entwicklern von MINI werden die Gründer der ausgewählten Start-ups bei der Weiterentwicklung ihres Geschäftsmodells unterstützt. Die in diesem Prozess entstandenen Innovationen betreffen einige der dringendsten städtischen Herausforderungen von der Gebäudetechnik und der Infrastruktur über Mobilität und Energieversorgung bis zur öffentlichen Gesundheit und Bürgerservices. Mit ihnen entstehen Städte, die wir alle lieben können.

„Jetzt, da die Menschen wiederentdecken, was sie an ihren Städten lieben, und überall auf der Welt neue Lösungen zur Bekämpfung des Klimawandels und zur Verbesserung der Lebensqualität entstehen, ist der perfekte Zeitpunkt, um das Stadtleben neu zu gestalten und die

Presse Information

Datum 01. September 2021

Thema MINI und URBAN-X präsentieren „Love the City x Hate the City“: Wie können wir unsere Städte lebenswerter machen?

Seite 3

Innovatoren zu unterstützen, die genau das anstreben“, so Micah Kotch, Geschäftsführer von URBAN-X.

Im Rahmen der #LTCxHTC Kampagne werden auch vier innovative Start-ups aus der aktuellen Kohorte vorgestellt. Beispielsweise das Start-up Circuit, das als emissionsfreier Kurzstrecken-Service kostenlose Fahrten-on-demand in belebten Innenstädten anbietet. Circuit vermittelt Mitfahrende per App und trägt so dazu bei, Staus zu reduzieren und lästiges Parkplatzsuchen überflüssig zu machen.

Die Kommunikationsplattform OneRoof hilft Menschen, die im selben Haus wohnen dabei, sich zu vernetzen, gegenseitig kennenzulernen und auszuhelfen. Ihr Ziel ist es, aus einer Gruppe von Menschen, die unter dem gleichen Dach leben, eine Haus-Gemeinschaft zu machen.

Durch modulare, individuell anpassbare Bike-Pods bietet Oonee sichere Abstellmöglichkeiten für Scooter und Fahrräder in innerstädtischen Ballungsräumen. Die einfach zu installierenden Pods erleichtern nachhaltige urbane Mobilität und werten den öffentlichen Raum gleichzeitig durch Sitzgelegenheiten und Dachbegrünung auf.

Bestandteil der aktuellen URBAN-X Kohorte ist auch das Start-up Thrilling. Das in den USA gegründete Unternehmen ist die erste e-commerce Plattform, die sich darauf spezialisiert hat, kleine, unabhängige Vintage- und Secondhand-Läden zu unterstützen. Durch die Vermittlung dieser Angebote haben Kunden die Möglichkeit, auch bei der Wahl ihrer Kleidung ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

MINI bleibt auch bei der Unterstützung von urbantech Start-ups seiner Gründungsidee treu: den Status quo in Frage zu stellen und auf diese Weise neue, nachhaltige Mobilitätslösungen für Stadtbewohner zu entwickeln. Mit URBAN-X unterstützt MINI Unternehmer, Ingenieure und Designer bei der Entwicklung nachhaltiger, lebendiger und zukunftsfähiger Städte.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 01. September 2021

Thema MINI und URBAN-X präsentieren „Love the City x Hate the City“: Wie können wir unsere Städte lebenswerter machen?

Seite 4

Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung IAA Mobility 2021 in München, können sich Besucher vom 07. September bis zum 12. September 2021 sowohl am Ausstellungsstand beim Summit auf dem Messegelände als auch im MINI Pavillon am Lenbachplatz über URBAN-X informieren und mehr zu den vielversprechenden Start-up-Teams und ihren Projekten erfahren. Außerdem wird der Start-up Accelerator auch in der BMW Welt vorgestellt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Julian Kisch, Pressesprecher Produktkommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-38072
E-Mail: julian.kisch@mini.com

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

Jennifer Treiber-Ruckenbrod, Leitung Kommunikation MINI und BMW Motorrad
Telefon: +49-89-382-35108
E-Mail: jennifer.ruckenbrod@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.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 01. September 2021

Thema MINI und URBAN-X präsentieren „Love the City x Hate the City“: Wie können wir unsere Städte lebenswerter machen?

Seite 5

www.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup.com/deutschland

<https://pressevents.bmwgroup.com/mini/login>

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

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

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

YouTube: <https://www.youtube.com/MINI>

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

Instagram: <https://www.instagram.com/mini.news>

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