



A legendás csepp alakú dizájnszék újraértelmezését mutatja be a MINI és a Fritz Hansen

A MINI és a világhírű dán bútorkészítő, a Republic of Fritz Hansen a november 15-én és 16-án, Koppenhágában megrendezett nemzetközi dizájnkiallításon mutatja be az 1958-ban megtervezett csepp alakú dizájnszék klasszikus változatának modern újragondolását.

Nagyvárosi stílus, merész kialakítás és ötletes funkcionalitás: ahogyan a MINI, úgy a világhírű dán bútorkészítő vállalat, a Republic of Fritz Hansen is dizájtörténeti mérföldkövek legendás megálmodója és megalkotója. Öt esztendővel a két cég első közös munkája, a „MINI Airstream by Fritz Hansen” nevű exkluzív lakókocsi-konceptió elkészítése után a második együttműködés gyümölcsét Koppenhágában, a november 15-én és 16-án megrendezett nemzetközi dizájnkiallításon mutatják be a nagyközönségnek. Az új stílusikon a klasszikus csepp alakú dizájnszék modern újraértelmezése, amely a MINI páratlanul egyedi megjelenését tükrözi. A prémium ülőke eredeti, klasszikus változatát a híres koppenhágai SAS Royal Hotel számára tervezték meg 1958-ban, egy évvel azelőtt, hogy a klasszikus Mini forradalmasította az autópárt. A széket ma a világ leghíresebb bútordizájnjai között tartják számon.

„A MINI modellekben felhasznált textíliáknak szigorú dizájn-szabványoknak és számos követelménynek kell megfelelniük. Az alkalmazott anyagoknak időtlennek, kényelmesnek és funkcionálisnak kell lenniük. Ezen különleges szempontok bútortervezésre való átemelése roppantul izgalmas kihívás elé állított minket” – mondta Annette Baumeister, a MINI Design szín és felszereltség-összeállításokért felelős vezetője.

Saját területük legjobbjai: Fritz Hansen csepp alakú dizájnszéke a MINI értelmezésében

A két ikonikus vállalat friss együttműködésének végeredménye a klasszikus formanyelv és az előremutató dizájnelemek összeolvadásának megtestesítői: a csepp alakú dizájnszék MINI által tervezett újraértelmezése. A különleges varrással ellátott bélések mindkét szék számára hamisítatlan utastéri hangulatot kölcsönöznek, miközben a MINI által jegyzett stíuselemek szerinti



varratok és színes szegélyek a márka jól ismert dizájnnyelvezetét hirdetik. A MINI által tervezett klasszikus dizájnshéz prémium nappa bőr huzatot, valamint az eredeti MINI üléseire emlékeztető „hurkás” bélést kapott. A Pepper White (tört fehér) széklábak színe a modernkori MINI egyik legnépszerűbb karosszéria-fényezésének állít emléket. A MINI dizájnnal újragondolt modern cseppszéket szövet és speciális eljárással kezelt marhabőr kombinációjával vonták be, amelynek központi eleme a kék bőrözés és a kifinomult, gyémántmintás varrásmotívum, amely elsőként az idei Genfi Autószalonon bemutatott MINI Clubman Concept tanulmányautóban tűnt fel.

Fritz Hansen MINI által újraértelmezett csepp alakú dizájnshéz-párosa november 15-én és 16-án Dánia fővárosában, a Halmtorvet 11, 1700 Copenhagen cím alatti Øksnehallen csarnokban megrendezett nemzetközi dizájnkiállításon mutatkozik be.

A MINI és a „blickfang” dizájnkiállítás közti négy éves partneri viszony

2010-ben a MINI a „blickfang” dizájnkiállítás prémium partnerévé vált. A kiállítást, amelynek immáron évről évre hat különböző nagyváros ad otthont, első ízben 1992-ben, Stuttgartban rendezték meg. A helyszín függvényében 150 és 220 között változik azon világhírű tervezők száma, akik a bútoripar, a divatvilág és az ékszerkészítés minden szegmenséből érkezve bemutatják legújabb kollekcióikat. A dizájn szakértelem, az inspiráló miliő és stílus mind részesei annak, hogy a „blickfang” az elmúlt évek egyik legjelentősebb nemzetközi kiállításává nőtte ki magát.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html



2014. november 14.

A BMW Group

A BMW Group a világ egyik legsikeresebb autó és motorkerékpár-gyártó vállalata, a BMW a MINI és a Rolls-Royce márkák tulajdonosa. Világcégként a BMW Group 13 országban 28 gyárat üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

A világszerte kb. 100 000 alkalmazottat foglalkoztató BMW Group globális értékesítési volumene a 2013-as évben meghaladta az 1,963 millió személygépkocsit és a 115 000 motorkerékpárt, összbevétele elérte a 76,85 milliárd eurót.

A BMW Group sikerét hosszútávú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

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

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

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

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