

MINI LIVING URBAN CABIN: NAGYVÁROSI MIKROLAKÁS-KONCEPCIÓ, AMELY BEUTAZZA A VILÁGOT



A június 7-10. között megrendezett Los Angeles-i Dizájnfesztiválon a MINI valós körülmények között mutatta be, miként képzei el a kifogástalan minőségű nagyvárosi életvitelt, a lehető legkisebb alapterületen.

A MINI a június 7-10. között megrendezett Los Angeles-i Dizájnfesztiválra a MINI LIVING Urban Cabin névre keresztelt mikrolakás-konceptió premierjével készült. A brit prémiumgyártó a méretarányos innovációt az angyalok városában alkotó építészduó, a FreelandBuck közreműködésével hívta életre egy Los Angeles belvárosában álló épület használaton kívüli tetőteraszán.

A Los Angelesben bemutatott Urban Cabin a MINI LIVING koncepciósorozat ötödik tagja, amely rendkívül sokrétű átrendezhetőségével és megannyi lehetőségével mindössze 15 négyzetméternyi alapterületen biztosít átmeneti életteret. A koncepció egyik legegyszerűbb sajátossága, hogy kialakítása és hangulata az adott város arculatához és kultúrájához igazítható. London, New York és Los Angeles után a MINI az idei év második felében Pekingben és Tokióban is fel kíván építeni egy-egy nagyvárosi élettér-konceptiót.

Az innovatív megoldások realizálásával a MINI fontos lépéseket tesz a jövő nagyvárosaira jellemző, kreatív élettér-megoldások globális elterjedése érdekében, azon legfőbb vezérelv mentén, hogy a lakások a metropoliszok atmoszférájától függetlenül, a világ minden táján otthonos környezetet teremtsenek. „A nagyvárosi élettér-konceptiók és a jövőbeni közösségi együttélések hamisítatlanul egyedi értelmezését váltjuk valóra. Célunk, hogy megőrizzük a közösségek összetartó erejét, új távlatokat nyissunk és közösségi tereket teremtsünk” – fogalmazott Esther Bahne, a MINI márkastratégiai és vállalatfejlesztési vezetője. „Installációink és jövőbe mutató koncepcióink a kreatív helykihasználás merőben új lehetőségeit tárják fel előttünk, az újabbnál újabb megoldásokat pedig a gyakorlatba is átültetjük. 2019 áprilisára például Sanghajban egy olyan élettér-együttest építünk fel, amely a nagyméretű közösségi terek mellett több mint ötven lakást is magába foglal” – tette hozzá. Az Urban Cabin a valóra váltott MINI LIVING koncepciók elrendezési és berendezési lehetőségeit vetíti előre.

Zajlik az élet. Minimális alapterületen.

A MINI LIVING Urban Cabin a minimális alapterületen elérhető legjobb minőségű életteret váltja valóra. A koncepció három fő modulból áll: a két külső elem a

hálósobává alakítható nappalinak, illetve a fürdőszobát és konyhát egyesítő helyiségnek ad otthont. Mindkettőt a MINI LIVING tervezőcsapata álmodta meg. A harmadik, összekötő modult – amely az installáció karaktere szerint alakítható egyfajta közösségi tér – a MINI tervezői üresen hagyták, hogy a világ különböző nagyvárosaiba ellátogató koncepciót a helyi építészek és tervezők a saját arculatuk és kultúrájuk szerint formálhassák képükre. A két külső élettér lyuggatott fémből készült homlokzatot kapott, hogy a részbeni átláthatóságnak, a kívülről érkező fényeknek és a fényjátékok adta térbeli hatásoknak köszönhetően az életterek minden napszakban más és más hangulatot árasztthassanak. Odabent a fa és a modern anyaghasználat meglepően harmonikus egysége dominál, miközben a MINI „kreatív helykihasználásra” koncentráló alapelvét a legutolsó részletekig helytakarékos, ötletes megoldások éltetik: a berendezések az eltérő napszakok és élettér-funkciók szükségletei szerint tologatható, hajtogatható és forgatható mechanikai megoldásokkal formálhatók át. Az elzárható ablakok és a falból kihajtható berendezések segítségével a lakók könnyedén válhatnak a privát és a közösségi életterek között. Az Urban Cabin feltárja a nagyvárosi élettér-lehetőségekben rejlő kapukat, amely a MINI LIVING koncepciók legfőbb alapelve.

A brit prémiumgyártó jövőbe mutató élettér-koncepciói nem csupán az egyre szűkülő nagyvárosi életterek, az ezzel párhuzamosan növekvő árak és az életminőség romlása adta kérdésekre keresik a választ, de az egyre szélesebb körben terjedő, homogén építészeti stílus globális színesítését és a kulturális egyediség fenntartását is szorgalmazzák.

A természet érintése a nagyváros közepén

Los Angeles lakossága kivételesen nagy jelentőséget tulajdonít a természettel kialakított viszony ápolásának, a belvárosi tetőterazon felépített MINI LIVING Urban Cabin összekötő moduljába ezért a FreelandBuck építészduó egy függőkertet is tervezett, amelynek a lyuggatott homlokzat garantál elegendő mennyiségű levegőt és fényt. A tervezők az élettér-koncepció tetejére két, kaleidoszkópszerű vizuális hatást keltő kockát is integráltak, amelyek a francia trompe l'oeil vizuális ábrázoláshoz hasonló, látványos fényjátékba öltöztetik az élettereket. A függőkert és a kellemes árnyalatú fényjáték kettőse a természet érintésének érzésével ajándékozza meg a lakókat – miközben a nagyváros közepén élnek.

Bepillantás a jövőbe a MINI LIVING kezdeményezésével

London, New York és Los Angeles után a MINI az idei év második felében a pekingi House Vision csarnokában és a tokiói Design Art kiállításon is fel kíván



építeni egy-egy nagyvárosi élettér-konceptiót. Mindkét esetben helyi építészek és tervezők formálják majd saját képükre a MINI LIVING Urban Cabin élettér-konceptióját. A MINI LIVING koncepciósorozat öt tagja a Sanghajban jövő áprilisban megnyíló, végtelenül összetett élettér-együttes változatos funkcióit és élettereit vetíti előre. A MINI LIVING kezdeményezései a jövő nagyvárosaira jellemző, kreatív élettér-megoldások egyik lehetséges aspektusát hozzák el a jelenbe.

**

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

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéggként a BMW Group 14 országban összesen 30 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2017-ben a BMW Group 2 463 526 darab autót és 164 153 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat 98,678 milliárd eurós összbevételével a 2017-es pénzügyi évben 10,655 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2017. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 129 932 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú 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>