



Áttekintő

- A MINI a #NEXTGen 2020-as felvonásán tartja meg a MINI Vision Urbanaut digitális tanulmányautó exkluzív világpremierjét. A forradalmi koncepció a lehető legapróbb alapterületen kínálható maximális utastér és abszolút sokoldalúság vadonatúj értelmezését váltja valóra.
- A tanulmányautó három MINI pillanat – a „Chill”, a „Wanderlust” és a „Vibe” – képében mutatja be a modell végtelenül széles alkalmazási területeit, amelyek messze túlmutatnak a vezetés élményén.
- A „Chill” pillanat az autót a nyugalom szigetévé varázsolja, ahol a brit prémiumgyártó ügyfele számára garantált a pihentető utazás – vagy éppenséggel a munkához szükséges, teljes koncentráció. A „Wanderlust” pillanat a vezetés élményéről szól, amelyben a vezető a MINI Vision Urbanaut teljesen automatizált járművezetési funkcióit és a hagyományos vezethetőséget egyaránt választhatja. A „Vibe” pillanat az emberekkel töltött minőségi időt helyezi a középpontba, miközben az autó minden korábbinál nyitottabbá válik.
- A modell karosszériája és utastere az aktivált MINI pillanat sajátosságai szerint változik, a lehető legnagyobb élményt garantálva. Az átfogó felhasználói élményt éltető kialakítás, a fenntartható anyaghasználat és a tisztán elektromos meghajtás a minden részletre kiterjedő koncepció része.

Az utastér kialakítása

- A MINI Vision Urbanaut utastere a legideálisabb környezetet kínálja fel, legyen szó akár utazásról, akár a végállomásról. A koncepció arra is lehetőséget biztosít, hogy a kiválasztott úti célba érkezve a brit prémiummárka ügyfele nappalivá varázsolja az utasteret, néhány egyszerű mozdulattal.
- Álló helyzetben az utastér kormány mögötti része kényelmes olvasósarokká változik. A műszerfal mélyebbre süllyeszthető és „nyugágyként” használható, a szélvédő felnyitásával pedig az utastér egyfajta „utcára nyíló teraszként” gondolható újra, amely közvetlenebbé teszi az autó környezetében tartózkodó emberekkel kialakított interakciót és minden korábbinál nagyobb térérzetet garantál.
- Az utastér hátsó felében kialakított „Cosy Corner” az autó csendes része. A hátsó ülőpad fölött textil-bevonatú fényfüzér húzódik végig, amelybe a mérnökök LED-es háttérvilágítást álmodtak.

- Az autó központi része nyitott térként funkcionál, ahonnan bármelyik ülőhely könnyedén elérhető, álló helyzetben azonban önálló ülőhelyként is használható. Az ajtóval szembeni oldalon egy növényvel kiegészített kisebb asztal található, amely megadja az utastér nappali-hangulatát.
- Az intuitív, diszkrét felhasználói felületek letisztult, kellemes térérzetet és mindvégig maximális járműkapcsolatot garantálnak.
- A jól ismert, kör alakú MINI műszeregység az autó közepére helyezett asztalban kapott helyet, ezáltal minden információt a közösségi tér közepén jelenít meg, minden utas számára látható módon.
- A MINI „Token” a MINI Vision Urbanaut élményközpontú kialakításának éke, amely az asztalba építve lehetővé teszi a három előre beprogramozott MINI pillanat aktiválását.
- Számos egyéb MINI pillanat elképzelhető, amelyek a MINI „Token” alkalmazásával az „Én MINI pillanatom” elnevezés mentén egyedire konfigurálhatók. A személyre szabott élmény részeként a brit prémiumgyártó ügyfele saját preferenciái szerint hangolhatja át többek között az utastér illatát, hangulatvilágítását és zenei aláfestését, az egyénileg összeállított MINI pillanat pedig később is bármikor aktiválható.

A karosszéria kialakítása

- A MINI Vision Urbanaut minimalista, egységes karosszériája a lehető legnagyobb utastéri helykínálatot eredményezi és teljes egészében újraértelmezi a márka által fémjelzett „kreatív helykihasználás” fogalmát.
- A MINI Vision Urbanaut frontrésze a két klasszikus MINI-stílusjegy, az első fényszórók és a hűtőrács fejlődéstörténetét tükrözi.
- Az első fényszórók és a hátsó lámpák többszínű, dinamikus mátrix-grafikája az egyes MINI pillanatokhoz igazodik, és mint ilyen, az autó és a külvilág közötti kommunikáció új formáját váltja valóra.
- A tanulmányautó „gördeszka-kerekei” – amelyek Ocean Wave árnyalatban ragyognak – ugyancsak az autó és a külvilág közötti kommunikáció merőben új formáját testesítik meg. Az átlátszó, belülről világító kerekek az egyes MINI pillanatokhoz igazodva változtatják megjelenésüket.
- A MINI Vision Urbanaut vezetőoldali „C-oszlopa” a meglátogatott úti céloknak, fesztiváloknak és együtt töltött pillanatoknak állít emléket. A fényképek vitrinszerűen, egy üvegfelület mögött fokozzák a koncepció egyediségét.
- Az üvegfelület mögötti egyik hely a #NEXTGen kommunikációs stílusnak állít emléket, amely a tanulmányautó digitális világpremierjének is teret enged. Egy másik egy QR kódot rejt, amely beolvasva azt mutatja be, hogy az analóg és a digitális világ miként válik eggyé a modell karosszériáján.

Digitális szolgáltatások és fenntarthatóság

- A MINI Vision Urbanaut tanulmányautó egy forradalmi okoseszközként használható, amely jövőbe mutató mobilitási opcióként a családtagok és barátok meghatározott körének is elérhető szolgáltatásokat kínál. A zenerendszer lejátszási listái, a hangoskönyvek és a podcastok egytől egyig személyre szabhatók, a személyes preferenciák szerint dolgozó útvonaltervező funkció pedig személyre szabott úti tippeket, látnivalókat és érdekességeket kínál.
- A MINI Vision Urbanaut a felelős erőforrás-felhasználást élteti. Az újrahasznosított anyagok széleskörű alkalmazása mellett ez króm- és bőrmentes kialakítást is jelent. Az utastér leginkább meghatározó anyaga a kötött textil.

**

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 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2019-ben a BMW Group több mint 2,5 millió darab gépkocsit és több mint 175 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 104,210 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2019-es pénzügyi évben 7,118 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2019. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 133 778 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>

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

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup>