

MINI HEEFT TROEF IN HANDEN MET DE NIEUWE, ELEKTRISCHE MINI ACEMAN. EEN INTERVIEW MET OLIVER HEILMER.



„De MINI Aceman is een sterk personage met zijn eigen persoonlijkheid binnen de nieuwe MINI-familie. Hij heeft een onafhankelijke ontwerptaal, is compact en ziet er wendbaar uit. Met zijn kenmerkende uitstraling is het de perfecte dagelijkse auto voor mensen die waarde hechten aan individualiteit in en rondom de stad.” - Oliver Heilmer, Head of MINI Design.

Oliver , toen je in 2017 bij MINI kwam, hoe begon je met het ontwikkelen van een visie voor de toekomstige modellen?

“Aangezien MINI een heel traditioneel merk is, was de vraag vooral: hoe evolueer je zo’n merk naar de toekomst? Om daar een antwoord op te vinden, gingen we terug naar de geboorte van de klassieke Mini. Welke ideeën en overtuigingen had Sir Alec Issigonis? Van daaruit hebben we bepaald waar het merk MINI vandaag de dag naartoe gaat. De volgende stap was om samen met ons diverse team de essentie van de originele Mini te verkennen en daaruit een eigen creatieve insteek af te leiden. Dit was onze basis voor het ontwikkelen van een algemene visie voor het merk, dienend als richtlijn bij het ontwerpen van de nieuwe producten.”

Wat was de grootste uitdaging bij het ontwikkelen van een volledig nieuwe designtaal?

“De grootste uitdaging was en is de diepgaande betrokkenheid bij de rijke historie van het merk. De eerste Mini zorgde voor absolute ontregeling – maar dat is en blijft ook onderdeel van het verhaal. Je zou kunnen zeggen dat MINI ‘ontregelt’, maar moeten we dan alles wat daarvoor gebeurde in de geschiedenisboeken laten? Maar dan doe je de kern van het merk tekort. In plaats daarvan hebben we het over onafhankelijke karakters. De MINI Cooper was in onze ogen direct een icoon. Je komt dicht bij het wezenlijke ethos van het originele model: een sterk karakter, maar met zo min mogelijk franje. In ‘Charismatic Simplicity’ komt dat tot uiting.”

Waarvoor staat de nieuwe MINI designtaal ‘Charismatic Simplicity’ en hoe zien we dat terug in de nieuwe MINI Aceman?

“Het gaat om sterke karakters. Ieder familielid heeft zijn eigen plek binnen de MINI familie. De MINI Aceman heeft bijvoorbeeld een uniek zijaanzicht, met een eigen, specifieke vorm van de wielkasten. Hij is compact, wendbaar en maakt duidelijk vooruit te willen. Dat benadrukt zijn charismatische aspect. Tegelijkertijd zijn we bewust weggebleven van overbodige stijlelementen. Het was onze uitdaging om met zo min mogelijk designelementen een onderscheidend karakter te creëren.”

Hoe zou je het karakter van de MINI Aceman beschrijven?

“De MINI Aceman is zowel praktisch als expressief, een unieke metgezel voor het dagelijks leven. Hij staat fris en zorgeloos in het leven en heeft een centrale positie in de MINI familie. Het is een onafhankelijk karakter dat best ‘gedurfd’ kan zijn en spreekt klanten aan die – ongeacht hun leeftijd – waarde hechten aan individualiteit en onderscheid in stedelijke omgevingen.”

De MINI Aceman is de eerste in zijn soort. Wat maakt dat de MINI Aceman zo goed past in de stedelijke omgeving?

“De MINI Aceman past perfect in de stad omdat hij de klassieke MINI waarden opnieuw interpreteert tot een modern, volledig elektrisch crossover-model. Hij biedt een hogere zitpositie, dit geeft een gevoel van veiligheid, terwijl er veel interieurruimte is zonder afbreuk te doen aan de compactheid en wendbaarheid die een MINI kenmerken.”

Waar haal je inspiratie vandaan voor de ontwikkeling van nieuwe MINI modellen?

“Inspiratie komt nooit toevallig aanwaaien, maar ontstaat uit regelmatige en doelgerichte uitwisselingen binnen ons team. De leden delen hun inspirerende en fascinerende ervaringen. Een teamlid maakt bijvoorbeeld skateboards, terwijl een ander twee jaar lang op een zeilboot heeft gewoond. Het is een vrijwel gelijke verdeling tussen directe en indirecte inspiratie. Indirecte inspiratie is alles dat een bepaalde gedachte voedt. Dat zie je bijvoorbeeld terug in de toegepaste materialen, de oppervlakken of de digitale aspecten. Directe inspiratie zit hem bijvoorbeeld in architectuur of mode. Creatief overleg binnen het team blijft cruciaal.”

Hoe beïnvloeden nieuwe, duurzaam geproduceerde materialen het designproces bij MINI?

“De designvisie van ons merk is gebaseerd op onze ‘creatieve mindset’, bestaand uit vier richtlijnen: hartslag, nieuwsgierigheid, verantwoordelijkheid en waaghals. Deze waarden staan voor onze basisprincipes zoals erfgoed, interesse in vernieuwing, duurzaamheid en de moed om zich te onderscheiden van de massa. Voor ons hebben duurzaamheid en verantwoord gebruik van grondstoffen niets te maken met een compromis, maar met het ontdekken van nieuwe mogelijkheden voor het creatieve proces. In plaats van materialen zoals leer gebruiken we alternatieve technologieën, die bovendien veel meer vrijheid bieden voor design en personalisatie. Bijvoorbeeld door het eenvoudiger kunnen toepassen van patronen of het combineren van kleuren. Het 3D-weefsel is een voorbeeld van een centraal designelement dat geïnspireerd is op de sneaker-industrie. Ook vervangen we elementen zoals Vibrant Silver in plaats van chroom.”

Op welke designinnovaties van de MINI Aceman ben je trots?

“Dat zijn twee dingen in het bijzonder en die hebben beide met het formaat te maken.. De MINI Aceman is zeer compact, dankzij korte overhangen voor en achter. Toch is hij ook extreem veilig. Dat is het resultaat van buitengewoon ontwikkelingswerk. Maar niet alleen de zichtbare elementen maken hem speciaal. Ik vind het bijvoorbeeld ook noemenswaardig hoe het interieur een ruimtelijk gevoel overbrengt en zeer licht is.”

Zijn er verborgen designelementen die je alleen ziet bij nadere inspectie?

“Mensen vinden het leuk om verrassingen te ontdekken. Daarom hebben we een aantal kleine ‘easter eggs’ in de auto verwerkt. Die zitten niet altijd direct in het zicht, maar zijn iets verborgen. Digitale innovatie maakt dit soort speelsheid mogelijk. Zo kan je de navigatiepijl vervangen door een kleine MINI en op het centrale ronde OLED-scherm kan ook een ronddraaiende lp worden getoond van het nummer dat je afspeelt. Op deze manier is ook Spike geboren, de digitale Britse bulldog die je onderweg trouw bijstaat. Een soort (digitale) metgezel. Zo kwam Spike aan boord van de MINI en nu woont hij in het display..”

Welke kant wil je in de toekomst op met het design van MINI?

“Als team zijn wij ervan overtuigd dat onze ‘creatieve mindset’ ook in de toekomst erg belangrijk blijft als richtlijn voor nieuwe producten. Tegelijkertijd focussen we ons nog meer op de waarde van verantwoordelijkheid. Nieuwsgierigheid en verantwoordelijkheid – dat zijn de waarden die we aan de nieuwe generatie willen meegeven.”

Als je buiten de auto-industrie een product zou mogen ontwerpen, wat zou dat dan zijn?

“Er zijn verschillende dingen, maar als ik er één mag kiezen, dan is dat een zeilboot. Ik heb in mijn leven misschien maar vijf keer gezeild, maar ik heb nog steeds een fascinatie voor het open water en het omgaan met de natuurlijke krachten op zee.. Voor mijn proefschrift ontwierp ik samen met een medestudent een trimaran, waarbij we wilden bekijken of het mogelijk is om op een ‘automotive’ manier een vorm van mobiliteit te ontwerpen waarbij je niet aan wegen gebonden bent. Ik denk dat daar nog steeds een groot potentieel in zit.”

Noot voor de redactie

Informatie:

BMW Group Nederland, Corporate Communications

Lara Eijlander

Tel.: +31 (0)6 142 437 74

lara.eijlander@partner.bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg MINI Nederland op Facebook, Twitter, YouTube en Instagram



BMW Group.

BMW Group is met de merken BMW, MINI, Rolls-Royce en BMW Motorrad wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Het BMW Group productienetwerk bestaat uit 30 productie- en assemblagevestigingen wereldwijd; het verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen.

In 2023 verkocht BMW Group wereldwijd bijna 2,55 miljoen personenauto's en meer dan 209.000 motorfietsen wereldwijd. De winst vóór belastingen in het boekjaar 2023 bedroeg € 17,1 miljard op een omzet van € 155,5 miljard. Per 31 december 2023 telde de BMW Group 154.950 medewerkers.

Het succes van de BMW Group is altijd gebaseerd geweest op langetermijndenken en verantwoord handelen. Het bedrijf zette de koers voor de toekomst in een vroeg stadium in, waarbij duurzaamheid en efficiënt resource management consequent centraal staan in zijn strategische richting, van de toeleveringsketen, via de productie tot het einde van de gebruiksfase van alle producten.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/mini.nederland>

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

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