

# MINI

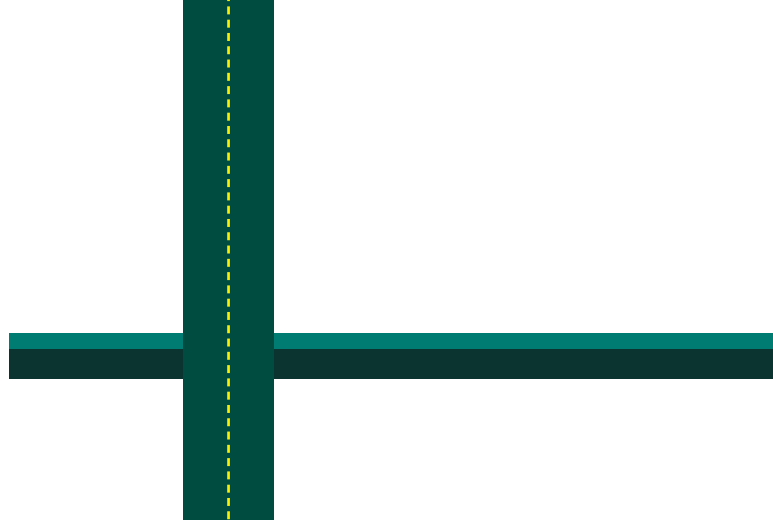


# mosaert

Eine elektrische  
Zusammenarbeit



# Bei der Zusammenarbeit von MINI x mosaert begibt sich die Mode auf die Strasse und das Auto auf den Laufsteg.



mosaert und MINI haben sich vorgenommen, zwei Welten zu verschmelzen, die auf den ersten Blick nicht unterschiedlicher sein könnten – die Mode und das Auto. Dennoch sehen beide Teams ihre Partnerschaft als selbstverständlich an. Warum? Weil der Autohersteller mit der Lancierung eines Elektrofahrzeugs eine noch nachhaltigere Richtung einschlagen will. Und weil es für mosaert eine Gelegenheit ist, etwas Neues zu probieren: «Als MINI uns vorschlug, an einem Auto zusammenzuarbeiten, war das völlig unerwartet – aber wir waren von der Idee begeistert», erklärt Coralie Barbier, Designerin des Kollektivs. «Es handelt sich um eine legendäre Marke mit reichhaltiger Geschichte, und die Lancierung eines elektrischen Modells passte sehr gut zu unserem umweltfreundlichen Ansatz.»

Die Partner diskutierten verschiedene Ideen, um ihrem Vorhaben gerecht zu werden, und schliesslich machte der individualisierte MINI Electric das Rennen. «Wir streben immer danach, dass unsere Kreationen zugänglich sind und so viele Menschen ansprechen wie nur möglich. Wir wollten kein exotisches Modell, das immer nur auf irgendwelchen Ausstellungen zu sehen ist. Die Kooperation war jedoch mit zusätzlichen technischen Einschränkungen verbunden, die unter anderem mit dem Sicherheitsaspekt und mit der Wahl der Materialien zusammenhängte. Wir sprechen von 400 Autos, von denen 80 für den Schweizer Markt produziert wurden. Aber wir hatten reichlich Möglichkeit zum Experimentieren», erinnert sich Luc Van Haver, künstlerischer Leiter von mosaert.

# Nachhaltigkeit als Antriebskraft.

Von Anfang an hat sich MINI auf dem Automobilmarkt als nachhaltige Marke positioniert: Entwickelt inmitten der Ölkrise (1959), waren für diese Familienautos weniger Materialien und Ressourcen erforderlich. Der Classic Mini ist ein Beweis dafür, dass man mit weniger mehr machen kann.

*«Wenn wir mit einer anderen Marke zusammenarbeiten, ist es uns wichtig, dass wir dieselben Werte sowie eine gemeinsame Vision haben.»*

Paul Van Haver (Stromae)

Die Markteinführung des ersten Elektrofahrzeugs von MINI im März 2020 passte perfekt in dieses umweltfreundliche Konzept. Das kreative Label teilt diesen Wert bedingungslos: «Wer mosaert kennt, weiss, dass das Unternehmen sowohl auf eine minimale Umweltbelastung wie auch auf die Eleganz sehr viel Wert legt – Eigenschaften, die auch die Marke MINI auszeichnen. Die beiden Seiten waren von Anfang an auf der gleichen Wellenlänge», sagt Adrian Kwasnitza, Head of Marketing MINI Schweiz.

## Ein kreativer Dialog.

Alle lieben den MINI und sein Design, das zugleich elegant und zeitlos ist. Dieses legendäre Auto, das nie aus der Mode kommt, zeichnet sich durch seine Einfachheit aus: seine monochrome Karosserie sowie die verschiedenen Designvarianten des Dachs. Eine leere Leinwand für das Team von mosaert, das für seine farbenfrohen, poppigen und grafischen Kreationen bekannt ist

*«Eine Limited Edition stellt für MINI eine perfekte Gelegenheit dar. Der mosaert-Touch entfaltet eine sehr starke Wirkung und unterstreicht perfekt das Design des MINI Electric. Es handelt sich um das exklusivste Finish des gesamten Angebots.»*

Eric Hufschmitt, Product Manager MINI Schweiz

«Bei jeder Zusammenarbeit interessieren wir uns für die Geschichte der Marke und für die Gefühle, die sie in uns hervorruft», erzählt Coralie. Bei MINI war es das Modell British Racing Green mit dem cremefarbenen Dach aus den 60er-Jahren, das uns ins Auge fiel. Und der britische Einfluss selbstverständlich auch. Für uns war es wichtig, dem Auto einen modischen Touch zu verleihen. Tartan bot sich natürlich als Hauptmotiv für diese Kreation an.» Ein dandyhafter Twist, der für die schicke Ästhetik von mosaert typisch ist und dem Auto von der Insel hervorragend steht.

# «Prêt-à-conduire» – einsatzbereit.

Dieses Tartan-Motiv präsentiert sich in einer Palette klassischer MINI Farben: dem British Racing Green und dem Energetic Yellow des elektrischen Logos von MINI. «Wir wollten kein kitschiges, überfrachtetes Auto, das im Alltag schwer zu handhaben wäre», kommentiert Luc Van Haver. Dieser Aspekt der Einsatzbereitschaft wurde von MINI ebenfalls angestrebt.

## Ein kühnes Unterfangen.

Die Zusammenarbeit zwischen MINI und mosaert geht jedoch über ein umgestaltetes Auto und eine Kleiderkollektion hinaus. Rund um das Projekt ist ein einzigartiges kreatives Universum entstanden, ebenso wie eine kühne und klischeefreie Art zu kommunizieren. Um die offizielle Lancierung der Zusammenarbeit am 22. April 2021 zu feiern, werden ein Video und andere poetische Kampagnenbilder zum Thema Schweben vorgestellt. Es ist eine Ode an die Leichtigkeit (des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks des Elektrofahrzeugs und der Kleidung) und an das Traumhafte. «Zusammen möchten wir eine positive Botschaft, ein Gefühl der Veränderung vermitteln. Wir möchten, dass jeder die Auswirkungen seiner Handlungen, seiner Lebensweise und seines Konsums auf die Umwelt auf seine eigene Weise hinterfragt», sagt Luc Van Haver.

## Vom Maestro entworfen.

Von der Strasse bis zur Garderobe ist es nur ein Schritt. Die Lancierung der MINI Electric mosaert Edition wird von einer Prêt-à-porter-Kollektion ergänzt. Genauso wie bei den vorherigen Kollektionen des Labels ist die Kleidung unisex, wird in Europa aus 100 % recycelten und/oder biologischen Materialien produziert und ist nur in limitierten Mengen verfügbar. Die grafische Gestaltung beschränkt sich nicht auf karierte Muster. Selbstverständlich ist hier auch das berühmte Tartan-Motiv zu finden, aber es gibt noch andere Anspielungen auf die beiden Teams: ein von der Toile-de-Jouy inspirierter Druck (ein klassischer Stoff und ein Pfeiler der dekorativen Kunst), die Wolke (das Emblem des mosaert-Kollektivs) und Pastellfarben. Poesie, die man tragen kann.

# Praktische Informationen.

Von der Sonderedition MINI x mosaert wurden nur 400 Exemplare für die MINI Standorte in Belgien, Liechtenstein, Monaco, Frankreich und in der Schweiz produziert. 80 Stück davon werden ab dem 5. Juli 2021 bei den Schweizer Händlern erhältlich sein.

Die Prêt-à-porter-Kollektion besteht aus 18 Unisex-Kleidungsstücken und steht im Onlineshop auf [www.store.mosaert.com](http://www.store.mosaert.com) seit dem 22. April 2021 zur Verfügung.

## mosaert, sag mir, wer du bist.

Das kreative Label mosaert – ein Anagramm von Stromae – wurde im Jahr 2009 in Brüssel anlässlich der Lancierung von «Cheese», des ersten Albums des Sängers, gegründet. Stromae, Autor, Komponist und Interpret, wollte schon immer Produzent seiner eigenen Musik sein und somit künstlerisch so unabhängig wie möglich bleiben. Daher behält sein Label die Kontrolle über alles: von der Produktion bis hin zur künstlerischen Leitung, von den Bildmaterialien bis hin zu den Clips, von der Inszenierung der Shows bis hin zu den Kostümen. Genau das inspirierte die im Jahr 2014 getroffene Entscheidung des Labels, auch weiterhin Kleidung zu kreieren, und zwar unter dem Namen mosaert – aber dieses Mal nicht für die Bühne, sondern für die Öffentlichkeit.

Trotz der von der Modeindustrie vorgegebenen Rhythmen beschloss mosaert, nur eine Kollektion pro Jahr herauszubringen – in Form einer nummerierten Kapselkollektion. Die Unisex-Kleidung wird in Europa aus recycelten und biologischen Materialien produziert. Die Kleidungsstücke haben eine grafische und farbenfrohe Ästhetik, die in exklusiven Drucken zur Geltung kommt.

Zugleich arbeitet mosaert auch an anderen Projekten. Vor Kurzem inszenierte das Kollektiv den Film zur Unterstützung der offiziellen Kandidatur von Paris für die Olympischen Spiele 2024, die Clips «La pluie» von Orelsan sowie «IDGAF» von Dua Lipa und übernahm die künstlerische Leitung des Clips «Hostage» von Billie Eilish.

# MINI, so britisch!

1959: Inmitten des Benzinmangels und der Knappheit, die in Grossbritannien nach dem Krieg herrschte, nutzte Sir Alec Issigonis in der Krise seine Chance und entwarf die Marke MINI. Sein Markenzeichen? Die kreative Nutzung des Raums. Es war John Cooper, der sein Fahrzeug bekannt machte – der Pionier des Motorsports war vom geringen Benzinverbrauch des Autos überwältigt. Dies war der Beginn eines grossen Abenteuers für die zwei Freunde mit sich gegenseitig ergänzenden Persönlichkeiten: Während Issigonis sich auf das Wesentliche, die Reduzierung der Umweltbelastung, konzentrierte, war Cooper bemüht, das Fahrerlebnis so weit wie möglich zu verbessern.

Seitdem überzeugt MINI durch seine geringe, an das Grossstadtleben angepasste Grösse und sein legendäres Design. Im März 2020 bringt der Autohersteller sein erstes zu 100 % elektrisches Modell auf den Markt. Für MINI Schweiz ist dies eine gute Gelegenheit, die Marketingstrategie und die Partnerschaften mit verschiedenen Marken und Personen zu überdenken. Damit wurde der Startschuss für die enge Zusammenarbeit mit dem belgischen Label mosaert gegeben.

## Über MINI und die BMW Group.

Mit ihren vier Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad ist die BMW Group der weltweit führende Premiumhersteller von Automobilen und Motorrädern, der darüber hinaus auch erstklassige Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen erbringt. Das Produktionsnetzwerk der BMW Group umfasst 31 Produktions- und Montagewerke in 15 Ländern, das Unternehmen verfügt über ein weltweites Vertriebsnetzwerk in über 140 Ländern.

2020 setzte die BMW Group weltweit über 2,3 Millionen PKW und über 169 000 Motorräder ab. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 betrug EUR 5,222 Milliarden bei einem Umsatz von EUR 98,990 Milliarden. Am 31. Dezember 2020 setzte sich das Personal der BMW Group aus 120 726 Mitarbeitenden zusammen.

Der Erfolg der BMW Group war schon immer auf langfristiges Denken und innovatives Handeln zurückzuführen. Das Unternehmen hat die Weichen für die Zukunft bereits sehr früh gestellt und macht die Nachhaltigkeit und die effiziente Verwaltung der Ressourcen zu den Hauptelementen seiner strategischen Orientierung – von der Lieferkette über die Produktion bis hin zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

# Presse- kontakte.



mosaert

## **BELGIEN**

Gaëlle Birenbaum, [pr@mosaert.com](mailto:pr@mosaert.com)

## **FRANKREICH**

Julien Oliva, [julien@latelierrp.com](mailto:julien@latelierrp.com),  
und Philippine de Mégille,  
[philippine@latelierrp.com](mailto:philippine@latelierrp.com)



## **SCHWEIZ**

Sandro Kälin, [sandro.kaelin@bmw.ch](mailto:sandro.kaelin@bmw.ch)