

Medien-Information

8. April 2010

## **Variantenreich seit 50 Jahren: MINI auf der Techno Classica 2010**

**Essen/ Salzburg.** Seit Jahren gehört die Marke MINI zum festen Bestandteil der Ausstellung in der Halle 12 auf der Techno Classica. Tragende Säule sind dabei die MINI Clubs mit ihren außergewöhnlichen Fahrzeugen. In diesem Jahr zeigt die englische Marke die zahlreichen Varianten des englischen Kleinwagens, deren Geschichte vor 50 Jahren begann.

### **Der MINI Van**

Bereits fünf Monate nach dem Debüt des MINI classic erschien im Januar 1960 die erste Karosserievariante, der Van. Die Karosserie des kleinen, zweisitzigen Kastenwagens war von 3 050 Millimeter der Limousine auf 3 300 Millimeter verlängert und am Scheitelpunkt um zehn Millimeter höher. Auch der Radstand wuchs um zehn auf 213 Zentimeter, was bei dem Fronttriebler ohne technische Probleme möglich und damit auch kosten-günstig zu realisieren war. Der Laderaum hatte keine Fenster, dafür die beiden Hecktüren. Weil die nach hinten versetzte C-Säule schräg stand, öffneten sich auch die beiden Türchen schräg nach oben und blieben nach einem Öffnungswinkel von jeweils etwas mehr als 90 Grad am Anschlag stehen. Der MINI Van erfreute sich sowohl bei Handwerkern, als auch der britischen Post rasch großer Beliebtheit. Nicht ohne Grund: Dank der sehr kompakten Abmessungen, des aber dennoch üppigen Fassungsvermögens war er wie geschaffen für Transportaufgaben auch durch sehr enge Altstadtgassen. Über eine halbe Million Käufer entschieden sich im Laufe der Produktion für den MINI Van.

### **Der MINI Estate, Traveller und Countryman**

Auf derselben technischen Basis folgten in kurzen Abständen zwei weitere Varianten: Der Estate und der Pick-up. Der Estate war ein kleiner, viersitziger Kombi mit den Abmessungen des Vans, allerdings rundum verglast. Wie die Türfenster ließen sich die hinteren Seitenscheiben durch Verschieben öffnen. Der Estate hatte je nach Marke den Beinamen Countryman oder Traveller, was eindeutig auf seine Zielgruppe hinweist: Er sollte vor allem die Landbevölkerung ansprechen, was auch Werbefotos mit transportierten Tieren untermauerten, ebenso junge reisefreudige Familien und Gewerbetreibende. Der Morris Minor

Traveller aus dem Jahr 1953 hatte dieses Kundensegment gut abgedeckt. Um den MINI Classic im Stil der legendären Minor „Woodies“ zu präsentieren, erhielt er wie der Morris Minor Traveller ab der B-Säule ein Holz-Fachwerk. Was beim Morris Minor allerdings eine tragende Konstruktion war, trug der MINI Classic als reine Verzierung zur Schau. Ab 1961 gab es den Kombi wahlweise auch ohne Holzapplikationen. Das Ende des holzbeplankten MINI Estate kam im Herbst 1969 mit dem Erscheinen des MINI Clubman. Ab diesem Zeitpunkt wurde nur noch dieser Typ als Estate gebaut. Längst kaufte nicht nur die Landbevölkerung den transportfreudigen classic MINI: seine Varianten fanden insgesamt über 400.000 Liebhaber.

### **Der MINI Pick-up**

Wer rustikaler zu Werke ging, der konnte ab Januar 1961 den MINI Pick-up ordern. Der knapp 60 000 mal produzierte Lastesel hatte hinter einer verbreiterten B-Säule, die der Karosseriesteifigkeit diente, eine offene Ladefläche. Am Heck war sie über eine unten angeschlagene Ladeklappe zugänglich. Zum Schutz der transportierten Güter gab es ein Verdeck, das wie bei Lkw seitlich angeknöpft werden musste und hinten eine – ebenfalls aufknöpfbare – Klappe mit Sichtfenster besaß.

### **Der MINI Moke**

1964 schlug die Geburtsstunde des offensten classic MINI, den es je gab – des MINI Moke. Das neue Spaßauto hatte eigentlich ganz ernste Ursprünge: Konzipiert wurde der kleine Wagen als universelles Vehikel für den Militärdienst. Die robuste Bauweise, die geringen Abmessungen und das niedrige Gewicht erfüllten alle Voraussetzungen, ein solches Fahrzeug auch einmal per Fallschirm absetzen oder mit Hubschraubern transportieren zu können. Der Moke war praktisch eine Bodenwanne mit breiten, kastenförmigen Schwellern plus Motorhaube und Windschutzscheibe. Die Sitze waren einfach Blechschalen mit Sitzkissen, gegen Unwetter schützte lediglich ein aufklappbares Verdeck. All das war für Armeezwecke ideal – wenn die geringe Bodenfreiheit nicht gewesen wäre. Sie verdarb dem Moke eine Karriere im Dienste Ihrer Majestät, tat der Begeisterung der Freizeitfahrer aber keinerlei Abbruch. Rund 14 500 der offenen classic MINIs Ableger entstanden bis 1968 in England, dann wurde die

Produktion nach Australien und später Portugal verkauft. Die Gesamtauflage soll letztendlich bei rund 50 000 Exemplaren liegen.

### **Der MINI Countryman**

Nicht fehlen darf bei diesem Variantenreichtum die neuste Schöpfung von MINI: der MINI Countryman. Einmal mehr stellt die Marke ihr außergewöhnliches Potenzial mit einem vollkommen neuen Fahrzeugkonzept unter Beweis. Der MINI Countryman bietet durch sein erweitertes Raumangebot, die erhöhte Sitzposition und die zusätzliche Bodenfreiheit sowie mit dem Allradantrieb ALL4 völlig neue Möglichkeiten, markentypischen Fahrspaß zu genießen. Zugleich ist er sowohl in seinem Design als auch im Fahrverhalten unzweifelhaft als MINI zu erkennen. Der MINI Countryman wirkt auf den ersten Blick eigenständig, kraftvoll, robust und vielseitig. Ebenso deutlich fallen markentypische Designelemente und Proportionen ins Auge.

Mit dieser Kombination schlägt das vierte Modell der Marke die Brücke zwischen dem klassischen Konzept des MINI und einem modernen Sports Activity Vehicle.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

**Michael Ebner**  
**BMW Group**  
Konzernkommunikation und Politik  
Leiter Kommunikation Österreich

Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg  
Tel.: +43 662 8383 – 9100  
Fax.: +43 662 8383 – 288  
mail: michael.ebner@bmwgroup.at  
www.bmw.at  
www.mini.at



## **Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich 2009 auf 413 Mio. Euro, der Umsatz auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit fünf Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.