



Presse-Information  
30. September 2010

## **Ian Robertson: „MINI kehrt zu seinen Wurzeln zurück.“**

**Paris.** Ian Robertson, Mitglied des Vorstands der BMW AG für Vertrieb und Marketing, spricht im Interview über die Bedeutung des Motorsports für die Marke MINI, die Ziele in der Rallye-Weltmeisterschaft und den MINI Countryman, von dem der neue MINI WRC abgeleitet wurde.

### **Herr Robertson, MINI ist zurück im Motorsport. Was bedeutet dieser Schritt für die Marke?**

Ian Robertson: „Mit unserem Engagement in der Rallye-Weltmeisterschaft kehrt MINI gewissermaßen zu seinen Wurzeln zurück. In den Anfangsjahren haben die Erfolge im Motorsport maßgeblich zum rasanten Aufstieg des MINI beigetragen. Die Menschen haben damals gesehen, dass dieser Kleinwagen nicht nur im Alltag eine gute Figur macht, sondern sich auch sportlich bewegen lässt. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Wir haben die Rallye-WM als Bühne gewählt, um auch die Sportlichkeit der aktuellen Generation von MINI Fahrzeugen unter Beweis zu stellen. Das Engagement stärkt zudem den MINI Markenkern ‚excitement‘ sowie den Markenwert ‚energetic‘ und unterstreicht die männliche Facette der Marke.“

### **Warum passt der Rallyesport zur Marke MINI?**

Robertson: „Einerseits kann MINI auf eine einzigartige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Andererseits ist der MINI für Millionen von Fans rund um den Globus der Inbegriff von Spannung und begeistert mit einer ihm eigenen Energie. Genau die lässt sich im Rahmen unseres Motorsport-Engagements in der Rallye-Weltmeisterschaft mit ihrer hohen TV- und Medienpräsenz authentisch und nachhaltig darstellen. Spannende Veranstaltungen, Höchstleistungen von Mensch und Maschine und natürlich möglichst viele Erfolgsmomente: Der Motorsport ist Emotion pur – ganz so, wie es der MINI für seine Anhänger ist.“

### **Wie sind die Aufgaben beim Engagement in der Rallye-WM verteilt?**

Robertson: „MINI ist der Hersteller des Serienfahrzeugs MINI Countryman. Er ist die Basis für den MINI WRC, der seit Anfang 2009 von Prodrive entwickelt wird. Zudem fungiert MINI als Teampartner. Der 1,6-Liter Di-Turbomotor wurde von BMW Motorsport in München auf Basis des neuen FIA Super2000-Reglements entwickelt. Für den Einsatz der Autos sowie für die Produktion von Kundenfahrzeugen ist ebenfalls Prodrive verantwortlich.“

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49 (0)89 382 30641

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)



Presse-Information  
Datum 30. September 2010  
Thema Ian Robertson: „MINI kehrt zu seinen Wurzeln zurück.“  
Seite 2

## **Mit welchen Zielen gehen Sie in die erste Saison 2011?**

Robertson: „Wer in einer Weltmeisterschaft erfolgreich sein möchte, muss zunächst einen Erfahrungsschatz aufbauen und viel harte Arbeit leisten. Das werden wir gemeinsam mit unserem Partner Prodrive tun. Die Mannschaft von David Richards kennt sich in der Rallye-Weltmeisterschaft bestens aus, so dass wir auf einem sehr hohen Niveau beginnen. Sechs Einsätze sind für das kommende Jahr vorgesehen. 2012 bestreiten wir dann die komplette Saison. Natürlich möchten wir so schnell es geht konkurrenzfähig sein. Und ich bin optimistisch, dass uns das auch gelingen wird.“

## **Wann glauben Sie, Ford und Citroën den Titel streitig machen zu können?**

Robertson: „Erfahrung ist im Motorsport ein ganz wichtiger Faktor. Deshalb ist es für uns unerlässlich, binnen kürzester Zeit so viel wie möglich zu lernen, um den Vorsprung unserer Konkurrenten wettzumachen. Aufgrund des neuen Reglements fällt dieser jedoch kleiner aus, als es zu einem anderem Zeitpunkt der Fall gewesen wäre. Ärgern möchten wir die Konkurrenz so schnell wie möglich. Seine eigene Leistungsfähigkeit kann man im Motorsport planen, einen Titelgewinn allerdings nicht. Man kann lediglich so hart wie möglich arbeiten, um seinem Ziel näher zu kommen. Und unser Ziel lautet, die WM zu gewinnen.“

## **Was zeichnet den MINI Countryman aus, auf dem der MINI WRC basiert?**

Robertson: „Der MINI Countryman ist ein Auto, das es so in der Geschichte von MINI noch nie gegeben hat. Als Crossover verbindet er das klassische MINI Konzept mit den Charakteristika eines Sports Activity Vehicle – in einem MINI, der weit über die Grenzen der urbanen Lebenswelt hinaus einsetzbar ist. Er ist der erste MINI mit Vierradantrieb, was ihn für den Einsatz in der Rallye-Weltmeisterschaft prädestiniert. Mit seinen vier Türen und vier Sitzen entspricht er dem Motto: MINI von außen, maxi von innen. Weil er ein richtiger MINI ist, ist der Countryman besonders kraftstoffsparend und emissionsarm.“

## **Was lässt sich MINI den Einsatz in der Rallye-Weltmeisterschaft kosten?**

Robertson: „Die Kosten für die Entwicklung und den Einsatz eines Fahrzeugs in der Rallye-WM sind mit der Einführung des neuen FIA Super2000-Reglements signifikant gesunken. Wir gehen davon aus, dass die Kosten etwa 25 Prozent niedriger liegen, als es noch in den vergangenen Jahren der Fall gewesen wäre. Dies hat unsere Entscheidung für dieses Engagement maßgeblich beeinflusst. Der 1,6-Liter Di-Turbomotor wurde von BMW Motorsport für die Verwendung in vielfältigen Einsatzgebieten entwickelt. Zudem wirkt sich der Verkauf von

# **MINI**

## **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Presse-Information  
Datum 30. September 2010  
Thema Ian Robertson: „MINI kehrt zu seinen Wurzeln zurück.“  
Seite 3

Kundenfahrzeugen positiv auf die Gesamtkalkulation aus. Die WRC bietet MINI eine attraktive Plattform – und das bei überschaubaren Kosten. Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist exzellent.“

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Jörg Kottmeier, BMW Konzernkommunikation und Politik, Leiter Sportkommunikation,  
Büro: +49 (0) 89 382 23401, Mobil: +49 (0) 170 5666 112, joerg.kottmeier@bmw.de

Ingo Lehbrink, BMW Konzernkommunikation und Politik, Sportkommunikation,  
Büro: +49 (0)89 382 76003, Mobil: +49 (0) 176 20340224, ingo.lehbrink@bmw.de

Cypselus von Frankenberg, Leiter MINI Produktkommunikation; Büro: +49 (0)89 382 30641,  
Mobil: +49 (0)170 7965284, Cypselus.von-Frankenberg@mini.com

Internet: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)  
E-mail: presse@bmw.de