



Medien-Information

12. Jänner 2011

MINI schafft Raum für kreative Sprünge.

Partnerschaft mit Snowboardhersteller Burton und Wettkampf um den Creative Use of Space Award starten in Laax/Schweiz.

München/Laax. Der Automobilhersteller MINI startet bei einem der bedeutendsten Snowboardevents weltweit, den Burton European Open in Laax, seine Partnerschaft mit der Snowboardkultmarke Burton. Beide Marken behalten dabei den Spaß ihrer Fahrer fest im Blick und agieren zusammen bei den Burton Global Open Series (BGOS), die in diesem Jahr noch die Wettbewerbe Burton Canadian Open (1. Februar bis 6. Februar in Calgary, Kanada) und Burton US Open (7. bis 13. März in Stratton, USA) umfasst.

„MINI und Burton sind in ihrem jeweiligen Segment Benchmark. Hier kooperieren zwei sehr starke und emotionale Marken, die beide individuellen Fahrspaß bei kreativem Design garantieren. Snowboards und Autos sind mehr als nur Fortbewegungsmittel: Sie stehen für ein Lebensgefühl“, so Dr. Wolfgang Armbrecht, Leiter MINI Brand Management.

Der Creative Use of Space Award für den kreativsten Lauf.

Sowohl MINI als auch Burton ist es wichtig, dass nicht nur die tricktechnischen Höchstleistungen einen Preis erhalten, sondern auch die Aktionen und Sprünge honoriert werden, die ein Maximum an Kreativität, Interaktion mit der Umgebung und persönlichen Style zum Ausdruck bringen. „Begrenzten Raum möglichst kreativ nutzen“ – ganz im Sinne der MINI Philosophie.

Mit dem morgigen Start der Halbfinal- und Finalläufe der Halfpipe- und Slopestyle-Wettbewerbe, werden die Beiträge der teilnehmenden Fahrer zur Idee „Creative Use of Space“ von Kamerateams dokumentiert. Ab 21. Januar werden die kreativsten Beiträge aus Laax als Webclips auf <http://www.facebook.com/MINI> präsentiert. Nach jedem Event können die User die unterschiedlichen Clips anschauen und über den „like“ Button ihren persönlichen Favoriten aussuchen. Die beliebtesten Clips der BGOS Tour-Stopps in Laax, Calgary und Stratton kommen als Event Gewinner in das globale Voting. Ende März werden die beiden

Medien-Information
Datum 12. Jänner 2011
Thema MINI schafft Raum für kreative Sprünge. Partnerschaft mit Snowboardhersteller Burton und Wettkampf um den Creative Use of Space Award starten in Laax/Schweiz.
Seite 2

Gesamtsieger des Creative Use of Space Awards feststehen. MINI belohnt die kreativste Fahrerin und den ideenreichsten Fahrer mit einem Preisgeld von jeweils 25.000 US Dollar.

Alle Teilnehmer des Online Votings nehmen automatisch an einer Verlosung einer Reise für vier Personen zu einem Event der Burton Global Open Series der Saison 2011/2012 teil.

Mehr Informationen zur Kooperation und zum Creative Use of Space Award finden Sie online unter:

<http://www.facebook.com/mini>
<http://www.minispace.com/burton>
<http://www.youtube.com/mini> (ab 14. Januar 2011)

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Michael Ebner
BMW Group
Konzernkommunikation und Politik
Leiter Kommunikation Österreich

BMW Austria GmbH
Siegfried-Marcus-Strasse 24, 5020 Salzburg
Tel.: +43 662 8383 9100

BMW Motoren GmbH
Hinterbergerstrasse 2
4400 Steyr
Tel: +43 7252 888 2345
mail: michael.ebner@bmwgroup.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

Medien-Information
Datum 12. Jänner 2011
Thema MINI schafft Raum für kreative Sprünge. Partnerschaft mit Snowboardhersteller Burton und Wettkampf um den Creative Use of Space Award starten in Laax/Schweiz.
Seite 3

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 sechs Jahren ununterbrochen Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.