

Medien-Information

12. September 2011

DSQUARED2 und MINI machen Mode mit Motiv.

Limitiertes Designer-Halstuch als Zeichen der Solidarität.

München. Das kanadische Designer-Duo DSQUARED2 und MINI engagieren sich gemeinsam gegen HIV/AIDS. Mit dem „Red Mudder Foulard by MINI & DSQUARED2“ präsentieren sie ein extravagantes Halstuch in streng limitierter Auflage. Das hochwertige Sammlerstück ist ab dem 16. September im MINI Online Shop unter www.MINI.de/shop für 50 Euro erhältlich. Ein Teilerlös kommt AIDS LIFE zugute.

Der gemeinnützige Verein steht hinter dem Life Ball, Europas größtem AIDS Charity Event, und unterstützt Projekte im Kampf gegen die Immunschwächekrankheit. Die Kooperation mit MINI hat Historie: Seit 2001 steuerte der Automobilhersteller über eine halbe Million Euro durch den Erlös speziell gestylter Life Ball MINI bei.

Das Motiv des modischen Accessoires basiert auf der Skizze des MINI „Red Mudder“, den die kreativen Zwillinge anlässlich des diesjährigen Life Balls gestaltet haben. Das robuste Fahrzeug mit Ahornblättern auf den Türen und DSQUARED2 Logo auf Frontscheibe und Reifen trägt die typische Designhandschrift von Dean und Dan Caten. Auf dem Nummernschild prangt das Geburtsjahr der Brüder. In den zwei Waschbüren haben sich die beiden auf ironische Art selbst verewigt. Das Halstuch präsentiert sich in einer edlen, schwarzen Box mit DSQUARED2 und MINI Logo.

„Unser Tuch ist das Must-Have für alle Modebegeisterten, die nicht nur gut aussehen, sondern auch aktiv und engagiert sind“ so Dean und Dan.

Seine offizielle Premiere feierte der „Red Mudder Foulard by MINI & DSQUARED2“ im Rahmen der Vogue Fashion's Night Out am 8. September in Mailand. Während der exklusiven Cocktail Party im DSQUARED2 -Store wechselten die ersten Exemplare des limitierten Halstuchs den Besitzer.

DSQUARED2 und MINI.

Dean und Dan sind seit langem große Fans der Marke MINI. Im vergangenen Jahr statteten sie, frei nach dem Motto „Time to pack my... MINI Countryman“, das Crossover MINI Modell mit ihren wichtigsten Reiseutensilien für ein perfektes Wochenende aus. Anlässlich des Life Ball 2011 verpassten die beiden Designer einem MINI Cooper S ihren eigenen Look. Der MINI „Red Mudder“ ist robust und für alle Abenteuer gewappnet.

Medien-Information
Datum 12. September 2011
Thema DSQUARED2 und MINI machen Mode mit Motiv.
Seite 2

Soziales Engagement der BMW Group.

Weltweite Maßnahmen gegen HIV/AIDS sind ein Schwerpunkt des gesellschaftlichen und sozialen Engagements der BMW Group. Besonders weitreichend ist dabei das Engagement des Unternehmens in Südafrika, das neben einem umfassenden Workplace-Programm für Mitarbeiter und deren Familien auch diverse Projekte in den Gemeinden und der weiteren Gesellschaft umfasst. Aber auch in anderen betroffenen Ländern wie beispielsweise Thailand oder Indien setzt sich der Automobilhersteller für die Bekämpfung der Pandemie ein. Die Mitgliedschaft in der Global Business Coalition on HIV/AIDS (GBC) unterstreicht das nachhaltige Engagement an den einzelnen Standorten.

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 internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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

Medien-Information

Datum 12. September 2011

Thema DSQUARED2 und MINI machen Mode mit Motiv.

Seite 3

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 mittlerweile sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.