

Medien-Information

26. März 2013

Business unusual: Der MINI Clubvan bringt Stil in jeden Fuhrpark.

MINI begeistert jetzt auch gewerbliche Kunden mit Fahrspaß und Individualität – weltweit erster Kompakt-Lieferwagen im Premium-Segment – fünf Türen, zwei Sitzplätze und jede Menge Platz für besondere Transportaufgaben.

München. Erstmals seit dem Relaunch der Marke erobert sich MINI wieder eine feste Position im gewerblichen Lieferverkehr. Der MINI Clubvan ist die neue Spitzenkraft in den Fuhrparks moderner Firmen, die auch bei der Warenzustellung Sinn für individuellen Stil und Premium-Qualität unter Beweis stellen wollen. Außerdem bringt er MINI typischen Fahrspaß in den urbanen Berufsverkehr. Mit zwei Sitzplätzen, fünf Türen und viel Stauraum im Heck qualifiziert sich der MINI Clubvan für die besonderen Transportaufgaben des gewerblichen Alltags – und für so manche Extratour nach Feierabend.

Als rundum überzeugendes Geschäfts-Modell tritt der MINI Clubvan damit die Nachfolge des 1960 präsentierten und bis 1986 angebotenen Morris Mini Van an. Schon damals stand die für die Marke typische kreative Raumnutzung auch bei gewerblichen Nutzern hoch im Kurs. Mit einem gegenüber dem classic Mini um zehn Zentimeter verlängerten Radstand und einer zweiflügeligen Hecktür wurde ihr Bedarf an Praxisnutzen gedeckt. Der MINI Clubvan überträgt dieses Konzept nun mit professioneller Souveränität ins 21. Jahrhundert. Mehr Radstand führt auch bei ihm zu mehr Ladefläche, die Split Door dient als wichtigster Zugang zum Transportabteil.

All dies sowie die Außenabmessungen mit einer Länge von 3 961, einer Breite von 1 683, einer Höhe von 1 426 und einem Radstand von 2 547 Millimetern teilt sich der weltweit erste Kompakt-Lieferwagen im Premium-Segment mit dem MINI Clubman. Und auch die charakteristische Clubdoor an der rechten Fahrzeugseite stellt sich in den Dienst der Funktionalität – für den schnellen und komfortablen Zugriff auf die hinter den Sitzen von Fahrer und Beifahrer verstaute Fracht.

Darüber hinaus ist der MINI Clubvan ein individueller Charakter mit klarem Arbeitsauftrag. Durch den Verzicht auf Sitzplätze im Fond wird konsequent auf

	Medien-Information
Datum	26. März 2013
Thema	Business unusual: Der MINI Clubvan bringt Stil in jeden Fuhrpark.
Seite	2

maximales Transportvolumen gesetzt. Der Stauraum misst 115 Zentimeter in der Länge und weist an seiner schmalsten Stelle direkt hinter der Hecköffnung noch eine Breite von 102 Zentimetern auf. Direkt hinter den Sitzen von Fahrer und Beifahrer ist ein fest mit der Karosserie verbundenes Trennelement installiert, das im unteren Bereich aus massivem Aluminium und im oberen aus einem Edelstahl-Gitter besteht. Es gewährleistet, dass im Laderaum untergebrachte Gegenstände auch bei besonders intensiven Bremsmanövern nicht zu den Insassen vordringen können. Darüber hinaus erleichtert es die vollständige Ausnutzung des 860 Liter großen Gepäckraums durch eine Beladung bis unter das Fahrzeugdach. Die maximale Zuladung des MINI Clubvan beträgt 500 Kilogramm.

Ebenso zweckmäßig wie stilvoll fällt die Auskleidung des vollständig ebenen Laderaumbodens und der seitlichen Abdeckungen mit hochwertigem Teppichmaterial aus. Sechs am Rand des Laderaums im Boden eingelassene Fixierösen bieten die Möglichkeit, Transportgüter unterschiedlicher Länge, Höhe und Breite gegen Verrutschen zu sichern. Der Dachhimmel ist über die gesamte Innenraumlänge hinweg in Anthrazit gehalten. Zwei zusätzliche Gepäckraumleuchten setzen die Ware beim Verstauen und Entladen ins rechte Licht. 12-Volt-Stromanschlüsse im Laderaum stellen die Energieversorgung für elektrisch betriebene Zusatzausrüstungen sicher.

Während der Fahrt und bei Zwischenstopps ist die Fracht im MINI Clubvan vor neugierigen Blicken geschützt. Dafür sorgen die blickdicht versiegelten Scheiben der hinteren Seitenfenster und der Clubdoor in Kombination mit den getönten Scheiben für die Hecktüren. Die seitlichen Fensterflächen sind innen mit einer Polycarbonatverstärkung versehen und außen in Wagenfarbe gehalten. Dadurch entsteht Raum für eine neue Form der Individualisierung. Denn die Fahrzeugflanken sind der ideale Platz für einen Firmenschriftzug beziehungsweise ein Markenlogo. So übernimmt der MINI Clubvan gleich noch einen Nebenjob als attraktiver Werbeträger im Stadtverkehr. Ein Aushängeschild für stilbewusste Firmen ist er in jedem Fall.

Für die Außenlackierung des MINI Clubvan stehen die Farben Pepper White und Ice Blue sowie Midnight Black metallic zur Auswahl. Alternativ zu den

	Medien-Information
Datum	26. März 2013
Thema	Business unusual: Der MINI Clubvan bringt Stil in jeden Fuhrpark.
Seite	3

serienmäßigen 15 Zoll-Rädern im exklusiv für den MINI Clubvan verfügbaren Delta Spoke Design werden als Sonderausstattung Leichtmetallfelgen in den Größen 15, 16 und 17 Zoll angeboten. Im Innenraum ist der MINI Clubvan serienmäßig mit Sitzen in der Stoffbezug-Ausführung Cosmos Carbon Black ausgestattet. Optional werden die Stoff-/Lederkombination Ray Carbon Black sowie die Varianten Leder Punch Carbon Black und Leder Lounge Carbon Black angeboten. Die schwarze Innenraumfarbe wird serienmäßig mit Interieurleisten in der Variante Fine White Silver kombiniert. Alternativ dazu sind weitere Interieurleisten sowie Colour Lines in jeweils drei Varianten und eine lederbezogene Instrumententafel erhältlich. Außerdem werden auch für den MINI Clubvan vielfältige Sonderausstattungen zur Optimierung von Komfort, Fahrspaß, Sicherheit und Funktionalität angeboten.

Für eine zuverlässige Just-in-time-Lieferung mit dem MINI Clubvan sorgt das Motorenportfolio, das aus drei temperamentvollen Vierzylinder-Antrieben besteht. Im MINI One Clubvan stehen 72 kW/98 PS bereit, der MINI Cooper Clubvan verfügt über einen 90 kW/122 PS starken Motor. Dritte Kraft im Team ist der 82 kW/112 PS starke Dieselantrieb des MINI Cooper D Clubvan. Er macht nicht nur mit spontaner Leistungsentfaltung auf sich aufmerksam, sondern setzt auch unter betriebswirtschaftlichen Aspekten Maßstäbe. Sein Durchschnittsverbrauch im EU-Testzyklus beträgt nur 3,9 Liter je 100 Kilometer, der entsprechende CO2-Wert beläuft sich auf 103 Gramm pro Kilometer. Die Kraftübertragung auf die Vorderräder erfolgt serienmäßig über ein Sechsgang-Handschaltgetriebe. Optional sind alle Modellvarianten des MINI Clubvan auch mit einem Sechsgang-Automatikgetriebe erhältlich.

Mit seiner unverwechselbaren Ausstrahlung setzt der MINI Clubvan attraktive Zeichen im gewerblichen Lieferverkehr. Überall dort, wo ein stilsicherer Auftritt und Bewusstsein für Premium-Qualität fest zum Business gehören, findet er seinen Platz im Fuhrpark. Und selbst außerhalb üblicher Dienstzeiten und fernab von allen Geschäftszentren taucht er regelmäßig im Straßenbild auf. Denn auch beim Transport von größeren Sportgeräten und anderen Hobby-Utensilien gibt es kaum einen Zweisitzer, der Fahrspaß und Funktionalität so gekonnt kombiniert wie der MINI Clubvan.

Datum	Medien-Information
	26. März 2013
Thema	Business unusual: Der MINI Clubvan bringt Stil in jeden Fuhrpark.
Seite	4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen 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 Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>