

Medien-Information

27. Mai 2013

Der MINI designed by Roberto Cavalli erzielte zugunsten von AIDS LIFE auf dem 21. Life Ball in Wien die höchste Spendensumme aller Zeiten.

Roberto Cavalli selbst steuerte Life Ball MINI 2013 über den Magenta Carpet.

München/Wien. Vor zehntausenden Zuschauern feierte der Life Ball MINI 2013 by Roberto Cavalli am vergangenen Samstag seinen ersten öffentlichen Auftritt auf dem Magenta Carpet des Life Ball: Mit Roberto Cavalli am Steuer und seiner Frau Eva Cavalli als Beifahrerin, stellte der Life Ball MINI 2013 den krönenden Abschluss des kostümierten Einzugs vor Beginn der Show am Wiener Rathausplatz dar. Der Designer gestalte das jüngste und siebte Modell der MINI Familie unverkennbar in seinen Stil um: Vergoldete Elemente sowohl im Interieur als auch im Exterieur, ein irisierender Lack, der je nach Lichteinfall von Schwarz bis Braun schimmert sowie der Einsatz des für Cavalli typischen Animal-Prints machen den MINI Paceman unverkennbar zu einem echten Cavalli. Wenige Stunden vor seiner Premiere wurde das MINI Unikat im Rahmen der AIDS Solidarity Gala für die Rekordsumme von 150.000 Euro versteigert. Die erzielte Spendensumme kommt Hilfsprojekten im Kampf gegen den HI-Virus zu Gute.

Kreatives Autodesign zugunsten AIDS LIFE seit 2001.

Insgesamt 13 MINI Unikate wurden seit Beginn der Partnerschaft 2001 kreiert, dessen Spendenerlöse von über einer halben Million Euro in Projekte im Kampf gegen AIDS geflossen sind. Neben Roberto Cavalli gestalteten in der Vergangenheit schon international bekannte Stilikonen wie z.B. Dean und Dan Caten von DSQUARED², Renzo Rosso für Diesel oder Donatella Versace einen MINI für den guten Zweck. Ralf Schepull, Leiter MINI Markenkommunikation, äußerte sich erfreut über die erreichte Spendensumme des diesjährigen Life Ball MINI: „Wir freuen uns, dass das MINI Unikat in diesem Jahr eine Rekordsumme und damit einen besonderen Beitrag für Projekte gegen HIV/AIDS leisten kann. Der Charity-Gedanke ist ein wichtiger Bestandteil der Marke MINI, der durch die Partnerschaft mit dem Life Ball eine einzigartige Plattform erhält.“

Auch dieses Jahr vereinte der Life Ball, der unter dem Motto „1001 Nacht“ stand, zahlreiche Prominente wie Sir Elton John, Hilary Swank, Melanie Griffith, die „bezaubernde Jeannie“ Barbara Eden, Carmen Electra, Bill Clinton, Anna Netrebko, Erwin Schrott und Fergie, um auf den HI-Virus und seine Folgen weltweit aufmerksam zu machen.

Life Ball 2013.

Am 1. Dezember 1981 wurde AIDS als eigenständige Krankheit erkannt. In den vergangenen Jahren konnten bereits große Fortschritte in der Forschung als auch im Bereich der Prävention gemacht werden – trotz allem stellt HIV nach wie vor eine wesentliche gesundheits- und entwicklungspolitische Herausforderung dar. Jedes Jahr werden Millionen von Menschen mit dem HI-Virus infiziert. Der Life Ball macht es sich zur Aufgabe, darauf aufmerksam zu machen und sich für Toleranz, Aufklärung und Solidarität stark zu machen.

Soziales Engagement der BMW Group.

Als eines der ersten Unternehmen in Südafrika engagiert sich die BMW Group seit dem Jahr 2000 mit einem eigenen Arbeitsplatz-Programm gegen HIV/Aids am Standort Rosslyn. Aufklärungsarbeit und Beratung werden dabei ergänzt durch freiwillige HIV-Tests, Behandlungsprogramme und psychologische Betreuung.

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

Medien-Information

Datum 27. Mai 2013
Thema MINI designed by Roberto Cavalli
Seite 3

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>