



Medien-Information
18. September 2014

Neuer MINI zum „schönsten Auto 2014“ in seiner Klasse gewählt.

Die jüngste Generation des Originals im Premium-Segment der Kleinwagen erhält die „autonis“ Trophäe bei der aktuellen Leserwahl der Fachzeitschrift „auto, motor und sport“.

München. Der neue MINI, der seit Frühjahr 2014 im Handel ist, begeistert auf den ersten Blick: mit klassischen Proportionen, der charakteristischen Dreiteilung zwischen Karosseriekörper, umlaufendem Greenhouse und Dach sowie mit der modernen Interpretation markentypischer Designmerkmale. Das neue, in der Länge um rund zehn Zentimeter gewachsene Modell wurde jetzt von den Lesern der Fachzeitschrift „auto, motor und sport“ zu einer der schönsten Neuerscheinungen auf dem deutschen Automobilmarkt gewählt. Mit seinem ausdrucksstarken und unverwechselbaren Design überzeugt der neue MINI nicht nur die Expertenjurys bei wichtigen Wettbewerben, sondern auch in der öffentlichen Wahrnehmung.

Die in Stuttgart erscheinende Fachzeitschrift hatte ihre Leser aufgerufen, unter 94 Fahrzeugen in zehn Klassen „Die schönsten Autos 2014“ zu wählen. An der Abstimmung hatten sich in diesem Jahr 17 378 Leser und Online-Nutzer beteiligt. Der neue MINI setzte sich dabei in der Klasse der sogenannten Minicars gegen sieben Neuheiten anderer Marken durch. Die Auswertung wurde notariell begleitet.

„Diese Auszeichnung macht uns bei MINI Design außerordentlich stolz. Das positive Feedback von Kunden und Fans bestärkt unsere Arbeit als Team in der täglichen Designgestaltung für die Marke MINI“, erklärt Anders Warming, Leiter MINI Design. „Wir freuen uns über die Aufgabe, die Marke MINI weiterhin gestalten zu dürfen.“

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

Die Neuauflage des MINI ist mit einer evolutionären Weiterentwicklung des Designs sowie mit einer umfangreichen Aufwertung der Produktsubstanz verbunden, die seinem sportlich-agilen Handling, seinem Fahrkomfort und seiner Effizienz ebenso zugutekommt wie seiner unverwechselbaren

Medien-Information

Datum 18. September 2014

Thema Neuer MINI zum „schönsten Auto 2014“ in seiner Klasse gewählt.

Seite 2

Ausstrahlung, seiner Funktionalität und seiner Premium-Charakteristik. Das Plus an Sportlichkeit und Effizienz, das durch neue Motoren mit MINI TwinPower Turbo Technologie, ebenfalls neu entwickelte Getriebe sowie umfangreiche MINIMALISM Technologie erzielt wird, spiegelt sich in einer noch dynamischeren Linienführung und kraftvoll gestalteten Flächen wider. Auch die Aerodynamik-Eigenschaften des neuen MINI wurden gegenüber dem Vorgänger weiter optimiert.

Besonders hochwertig ausgeführte Details und präzise gezeichnete Konturen im Umfeld der Scheinwerfer, Rückleuchten, Seitenblinkereinfassungen und anderer charakteristischer Designmerkmale unterstreichen den Reifeprozess, der mit dem Generationswechsel des MINI einhergeht. Das hochwertige Design wird damit zu einem Symbol für das überlegene technologische Niveau des neuen MINI, der beispielsweise mit einstellbaren Dämpfern, LED-Scheinwerfern und vielfältigen Fahrerassistenzsystemen wie dem MINI Head-Up-Display und dem Driving Assistant ausgestattet werden kann.

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 18. September 2014

Thema Neuer MINI zum „schönsten Auto 2014“ in seiner Klasse gewählt.

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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 29 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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.

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>