



Presse-Information
16. April 2015

„THE MINI“ – das weltweit erste MINI Surfboard. Eine Kooperation mit der legendären Surfboardschmiede Channel Islands.

München/Santa Barbara. Zwei unterschiedliche Marken, ein gemeinsamer Mindset. Denn egal ob auf dem Wasser oder an Land – MINI und den kalifornischen Surfboardhersteller Channel Islands verbindet die Begeisterung für einen unkonventionellen und individuellen Lifestyle. Aus dieser Leidenschaft ist eine gemeinsame Mission entstanden: ein Surfboard zu entwerfen, das das einzigartige Fahrgefühl von MINI aufs Wasser bringt. Kreiert wurde das Board in der Channel Islands Manufaktur in Santa Barbara. Zum Entwicklungs- und Designteam gehören Christopher Weil, Leiter Exterieur Design MINI, und Surfprofi Kalani Robb. „Ich hatte schon lange den Wunsch, ein Board zu kreieren, mit dem ich genauso viel Spaß auf dem Wasser habe, wie mit meinem MINI auf dem Asphalt“, verrät Kalani Robb. „Um dieses agile und schnelle Gefühl zu erzeugen, haben wir ein Board mit ein bisschen mehr Volumen entwickelt. Die Outline und der geringe Rocker bringen das Brett zum Fliegen.“

Kurz, wendig und extrem sportlich: „THE MINI“, das weltweit erste MINI Surfboard, ist perfekt geeignet, um im Sommer die Wellen Frankreichs, Spaniens, Portugals – oder wohin die Reise auch geht – zu surfen und das Wasser der Küsten weltweit unsicher zu machen.

Doch nicht nur die Performance ist MINI typisch: das Design lässt sich – ganz in MINI Manier – individualisieren. Egal ob es sich um ein Surfboard in Chili Red oder mit schwarzen Rallyestreifen handelt: in Absprache mit dem Channel Islands Team wird nahezu jeder Farbwunsch realisiert. Die Idealgröße lässt sich bequem mit dem [Channel Islands Board Selector](#) ermitteln.

Ab Juni 2015 ist „THE MINI“ ab einem Preis von 750 Euro in ausgewählten Shops sowie im [Channel Islands Onlineshop](#) erhältlich.

Medien-Information

Datum 16. April 2015

Thema „THE MINI“ – Eine Kooperation mit der legendären Surfboardschmiede Channel Islands.

Seite 2

Über Channel Islands. Seit 1969 widmet sich Channel Islands der Herstellung hochwertiger Surfboards – mit innovativen, originellen Ideen und harter Arbeit. In den vergangenen 45 Jahren ist Channel Islands von einem kleinen, lokalen Betrieb zu einem der international bekanntesten Surfbrands gewachsen und zählt die weltweit besten Surfer zu seinen Kunden. „Die treibende Kraft hinter Channel Islands Surfboards ist der Anspruch, für und mit den besten Surfern der Welt Bretter zu kreieren, mit denen sie die größtmögliche Leistung erzielen können. Diesen engagierten Surfern genau das zu bieten – modernste Performance-Boards –, das ist meine Passion“, so Shaper und Designer Al Merrick.

Über Kalani Robb. Er liebt den Ozean, die Wellen und die Geschwindigkeit beim Surfen: Kalani Robb ist eine Surflegende. Bereits in jungen Jahren gewann der in Hawaii geborene Surfprofi zahlreiche Titel, wurde US Open Champion und gehörte zu den Top Five im ASP World Ranking. Seine Surf- sowie Schauspielkünste zeigte er zudem in Hollywood- und Surffilmen, darunter „Forgetting Sarah Marshall“ und „Blue Crush“. Heute lebt der leidenschaftliche MINI Fahrer im kalifornischen San Clemente und unterstützt mit seiner Erfahrung tatkräftig die Realisierung des neuen MINI Surfboards.

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 16. April 2015
Thema „THE MINI“ – Eine Kooperation mit der legendären Surfboardschmiede Channel Islands.
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 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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>