

Medien-Information

29. November 2016

MINI gewinnt „Auto Trophy 2016“: Klassensieg für das Original im Premium-Segment der Kleinwagen.

Neue Generation des MINI überzeugt die Leser des Fachmagazins „Auto Zeitung“ mit Fahrspaß, Effizienz und individuellem Stil.

München. Die aktuelle Modellgeneration des MINI begeistert im Alltagsverkehr, überzeugt bei Testfahrten und trifft auch in Publikumsbefragungen immer wieder auf breite Zustimmung. Jüngster Beleg für die Popularität des Originals im Premium-Segment der Kleinwagen ist sein Erfolg im Wettbewerb um die „Auto Trophy 2016“. Bei der von der Fachzeitschrift „Auto Zeitung“ veranstalteten Leserwahl gewann der MINI die Importwertung in der Kategorie „City Cars/Kleinwagen“. Mit einem Stimmenanteil von 18,6 Prozent setzte sich der Bestseller der britischen Premium-Marke gegen 17 Konkurrenten in seiner Fahrzeugklasse durch.

An der Abstimmung über die „Auto Trophy“, die in diesem Jahr bereits zum 29. Mal vergeben wurde, beteiligten sich fast 60 000 Leser der „Auto Zeitung“ sowie weiterer internationaler Fachmagazine der Bauer Media Group. In insgesamt 24 Kategorien konnten sie ihre Favoriten in zahlreichen Fahrzeugsegmenten küren und darüber hinaus über die Vergabe von Sonderpreisen für Design und Markenauftritt entscheiden.

Die Auszeichnung in der Importwertung seines Segments verdankt der MINI vor allem den mit dem Generationswechsel verbundenen Fortschritten in den Bereichen Fahr- und Raumkomfort, Fahrspaß und Effizienz, Bedienung und Fahrerassistenz sowie Vernetzung und Premium-Charakteristik. Darüber hinaus hat die Einführung einer zweiten Karosserievariante für frischen Schwung bei der Eroberung neuer Zielgruppen gesorgt. Im Kleinwagen-Segment steht neben dem MINI 3-Türer (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 5,7 – 3,4 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 133 – 89 g/km) auch der neue MINI 5-Türer (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 5,9 – 3,5 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 136 – 92 g/km) zur Auswahl.

Mit vier Otto- und drei Dieselmotoren, die ein Leistungsspektrum zwischen 55 kW/75PS und 141 kW/192 PS abdecken, ist auch im Antriebsportfolio für Vielfalt gesorgt. Darüber hinaus wird das Modellangebot des MINI 3-Türer um einen in dieser

Firma
BMW Austria
Gesellschaft mbH

Postanschrift
PF 303
5021 Salzburg

Telefon
+43 662 8383 9100

Internet
www.bmwgroup.com

Medien-Information

Datum 29. November 2016

Thema MINI gewinnt „Auto Trophy 2016“: Klassensieg für das Original im Premium-Segment der Kleinwagen.

Seite 2

Fahrzeugklasse einzigartigen Topsportler ergänzt. Der MINI John Cooper Works (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,3 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 147 g/km) sorgt mit seinem 170 kW/231 PS starken Turbomotor, einem Sportfahrwerk samt Brembo-Sportbremsanlage, aerodynamisch optimierten Exterieurmerkmalen und einem modellspezifisch gestalteten Cockpit mit John Cooper Works Sportsitzen auch im Alltagsverkehr für unverwechselbares Rennsport-Feeling.

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 und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 31 Produktions- und Montagstätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 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>