



Presse-Information
11. Oktober 2011

Zwei exklusive Marken auf neuen Wegen. BMW i kooperiert mit der Kosmetiklinie Susanne Kaufmann.

München. Technik und Umwelt, Fortschritt, Nachhaltigkeit und Komfort: Mit einer ungewöhnlichen Partnerschaft zeigen BMW i und die Kosmetiklinie Susanne Kaufmann, dass diese Welten zusammengehören. Die Submarke von BMW und die exklusive Naturkosmetik-Marke setzen beide Zeichen bei der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft, die geprägt ist von Umweltverträglichkeit, individueller Freiheit und Luxus. Diese Kooperation trägt Früchte. Für BMW i entwickelte die Beauty-Pionierin Susanne Kaufmann das Hand-Tonic „Purif-i“ – aus natürlichen Wirkstoffen, überall und jederzeit einsetzbar.

„Diese innovative Komposition wurde für die BMW i Generation kreiert, die immer auf der Suche ist nach Produkten, die zu ihrem Leben passen. Umweltverträglichkeit ist dabei ein großes Thema“, sagt Uwe Dreher, verantwortlich für die Markenkommunikation von BMW i. „Purif-i“ desinfiziert die Hände mit pflanzlichem Alkohol, flüssige Seidenproteine pflegen die Haut und schützen sie vor dem Austrocknen. Dabei kommt das Hand-Tonic ohne Wasser oder Seife aus.

„Purif-i“ präsentiert sich im Oktober und November 2011 in New York, Berlin und Hong Kong. In New York wurde für das Event im Rahmen der Markteinführung von BMW i das BMW Guggenheim Lab zur Verfügung gestellt. Geleitet von Jane Larkworthy (Beauty Editor des Magazins W) diskutierten Experten das Thema „Neue Wege“ im Umgang mit Nachhaltigkeit. In Berlin werden die „Neuen Wege“ von der künstlerischen Seite betrachtet. Das Künstler-Duo Tiefschwarz wird „Purif-i“ in eine „Sound Cloud“ hüllen.

Susanne Kaufmann hat ihre Wurzeln im österreichischen Bezau. Das Familienhotel „Post“ verwandelte sie in ein Vier-Sterne-Haus mit Wellness-Angeboten für ein internationales Publikum. „Wir wollten uns von anderen Wellness-Hotels abheben. So entstand die Idee zur eigenen Kosmetik mit Kräutern aus dem Bregenzerwald“, erklärt Susanne Kaufmann ihr Konzept. Von der Natur in die Großstadt kam sie im Herbst 2011, als sie im Zentrum Berlins das „Susanne Kaufmann Spa Berlin“ eröffnete.

Das Hand-Tonic ist zum Preis von 14 Euro (75ml) ab sofort im Handel erhältlich oder online zu bestellen unter www.susannekaufmann.com

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
089-382 20961

Internet
www.bmwgroup.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 11. Oktober 2011
Thema Zwei exklusive Marken auf neuen Wegen.
Seite 2

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Karin Elvers, Produkt- und Lifestyle Kommunikation BMW Automobile
Telefon: +49-89-382-23742, Fax: +49-89-382-20626

Michael Rebstock, Leiter Produktkommunikation
Telefon: +49-89-382-20470, Fax: +49-89-382-20626

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-mail: presse@bmw.de

BMW i

BMW i steht für visionäre Fahrzeuge und Mobilitätsdienstleistungen, inspirierendes Design sowie für ein neues Verständnis von Premium, das sich stark über Nachhaltigkeit definiert. Mit BMW i verfolgt die BMW Group einen ganzheitlichen Ansatz. Mit maßgeschneiderten Fahrzeugkonzepten, Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette und ergänzenden Mobilitätsservices definiert BMW i das Verständnis von individueller Mobilität neu. Die im Spätsommer 2011 vorgestellten Konzeptfahrzeuge BMW i3 Concept und BMW i8 Concept geben einen Ausblick auf die ersten elektrischen Serien-Automobile unter der neuen Submarke BMW i, die 2013 als BMW i3 und 2014 als BMW i8 auf die Straße kommen werden. Während der BMW i3 rein elektrisch angetrieben wird, sorgt im Plug-In-Hybrid BMW i8 das Zusammenspiel von einem Elektromotor und einem Verbrennungsmotor für hoch dynamischen Vortrieb.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Susanne Kaufmann

Kompromisslos natürlich. Konsequent wirkungsorientiert. Susanne Kaufmann organic treats verbindet moderne Wissenschaft und Wirkstoffe der alpinen Pflanzenwelt zu einem effizienten Pflegesystem. Die natürlichen, innovativen Produkte werden in einer kleinen Manufaktur im Bregenzerwald (Österreich) nach strengen ökologischen Prinzipien hergestellt und haben mittlerweile Anhänger in aller Welt. www.susannekaufmann.com