

Presse-Information
2. Mai 2012

MINI unterstützt zum 12. Mal den Life Ball in Wien. Life Ball MINI Unikate brachten bisher einen Spendenerlös von über einer halben Million Euro.

München/Wien. Bereits seit Markteinführung im Jahr 2001 ist MINI Partner des Life Ball. Elf einzigartige, speziell für diesen Event gestaltete Fahrzeuge sind in diesem Zeitraum von verschiedensten international renommierten Persönlichkeiten gestaltet worden. Auch für das 20-jährige Jubiläum des Life Ball stellt MINI traditionsgemäß ein Fahrzeug zur Verfügung, dessen Erlös wieder Projekten gegen HIV und AIDS zugutekommt. Durch die Versteigerung der gestalteten MINI Unikate kamen bisher über 500.000 Euro Gesamterlös für den guten Zweck zusammen.

In den vergangenen Jahren haben sowohl internationale Modedesigner, unter anderem Joseph Corré für Agent Provocateur, Donatella Versace, Renzo Rosso für Diesel oder Missoni als auch bekannte Entscheidungsträger aus der Mode, wie zum Beispiel Mario Testino oder The Blonds for Katy Perry einen Life Ball MINI gestaltet. Dieses Jahr reiht sich Franca Sozzani, Chefredakteurin der italienischen VOGUE und UN-Sonderbotschafterin von "Fashion 4 Development" in die Riege der Life Ball MINI Designer ein. „Bei der Gestaltung des MINI habe ich mir eine schöne Frau vorgestellt, die mit einem um den Kopf drapierten Schal Roadster fährt“, beschreibt Sozzani ihre Inspiration zum Designentwurf für den MINI Roadster.



Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-24360

Internet
www.bmwgroup.com

MINI Roadster designed by Franca Sozzani – Skizze



Presse-Information
Datum 2. Mai 2012
Thema MINI unterstützt zum 12. Mal den Life Ball in Wien.
Seite 2

Die Kombination aus floralen Motiven und Mannequins zusammen mit dem angesagten Deepest Purple Matt-Lack verleiht dem MINI Roadster einen unverwechselbaren Look. Das Highlight des diesjährigen Life Ball MINI bildet die Gestaltung der Blumenmuster auf dem Dach des MINI Roadster. Messingfarbene Akzente an Außenspiegel und Felgen sowie MINI typische Rallye-Streifen runden das außergewöhnliche Farbkonzept in eleganter Weise ab. Das Interieur besticht durch feinste Materialien und eine aufwendige Sitzgestaltung.

„Mit Franca Sozzani haben wir eine erfahrene Mode-Expertin gefunden, die ihre künstlerische Kraft vor allem dem Aspekt Farbe widmet. Wir freuen uns sehr, dieses gemeinsame Projekt nun verwirklichen zu können“, sagt Anders Warming, Leiter MINI Design. Die Versteigerung des MINI Unikats findet im Rahmen der AIDS Solidarity Gala im Zeremoniensaal der Wiener Hofburg am Tag des Life Balls ab 17 Uhr statt. Ein weiterer Höhepunkt des Life Ball 2012 ist die Fashion Show presented by MINI, die von VOGUE Italien ausgerichtet wird. Anlässlich des 20. Jubiläums werden Kreationen ehemaliger Life Ball Designer sowie legendäre Looks gezeigt.

Soziales Engagement der BMW Group.

Weltweite Maßnahmen gegen HIV/AIDS sind ein Schwerpunkt des gesellschaftlichen und sozialen Engagements der BMW Group. Besonders weitreichend ist dabei das Engagement des Unternehmens in Südafrika, das neben einem umfassenden Workplace-Programm für Mitarbeiter und deren Familien auch diverse Projekte in den Gemeinden und der weiteren Gesellschaft umfasst. Aber auch in anderen betroffenen Ländern wie beispielsweise Thailand oder China setzt sich der Automobilhersteller für die Bekämpfung der Pandemie ein. Die Mitgliedschaft in der Global Business Coalition on HIV/AIDS (GBC) unterstreicht das nachhaltige Engagement an den einzelnen Standorten.



Presse-Information
Datum 2. Mai 2012
Thema MINI unterstützt zum 12. Mal den Life Ball in Wien.
Seite 3

Chronik der Life Ball MINI.

2012 – MINI designed by Franca Sozzani.

MINI Roadster von Franca Sozzani, Chefredakteurin VOGUE Italien

2011 – MINI designed by DSQUARED².

MINI Hatch von Dean and Dan Caten

2010 – MINI designed by Diane von Furstenberg, Kenneth Cole und Francisco Costa von Calvin Klein Collection.

MINI Hatch von Diane von Furstenberg

MINI Cabrio von Kenneth Cole

MINI Countryman von Francisco Costa von Calvin Klein Collection

2009 – MINI designed by The Blonds.

MINI Cabrio von The Blonds for Katy Perry

2008 – MINI designed by Agent Provocateur.

MINI Clubman von Agent Provocateur / Joseph Corr 

2007 – MINI designed by Testino.

MINI Hatch von Starfotograf Mario Testino

2006 – MINI designed by Diesel.

MINI Cabrio von Renzo Rosso

2005 – MINI designed by Versace.

MINI Cabrio von Donatella Versace

2004 – MINI designed by Ferré.

MINI Cabrio von Gianfranco Ferré

2003 – MINI designed by Missoni.

MINI Hatch von Angela Missoni

2002 – Charity MINI.

Mit Unterschriften nationaler und internationaler Prominenz (u.a. Elton John, No Angels, Heidi Klum, Emma Sjöberg, Mavie Hörbiger)

2001 – getarnter MINI. (Auftritt noch vor Markteinführung)

MINI

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 2. Mai 2012
Thema MINI unterstützt zum 12. Mal den Life Ball in Wien.
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Nadja Horn, MINI Design- und Lifestylekommunikation
Telefon: +49-89-382-24360, Fax: +49-89-382-20626

Susanne Giuliani (geb. Spatz), BMW Group Design- und Lifestylekommunikation
Telefon: +49-89-382-20961, Fax: +49-89-382-20626

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

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 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. Euro, der Umsatz auf 68,82 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 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.

www.bmwgroup.com
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>