MINI
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse-Information
August 2012

MINI Design Concept Cars.

Concept Cars sind die „kreative Spielwiese“ der Automobildesigner. Kennzeichnend für sämtliche Fahrzeugkonzepte ist die Zukunftsorientierung, sie sind immer mit visionärem Potenzial ausgestattet. Von innovativen Lichtkonzepten über neuartige Türmechanismen bis hin zur kreativen Umsetzung bestimmter Themenwelten – dem Ideenreichtum sind bei Concept Cars so gut wie keine Grenzen gesetzt. Dabei gibt es Konzeptfahrzeuge, die der Entwicklung und Implementierung neuer Technologien dienen, andere wiederum zeigen eine innovative Designsprache auf oder visualisieren die mögliche Umsetzung zukünftiger Serienmodelle.

2012.

MINI Rocketman Concept.

Die 2012 als Hommage an die britische Hauptstadt konzipierte Neuauflage der Studie MINI Rocketman Concept verknüpft innovative Ideen für die individuelle Mobilität in einer Metropole mit klassischen, unverkennbar britischen Designmerkmalen im Exterieur und Interieur. Die in den Farben der britischen Nationalflagge gehaltene Studie verfügt über auffällige Details wie die Lichtinszenierung des Union Jack im Dachbereich. Das MINI Rocketman Concept verkörpert sportliche Eleganz in einer typisch britischen Form.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-20961

Internet
www.bmwgroup.com

2011.

MINI Rocketman Concept.

Diese viel beachtete Studie verknüpft traditionelle Werte mit innovativer Technologie, um die für MINI typische kreative Raumnutzung neu zu definieren. Als 3+1-Sitzer mit einem einzigartigen Raumkonzept, 3 Türen und einer Außenlänge von knapp über 3 Metern setzt dieses Concept zukunftsweisende Signale. Der visionäre Charakter der Studie wird durch konsequenten Leichtbau geprägt, dessen Basis eine Spaceframe-Konstruktion aus Carbon bildet.

2010.

MINI Paceman Concept.

Presse-Information
Datum August 2012
Thema MINI Design Concept Cars.

Mit einem typischen Crossover-Konzept basierend auf dem MINI Countryman platziert MINI diese Studie als erstes Sports Activity Coupé (SAC) im Premium-Segment. Die Studie steht mit ihrem dynamisch-kraftvollen und gleichzeitig luxuriösen Erscheinungsbild für exklusive Sportlichkeit. Optisch erinnert sie an ein „Muscle Car“, das seine Fahrdynamik aus jedem Blickwinkel erkennen lässt und beeindruckend zur Geltung bringt.

MINI Beachcomber Concept.

Eine Vorstudie des MINI Countryman, die auf maximalen Fahrspaß ausgerichtet ist und durch ihr radikal offenes Karosseriekonzept auffällt. Im Fokus dieses maskulinen Concepts, das auf den legendären Mini Moke aus den 1960er Jahren Bezug nimmt, steht die Darstellung einzelner Features im Interieur Design. Besondere Aufmerksamkeit kommt dabei der individuell bestückbaren Center Rail zu, an die wahlweise MP3-Player, Mobiltelefon, zusätzliche Lichtquellen, Kühlbox, Laptop oder GPS-Tracker, Stoppuhr, Brillenetui, Flaschenhalter und Verpflegungsbox angedockt werden können.

MINI Scooter E Concept.

Diese elektrisch angetriebene Studie nimmt Bezug auf den MINI E, ein bundesweites Testprojekt für emissionsfreies Fahren. Mit diesem Concept überträgt MINI Design die zentrale Formensprache der Marke erstmals auf das Zweirad-Segment und zeigt damit das Potenzial von MINI auf. Die MINI typischen Details finden sich in drei verschiedenen Designvarianten wieder, die den Fokus auf Britishness bzw. auf die für die Rollerkultur so bedeutende Mod-Bewegung setzen. Das dritte Modell greift das Erscheinungsbild des MINI E auf.

2009.

MINI Roadster Concept und MINI Coupé Concept.

Die beiden als „Oxford Twins“ bekannten Konzeptfahrzeuge interpretieren die traditionellen Werte, den individuellen Stil und den innovativen Charakter von MINI auf jeweils eigenständige Weise neu. Sie stehen für konzentrierten Fahrspaß in einem extrem sportlich ausgerichteten Coupé sowie für

extravagantes Open-Air-Feeling in einem ebenso puristischen wie eleganten Roadster.

2008.

MINI Crossover Concept.

Als Modellvariante ohne historischen Bezug und mit einer Außenlänge von über vier Metern bietet diese Vorstudie des MINI Countryman Bewegungsfreiheit im Fond und Transportkapazitäten in einem für MINI ungekannten Ausmaß. Die flexible Innenraumgestaltung und ein innovatives Ablagesystem wie die Center Rail lassen individuelle Gestaltungsspielräume zu.

2005/2006.

MINI Concept Frankfurt / Tokyo / Detroit / Geneva.

Presse-Information
Datum August 2012
Thema MINI Design Concept Cars.

Abb. (oben): MINI Concept Frankfurt / Tokyo (v.l.n.r.)
Abb. (unten): MINI Concept Detroit / Geneva (v.l.n.r.)

Diese Studienserie wurde über einen Zeitraum von zwei Jahren in insgesamt vier Ausprägungen auf den wichtigsten Automobilmessen weltweit gezeigt und war auf den Ort ihrer Präsentation ausgerichtet. Die einzelnen Concepts dienten der Vorkommunikation des MINI Clubman auf Basis des historischen Vorbilds. Das in Frankfurt präsentierte Concept stand im Zeichen von „Travel in Style“ und stellte den Aspekt Eleganz in den Vordergrund, in Tokyo wurde die britische Herkunft betont. In Detroit kam die Vielseitigkeit des „Sports Equipment Carriers“ am Beispiel des Wintersports zum Ausdruck. Das MINI Concept in Genf erinnerte an den Werkstattwagen der Rallye Monte Carlo und damit an die legendären Motorsporterfolge der Marke.
In allen Ausführungen beeindruckte die Studie vor allem durch ein innovatives Türkonzept, mit dem die Erschließung und Nutzung des Interieurs revolutioniert wurde. Die zweigeteilte Hecktür bietet einen ganz besonders großzügigen Zugang zum Gepäckraum des MINI Concept – ein Prinzip, das bald darauf erstmals im MINI Clubman verwirklicht wurde.

Presse-Information
Datum August 2012
Thema MINI Design Concept Cars.
Seite 7

1997.

MINI Concept Monte Carlo Rallye.

Dieser rechtsgelenkte Zweisitzer ist eine Reminiszenz an den Sieg der Rallye Monte Carlo von 1967. Designikonen wie der hexagonale Kühlergrill oder die Rundscheinwerfer werden bei dieser Studie für das 21. Jahrhundert neu interpretiert, denn das Design eines MINI war zum damaligen Zeitpunkt gesetzt und seit 1959 nahezu unverändert. Diesem Concept folgte 2001 der erste MINI der zweiten Modellgeneration.

Presse-Information
Datum August 2012
Thema MINI Design Concept Cars.
Seite 8

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Nadja Horn, MINI Design- und Lifestylekommunikation
Telefon: +49-89-382-57185, Fax: +49-89-382-20626

Susanne Giuliani, BMW Group Design- und Lifestylekommunikation
Telefon: +49-89-382-20961, Fax: +49-89-382-20626

Internet: www.press.bmwgroup.de
E-Mail: presse@bmw.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 29 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