

Presse-Information
27. September 2012

Das MINI Magazin „The MINI International“ in neuem Design. Neuaufgabe des MINI Kundenmagazins.

München. The MINI International hat ein neues Design. Das MINI Kundenmagazin erscheint mit neuem Gesicht und einem neuen inhaltlichen Konzept. Die erste Ausgabe wurde heute im Rahmen der Motorshow in Paris präsentiert. Kern der Neuausrichtung sind ein neues grafisches Konzept und eine noch stärkere Konzentration auf für die Zielgruppe relevante Lifestylethemen. Das ganze Magazin dreht sich um das Lebensgefühl MINI.

Die Neuaufgabe verspricht außergewöhnliche Geschichten, in denen spannende Persönlichkeiten und interessante Orte vorgestellt werden. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf der MINI Community: Das Magazin stellt MINI Enthusiasten und ihre Wagen vor. Es werden Wettbewerbe in der Community ausgeschrieben, deren Gewinner im Magazin abgedruckt werden. Auch MINI Mitarbeiter kommen zu Wort: In der Rubrik „MINI Master“ erzählen sie, was sie an ihrer Arbeit begeistert. Um dabei authentisch zu bleiben, wird auf Models genauso verzichtet wie auf übermäßige Retusche oder künstliche Lichtsituationen bei der Autofotografie. Das Fahrzeug wird authentisch in die Lebenswelt der Protagonisten integriert. Ein weiterer inhaltlicher Fokus sind urbane Trends. Über diese soll nicht nur berichtet werden – MINI setzt sich das Ziel, sie selbst mitzugestalten.

Das MINI Lebensgefühl zeigt sich auch im neuen Design des Magazins: Eine neu gestaltete Titelseite, trendige Schriftarten, knallige Farben und eine authentische, mitreißende Bildsprache im Heftinneren runden das Konzept ab. Ralf Schepull, Leiter Markenkommunikation von MINI, sagt zum Start des neuen Magazins: „The MINI International ist einzigartig und zeitgemäß. Das Magazin bindet Fans, Kunden und die MINI Modelle gleichermaßen ein. Mit neuer zeitgemäßer Bildsprache, den Illustrationen und ungewöhnlichen Designelementen ist The MINI International sehr modern und spiegelt perfekt die Marke MINI wider.“

In der ersten Ausgabe bewegen sich die Künstler Bompas & Parr im brandneuen MINI Cooper S Paceman durch den Londoner Stadtteil und gastronomischen Hotspot Bermondsey. Die zwei echten Bermondsey-Jungs, die sich mit ihren Wackelpudding-Kreationen einen Namen als „Lebensmittel-Architekten“ gemacht haben, führen den Leser durch die Gourmet-Enklave in der Maltby Street.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382 14908

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 27. September 2012
Thema Das MINI Magazin „The MINI International“ in neuem Design
Seite 2

Bei einem kalifornischen Roadtrip von Silver Lake in Los Angeles nach Palm Springs wandelt sich der MINI Countryman mit dem Designer-Ehepaar Rose Apodaca und Andy Griffith am Steuer eindrucksvoll vom stylischen Stadtfahrzeug zum wendigen Crossover-Wagen in der Wüste.

Am Ende geht es nach Le Castellet, wo sich 30.000 MINI-Fans zum bisher größten MINI United, dem internationalen Festival für MINI Fans, getroffen haben. In der Rubrik „Gas geben“ werden 35 begeisternde Lifestyle-Produkte vorgestellt. Die Kategorie „Zwischenstopp“ widmet sich spannenden architektonischen Gebäuden am Straßenrand, wie zum Beispiel der von Arne Jacobsen designten Tankstelle in Dänemark.

Die Neukonzeption von The MINI International entstand in Zusammenarbeit mit dem neuen Verlagspartner von MINI. Nach elf Jahren wurde die Verantwortung für das Magazin in die Hände des renommierten Medienunternehmers Tyler Brûlé und seiner weltweit tätigen Full-Service Design-Agentur Winkreative gelegt.

Über The MINI International:

The MINI International erscheint seit 2001 jedes Jahr im März und September und richtet sich an MINI-Kunden weltweit. Es erscheint in acht Sprachen in einer Auflage von 420.000 Exemplaren in aktuell 85 Märkten. Das Printmagazin wird ergänzt durch eine iPad-App auf Englisch, die kostenlos über iTunes downloadbar ist. Sie featurt die zehn schönsten Geschichten aus dem Magazin, die durch kurze Filme, spielerische Module und spannende Hintergrundinformationen bereichert werden.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Unternehmenskommunikation

Martina Napoleone, Kommunikation Wirtschaft und Finanzen, Marketing
Martina.Napoleone@bmw.de
Telefon: +49 89 382-14908, Fax: +49 89 382-24418

Alexander Bilgeri, Leiter Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation
Alexander.Bilgeri@bmw.de
Telefon: +49 89 382-24544, Fax: +49 89 382-24418

Internet: www.press.bmw.de
e-mail: presse@bmw.de



Presse-Information
Datum 27. September 2012
Thema Das MINI Magazin „The MINI International“ in neuem Design
Seite 3

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 acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indices.

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>