



Presse-Information
September 2013

Very British: MINI macht Mode für Wind und Wetter. Die neue Lifestyle Kollektion mit coolen Looks für kühle Tage.

München. MINI ist weit mehr als ein Auto. Die Marke verkörpert ein Lebensgefühl, das auch fern von Straßen und Garagen begeistert. Unter dem Motto **YOU.ME.MINI.** liefert die neue MINI Lifestyle Kollektion ab September 2013 stilsichere Begleiter für jede Jahreszeit. Mehr als 50 Neuheiten setzen modische Akzente von Textilien, Accessoires über Taschen und Schuhe bis hin zu Uhren. In bester britischer Manier präsentieren sich die Highlights für den Herbst: wettertauglich und lässig zugleich.

Die Must-Haves der Saison.

Modetrends kommen und gehen, gewisse Klassiker bleiben. Einer davon ist der neue **Ladies' MINI Nylon Parka** (129 Euro). Der taillierte Kurzmantel verfügt über eine praktische Kapuze und ist dank spezieller Passform hinten länger geschnitten. Die Ärmel im „Drivers Cut“ garantieren auch beim Autofahren bequeme Bewegungsfreiheit.



Eine Jacke, zwei Looks! Die **Men's MINI Wendekappe** (129 Euro) mit trendigem Stehkragen passt sich nicht nur den Witterungsbedingungen sondern auch dem Geschmack des Trägers an. Je nach Belieben wechselt Man(n) zwischen dem blauen Äußeren und der orangen Innenseite. Innen- wie Außentaschen sorgen für Stauraum und warme Hände in der kalten Jahreszeit.

Die blaue **Men's MINI Sweat Jacket** und das weibliche Pendant, die graue **Ladies' MINI Sweat Jacket** (jeweils 79 Euro), dürfen in keinem Kleiderschrank fehlen. Die Cardigans mit Schalkragen, Knopfleiste und Außentaschen überzeugen im angesagten Preppy Look. Modische Eyecatcher sind ihre Ellenbogen-Patches mit Union Jack Muster.



MINI Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum September 2013
Thema Very British: MINI macht Mode für Wind und Wetter.
Seite 2

Die **MINI Gummistiefel** (49 Euro) im klassischen Wellington Design fühlen sich erst bei Regen so richtig wohl und garantieren auch bei Schmuddelwetter trockene Füße. Mit dem Innenfutter bekennt MINI Flagge und liefert seine moderne Interpretation des Union Jack in Orange.



An eisigen Tagen bewahrt Man(n) - oder Frau - dank der **MINI Lapeer Hat** (39 Euro) einen warmen Kopf. Die gefütterte Mütze im Trapper Look kommt mit Ohrenklappen und prägnanten Aufnähern.

Das

MINI Tuch (24,90 Euro) in Union Jack Optik ist eine modische Hommage an Großbritannien. Dank der quadratischen Größe von 110 cm x 110 cm lässt sich das Modell auf verschiedenste Arten binden, egal ob als Schal oder Bandana.



Die neue Kollektion ist im Internet unter www.MINI-shop.de und bei ausgewählten MINI Händlern erhältlich.

Druckfähiges Fotomaterial der herbstlichen Highlights findet sich im BMW Group Press Club unter www.press.bmwgroup.com.

Die MINI Lifestyle Collection

Die Marke MINI bietet ein umfangreiches Produkt-Portfolio aus dem Bereich Lifestyle-Accessoires und Bekleidung. Die Bandbreite reicht von Mode und Accessoires über Kinderprodukte, Taschen und Gepäck bis hin zu Fahrrädern. Über 200 Produkte zählen zur MINI Lifestyle Collection. An Qualität, Funktion und Design stellt MINI höchste Ansprüche.

MINI interpretiert aktuelle Trends und bringt gleichzeitig die eigene Heritage zum Ausdruck. Stilelemente wie Union Jack, Checkered Flag und Racing Stripes erinnern an die langjährige Markenhistorie und die tiefe Verbundenheit zu Großbritannien. Dem Motorsport-Mythos um John Cooper Works widmet MINI eine eigene Produktserie.

Die MINI Lifestyle Collection ist im Internet unter www.MINI-shop.de und bei ausgewählten MINI Händlern erhältlich.

MINI

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum September 2013
Thema Very British: MINI macht Mode für Wind und Wetter.
Seite 3

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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 Indizes.

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>

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dominik Junker oder Thomas Briel, MINI Lifestyle Presseservice bei Krauts PR
Telefon: +49-89-34-69 66, Fax: +49-89-34-69 22, Mail: MINI@krauts.de

Nadja Horn, BMW Group Design- und Lifestyle-Kommunikation
Telefon: +49-89- 382-57185, Fax: +49-89- 382-20626

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

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