



Presse-Information
21. Oktober 2014

Der neue MINI: Original der Gegenwart und „Klassiker der Zukunft“.

Erfolg bei der Leserwahl der Fachzeitschrift „Auto Bild Klassik“: Jüngste Generation des britischen Premium-Kleinwagens gewinnt das „Goldene Klassik-Lenkrad“ 2014.

München. Der neue MINI begeistert auf Anhieb und bietet beste Voraussetzungen für dauerhafte Faszination. Für die Leser der Fachzeitschrift „Auto Bild Klassik“ hat die jüngste Generation des Premium-Kleinwagens schon jetzt das Zeug zum Evergreen. Sie wählten den neuen MINI zum „Klassiker der Zukunft“ in der Kategorie „Kleinwagen und Kompakte“. Für diesen Erfolg wurde die Neuauflage des britischen Originals jetzt mit dem „Goldenen Klassik-Lenkrad“ ausgezeichnet.

Nur wenige Automobile verfügen über Eigenschaften, mit denen sie sich aus dem aktuellen Wettbewerbsumfeld herausheben und die zugleich schon frühzeitig ihr Klassiker-Potenzial erkennbar machen. Beim neuen MINI kommt alles zusammen: die einzigartige Tradition der Marke, der gegenwärtige Status als Original im Premium-Segment der Kleinwagen und zukunftsweisende Technologie. Auch 55 Jahre nach dem Start des classic Mini haben das für die Marke typische Prinzip der intelligenten Raumnutzung und die als Gokart-Feeling bekannten agilen Handlingeigenschaften nichts von ihrem Reiz verloren. Authentisches Design, unverwechselbarer Stil und charakteristischer Fahrspaß sind zeitlose Qualitätsmerkmale, die auch dem neuen MINI zu lang anhaltender Attraktivität verhelfen.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-23662

Internet
www.bmwgroup.com

Das „Goldene Klassik-Lenkrad“ wird in diesem Jahr bereits zum fünften Mal vergeben. Die Auszeichnung basiert auf den Ergebnissen einer Abstimmung, bei der die Leser der „Auto Bild Klassik“ aufgefordert waren, ihre Favoriten in mehreren Kategorien zu küren. Sie konnten unter anderem über die „Klassiker des

MINI

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 21. Oktober 2014

Thema Der neue MINI: Original der Gegenwart und „Klassiker der Zukunft“.

Seite 2

Jahres“, den „Fund des Jahres“ und die „Restaurierung des Jahres“ sowie die „Klassiker der Zukunft“ entscheiden. Zu den Preisträgern gehören daher nicht nur begehrte Meilensteine der Automobilgeschichte, spektakuläre Raritäten und liebevoll vor dem Verfall bewahrte Exoten, sondern auch aktuelle Modelle, deren besondere Attraktivität für künftige Autofahrer-Generationen schon jetzt offensichtlich ist.

Für den neuen MINI ist das „Goldene Klassik-Lenkrad“ innerhalb weniger Monate die zweite Auszeichnung dieser Art. Im Frühjahr konnte er bereits die Leserwahl des Magazins „Motor Klassik“ für sich entscheiden. Als Sieger der „Kleinwagen“-Wertung wurde der neue MINI auch in diesem Wettbewerb zum „Klassiker der Zukunft“ gekürt.

MINI

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 21. Oktober 2014

Thema Der neue MINI: Original der Gegenwart und „Klassiker der Zukunft“.

Seite 3

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI
Telefon: +49 89-382-23662, Fax: +49 89-382-26698
E-Mail: andreas.lampka@mini.com

Internet: www.press.bmwgroup.de

Markus Sagemann, Leiter Produkt- und Lifestylekommunikation MINI, BMW Motorrad
Telefon: +49 89-382-68796, Fax: +49 89-382-26698
E-Mail: markus.sagemann@bmw.de

Internet: www.press.bmwgroup.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagewerke in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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.

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>