

Presse-Information
28. Oktober 2016

Markant und facettenreich. Das Design des neuen MINI Countryman.

München. Der neue MINI Countryman präsentiert sich in der zweiten Generation eigenständiger und erwachsener. Der urbane Allrounder besitzt eine markante Formensprache im Exterieur und kreative Details im Innenraum, die den Premiumcharakter des neuen MINI Countryman (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 7,0 – 2,1 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 159 – 49 g/km) unterstreichen. Er ist klar als Mitglied der MINI Familie erkennbar und besitzt dennoch einen ganz eigenen Charakter. „Für uns ist der neue MINI Countryman der Abenteurer. Immer bereit für Unternehmungen – ob im urbanen Umfeld oder auf rauem Terrain“, so Christopher Weil, Leiter Exterieur Design MINI.

Die Silhouette – kraftvoll und kernig.

Seit 2010 überzeugt der MINI Countryman mit seinem einzigartigen Design. Die zweite Generation des Sports Activity Vehicles ist ebenso kompakt wie sein erfolgreicher Vorgänger und überzeugt mit authentischem Design. „Für uns war klar, dass der neue MINI Countryman ästhetisch einen Schritt weiter gehen und immer noch ein MINI bleiben muss. Vom Design ist er das kernigste und aufrechtste Fahrzeug der MINI Familie“, so Oliver Sieghart, Leiter Interieur Design MINI. Die visuellen Ankerpunkte innerhalb der Markenfamilie bilden beispielsweise das abgesetzte Helmdach, die Chromleiste auf der Brüstung oder die klare Silhouette, die klassische MINI Designmerkmale aufnimmt. Einen Schritt weiter geht der neue MINI Countryman mit den Frontscheinwerfern, die erstmals einen vollständig umlaufenden Tagfahrlichtring besitzen. So macht das homogen leuchtende Band die markante Scheinwerferkontur bei Tag und Nacht wie ein Signaturelement sichtbar.

Reduzierter und moderner ist die Formensprache des neuen MINI Countryman. Das Fahrzeug ist schärfer gezeichnet und besitzt spannungsvolle Flächen und Details. So ist das charakteristische umlaufende Black Band um die Radhäuser mit einer Kante im Blech ergänzt. Diese ist nicht zirkular gezeichnet, sondern bewusst eckiger geführt. Die Seitenwand mit ihren präzisen Flächen konturiert das Fahrzeug und erzeugt Spannung. Die Kanten über den Radhäusern fangen das Licht ein und betonen alle vier Räder. Leuchten, Grill und die charakteristischen Side Scuttles fallen markanter aus. Einen stärkeren Offroad-Charakter im Design ermöglicht das optionale ALL4 Paket. Durch die Dachreling, zusätzliche Schwarzakzente in den Stoßfängern oder den silberfarbenen Unterfahrschutz wirkt das Fahrzeug noch kraftvoller.

Presse-Information
Datum 28. Oktober 2016
Thema Markant und facettenreich. Das Design des neuen MINI Countryman.
Seite 2

Das Innenleben – puristisch und praktisch.

Der neue MINI Countryman bietet neben den klassischen Vorteilen eines SAVs – wie einer erhöhten Sitzposition, Allradantrieb oder einem geräumigen Innenraum – zahlreiche Details und ein authentisches Design. Gespanntere Flächen ermöglichen mehr Klarheit und schaffen ein grafischer gestaltetes Interieur. Horizontale Segmente machen den Cockpitbereich optisch breiter und moderner. Einen exklusiven Charakter erhält der neue MINI Countryman durch den Einsatz hochwertiger Materialien und die Möglichkeiten der Individualisierung, beispielsweise durch Chromakzente oder hinterleuchtete Dekorleisten. Die Variantenvielfalt an Kreationen ist groß – von dezent bis extravagant. „Die Marke MINI besitzt eine lange Tradition, die wir modern interpretieren und nicht nur zitieren möchten“, so Oliver Sieghart. Daher gibt es Sitze mit diagonaler Rautensteppung, die in ihrer modernen Interpretation und Farbgebung klassische Sitzbezugscharakteristiken auf eine neue Ebene bringen – kreativ und hoch ästhetisch. Ein besonderes Feature bietet die Interieuroption „MINI YOURS – British Oak illuminiert“: Durch lichtdurchlässige Bereiche der Dekorleisten entstehen effektvolle Muster. Tag- und Nachtdesign erhalten somit unterschiedliche Anmutungen und der Innenraum eine besondere Ästhetik.

Plug-in Hybrid – elektrisierend neu und elektrisch gelb.

Die Marke MINI bietet mit dem Launch des neuen MINI Countryman erstmals auch ein Plug-in-Hybrid-Modell in ihrem Portfolio an. Erkennbar im Exterieurdesign, ist diese Variante durch zahlreiche Akzente in Gelb wie dem MINI E-Logo oder der Ladeklappe neben dem Side Scuttle. Auch im Interieur finden sich Elemente, an denen der MINI Cooper S E Countryman ALL4 erkennbar ist. Hierzu zählen unter anderem Akzente am Kombi-Instrument, eine an das elektrische Fahren angepasste Instrumentierung und ein erweitertes User-Interface, das die Plug-in-Hybrid-Funktionen anschaulich verdeutlicht und wichtige Informationen zum eDrive Antrieb anzeigt. Auch der Start-Stopp-Schalter in der Mittelkonsole ist nicht mehr rot, wie bei allen anderen MINIs, sondern gelb.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen und dem Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse-Information
Datum 28. Oktober 2016
Thema Markant und facettenreich. Das Design des neuen MINI Countryman.
Seite 3

Ostfildern-Scharnhausen, und unter <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Susanne Herrmann, Pressesprecherin MINI Design und Lifestyle
Telefon: +49-89-382-24716; E-Mail: susanne.herrmann@bmwgroup.com

Cypselus von Frankenberg, Leiter BMW Group Innovations- und Designkommunikation
Telefon: +49-89-382-30641; Fax: +49-89-382-20626

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 31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,22 Mrd. €, der Umsatz auf 92,18 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte das Unternehmen weltweit 122.244 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs 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>