



# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information  
13. Dezember 2017

## Traditionsbewusst, authentisch, klar: Das neue MINI Logo.

Aktuelle Interpretation des Markenemblems verbindet Stilelemente aus der Startphase des classic Mini mit einer zukunftsorientierten, auf das Wesentliche konzentrierten Anmutung – Jüngstes Kapitel in der wechselvollen Geschichte des MINI Logos ist von März 2018 an auf der Motorhaube, am Heck, im Zentrum des Lenkrads und auf der Funkfernbedienung aller MINI Modelle sichtbar.

**München.** Das Bewusstsein für traditionelle Werte und der Sinn für zukunftsweisende Entwicklungen bilden den Kern des neuen Markenauftritts von MINI. Symbolisiert wird diese Philosophie auch im visuellen Erscheinungsbild der britischen Premium-Marke, dessen maßgebliches Element das MINI Markenlogo ist. Die aktuelle Interpretation des weltweit bekannten Logos präsentiert sich in einer gestalterisch reduzierten und auf das Wesentliche konzentrierten Anmutung. Sie ist von März 2018 an auch auf den aktuellen Modellen von MINI zu sehen.

Das neue MINI Logo greift die seit dem Relaunch der Marke im Jahre 2001 bestehende, dreidimensionale Darstellung auf und überträgt sie in eine als „Flat Design“ bezeichnete und auf die wesentlichen grafischen Elemente reduzierte Bildsprache. Dabei sorgt das Festhalten am traditionsreichen Grundmotiv eines geflügelten Rades mit dem in Großbuchstaben gedruckten Markennamen im Zentrum für einen hohen Wiedererkennungswert. Durch den bewussten Verzicht auf Schattierungen und Grautöne entsteht eine kontraststarke Schwarz-Weiß-Anmutung, die der authentischen und klaren Ausrichtung des neuen Markenauftritts entspricht und aufgrund ihrer zweidimensionalen Ausführung universell einsetzbar ist. Zur Produktkennzeichnung wird das neue Logo seinen Platz auf der Motorhaube, am Heck, im Zentrum des Lenkrads und auf der Funkfernbedienung aller MINI Modelle finden.

Mit der aktuellen Neugestaltung beginnt ein weiteres Kapitel in der wechselvollen Geschichte des MINI Markenlogos. Auffällig ist insbesondere die Ähnlichkeit mit dem Mitte der 1990er-Jahre

Firma  
Bayerische  
Motoren Werke  
Aktiengesellschaft

Postanschrift  
BMW AG  
80788 München

Telefon  
+49-89-382-50181

Internet  
[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum xx. Dezember 2017

Thema Traditionsbewusst, authentisch, klar: Das neue MINI Logo.

Seite 2

eingeführten Signet für den classic Mini. Auch damals stand der Markenname in Versalien inmitten eines mit stilisierten Flügeln versehenen Kreises.

Ihren Ursprung hat die Kombination aus Rad- und Flügel-Symbolik bereits in den Anfangsjahren des classic Mini. Als die British Motor Corporation (BMC) 1959 den Morris Mini-Minor gemeinsam mit dem baugleichen Austin Seven auf den Markt brachte, trug ersterer das Logo der Marke Morris. Es zeigte einen roten Ochsen und drei blaue Wellen, die das Symbol der Stadt Oxford waren, in einem Kreis, der rechts und links zwei stilisierte Flügel trug. Das Schwestermodell, das von 1962 den Namen Austin Mini trug, war dagegen an seinem hexagonalen Logo über dem Kühlergrill zu erkennen, das den Schriftzug und das Wappen der Marke zeigte. Darüber hinaus boten mit Wolseley und Riley zwei weitere Marken der BMC individuelle Varianten des revolutionären Kleinwagens an. Die besonders nobel gestalteten Modelle Wolseley Hornet und Riley Elf traten nicht nur mit modifiziertem Karosseriedesign und gehobener Ausstattung, sondern auch mit jeweils eigenständigen Markenlogos auf.

Erst 1969 endete die multiple Identität des classic Mini. Fortan wurde er ausschließlich im britischen Werk Longbridge produziert und die Modellbezeichnung Mini gleichzeitig zum Markennamen geadelt. Passend dazu erhielt der classic Mini ein neues Logo. Als Motiv diente nun ein klassisches Wappen, dessen abstrakte Gestaltung keinerlei Ähnlichkeit mit der ursprünglichen Symbolik aufwies. Das sogenannte Mini Shield blieb bis über Jahrzehnte hinweg in mehrfach variierten Ausführungen im Einsatz. Zahlreiche Sondermodelle des classic Mini erhielten individuell gestaltete Logos, die sich jedoch stets an der allgemein gebräuchlichen Wappenform orientierten.

Mit der Neuauflage des Mini Cooper im Jahre 1990 änderten sich die strikten Prinzipien. Stattdessen erfolgte eine Rückbesinnung auf die traditionelle Logo-Gestaltung und auf die sportlichen Meriten des classic Mini. Ein verchromtes Rad mit stilisierten Flügeln spannte den Bogen zum Logo des Morris Mini-Minor, doch statt des Ochsen und der Wellen

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum xx. Dezember 2017

Thema Traditionsbewusst, authentisch, klar: Das neue MINI Logo.

Seite 3

waren nun auf weißem Grund der rote Schriftzug „MINI COOPER“ und ein grüner Lorbeerkranz zu sehen. Mit modifiziertem Hintergrund und der Aufschrift „MINI“ hielt diese Variante 1996 auch bei den weiteren Modellen der Marke Einzug. Der helle Schriftzug setzte sich dabei vor einem grünen Hintergrund ab.

In Vorbereitung auf den Relaunch der heute zur BMW Group gehörenden Marke wurde bereits wenige Jahre später nicht nur die Identität, sondern auch das Logo des MINI neu definiert. Dabei wurde das Design des zuletzt für den classic Mini verwendeten Logos konsequent weiterentwickelt. Bei seiner Premiere im November 2000 trat der moderne MINI mit einer hochwertig und dreidimensional gestalteten Ausführung des Logos auf, bei dem der Markenschriftzug in Weiß auf schwarzem Grund erschien. Das Chromrad und die stilisierten Flügel blieben fast 15 Jahre lang unverändert und entwickelten sich zum weltweit bekannten Symbol für Fahrspaß, individuellen Stil und Premium-Qualität in einem Kleinwagen des 21. Jahrhunderts. Und auch die neue Ausführung des MINI Logos ist ein klares Bekenntnis zu der nunmehr fast 60-jährigen Tradition der britischen Marke.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen und dem Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen und unter <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> erhältlich ist. Leitfaden CO<sub>2</sub> (PDF – 2,7 MB)

# MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum xx. Dezember 2017

Thema Traditionsbewusst, authentisch, klar: Das neue MINI Logo.

Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Matthias Bode, Pressesprecher Produktkommunikation MINI  
Telefon: +49-89-382-61742, Fax: +49-89-382-28567  
E-Mail: matthias.bode@mini.com



Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI  
Telefon: +49- 89-382-23662, Fax: +49 89-382-28567  
E-Mail: andreas.lampka@mini.com



Markus Sagemann, Leiter Kommunikation MINI, BMW Motorrad  
Telefon: +49 89-382- 68796, Fax: +49 89-382-28567  
E-Mail: markus.sagemann@bmw.de

## Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad 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 2016 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,367 Millionen Automobilen und 145.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 9,67 Mrd. €, der Umsatz auf 94,16 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte das Unternehmen weltweit 124.729 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](http://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>