



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information
27. März 2018

Rückblick in die Zukunft: Der classic Mini Electric.

Auf der New York International Auto Show 2018 präsentiert MINI ein Fahrzeug der besonderen Art: Die rein elektrisch angetriebene Variante des Kleinwagens-Klassikers bietet lokal emissionsfreien Fahrspaß im Stil der britischen Traditionsmarke.

München/New York. Mit der Weltpremiere für ein außergewöhnliches Fahrzeug auf der New York International Auto Show (30. März bis 8. April 2018) demonstriert der britische Automobilhersteller MINI einmal mehr seine Vorfreude auf rein elektrischen Fahrspaß im typischen Stil der traditionsreichen Marke. Der classic Mini Electric kombiniert den historischen Look des Kleinwagen-Klassikers mit wegweisender Antriebstechnik für urbane Mobilität von morgen. Mit dem für die Marke typischen Augenzwinkern setzt MINI dabei ein klares Signal für das Bekenntnis, lokal emissionsfreie Fortbewegung zum festen Bestandteil der unverwechselbaren Fahrzeugcharakteristik zu machen.

Der classic Mini Electric ist das Ergebnis einer imaginären Zeitreise, bei der die Geschichte der Marke um ein buchstäblich hochspannendes Kapitel erweitert wird. Das Original aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wird dabei zum sympathischen Botschafter für Umweltbewusstsein und eine Form der nachhaltigen Mobilität, deren Zukunft gerade erst begonnen hat.

Wie die Elektromobilität im urbanen Umfeld schon bald um die Ausstrahlung, den individuellen Stil und den Fahrspaß eines modernen MINI bereichert wird, wurde erst vor wenigen Monaten auf der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt 2017 aufgezeigt. Dort trat das MINI Electric Concept als Vorbote für das erste in einer Großserie produzierte Modell der Marke mit rein elektrischem Antrieb auf. Bereits im Jahr 2019 – pünktlich zum 60. Geburtstag des classic Mini – wird das auf der Basis des aktuellen MINI 3-Türer entwickelte Elektrofahrzeug im MINI Werk Oxford erstmals vom Band laufen.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-61742

Internet
www.bmwgroup.com



Presse Information

Datum 27. März 2018

Thema Rückblick in die Zukunft: Der classic Mini Electric.

Seite 2

MINI übernimmt damit erneut eine Pionierrolle für nachhaltige Mobilität. Als erste Kernmarke der BMW Group wird MINI das Modellprogramm um ein rein elektrisch angetriebenes Automobil erweitern. Auch als Wegbereiter für den seit 2013 weltweit erfolgreichen BMW i3 (Stromverbrauch kombiniert: 13,6 – 13,1 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km) hatte MINI bereits eine zentrale Funktion inne. Im Jahr 2008 präsentierte die Marke den MINI E. Das in einer Kleinserie von rund 600 Exemplaren produzierte Fahrzeug basierte auf dem Vorgängermodell des aktuellen MINI 3-Türer und wurde in einem Feldversuch unter Alltagsbedingungen eingesetzt, bei dem wichtige Erkenntnisse für die Entwicklung des ersten rein elektrischen Modells der BMW Group gesammelt wurden.

Auf dem Weg in eine neue Ära der Elektromobilität hat MINI inzwischen bereits einen weiteren Schritt vollzogen. Im Plug-in-Hybrid-Modell MINI Cooper S E Countryman ALL4 (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 2,3 – 2,1 l/100 km; Stromverbrauch kombiniert: 14,0 – 13,2 kWh/100 km; CO₂-Emissionen aus Kraftstoff kombiniert: 52 – 49 g/km) sorgt die Kombination eines Verbrennungsmotors mit einem Elektroantrieb für eine Systemleistung von 165 kW/224 PS sowie für einen hybridspezifischen Allradantrieb. Der robuste Fünftürer für das Premium-Kompaktsegment wird dadurch gleich in mehrfacher Hinsicht zum Allround-Talent. Er garantiert Fahrspaß auf jedem Terrain, nutzt die Kraft seiner beiden Motoren für kraftvolle Spurts und fährt mit bis zu 125 km/h rein elektrisch. Mit diesen Qualitäten leistet der MINI Cooper S E Countryman ALL4 einen signifikanten Beitrag zum weltweit Markterfolg der elektrifizierten Fahrzeugflotte der BMW Group.

Der in New York präsentierte classic Mini Electric bleibt dagegen ein Einzelstück. Für ihn diente ein spätes und sorgsam restauriertes Exemplar des classic Mini Cooper als Grundlage. In seinem zweiten Frühling als Elektrofahrzeug trägt der rot lackierte Kleinwagen zusätzlich zu seinem silbernen Dach und den charakteristischen Motorhaubenstreifen das gelbe MINI Electric Logo im Markenemblem und auf den Radnaben. Und nicht nur optisch bleibt der elektrische

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 27. März 2018

Thema Rückblick in die Zukunft: Der classic Mini Electric.

Seite 3

Klassiker dem Charakter der Marke treu. Die spontan einsetzende Kraft seines Elektromotors sorgt für eine neue Dimension des unverwechselbaren Gokart-Feelings, das dem britischen Kleinwagen bereits in seiner ursprünglichen Form zu weltweiter Popularität verhalf.

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 Ostfildern-Scharnhausen und unter <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> erhältlich ist. Leitfaden CO₂ (PDF – 2,7 MB)

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. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2017 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2.463.500 Automobilen und über 164.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2017 belief sich auf 10,655 Mrd. €, der Umsatz auf 98,678 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte das Unternehmen weltweit 129.932 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>