



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

23. Juli 2020

Space up your life – Mach Deinen Alltag unalltäglich

**Die nationale Kampagne zum neuen MINI Countryman und zum
neuen MINI Countryman Plug-in-Hybrid***

**MINI Fans entdecken Deutschlands schönste Ecken:
#ECKENENTDECKEN**

Viele Menschen sind aktuell in ihren Reiseplänen beeinträchtigt. Ein Grund mehr für MINI Fans, Deutschlands schönste Ecken neu zu entdecken. MINI reagiert und lässt die erfolgreiche **Social Media Aktion #ECKENENTDECKEN** wieder aufleben. Eine Initiative, die dem aktuellen Zeitgeist mehr als je zuvor entspricht, da ein Großteil aller Deutschen plant, dieses Jahr ihren Urlaub im eigenen Land zu verbringen.

Die Social Media Aktion ist Teil der reichweitenstarken **nationalen Kampagne zum neuen MINI Countryman und dem MINI Countryman Plug-in-Hybrid***, den beiden größten Modellen der MINI Familie. Sie wird vom 7. Juli bis 30. September 2020 über die Kanäle Online, Social Media, Out of Home und Print gespielt. Die Kampagne integriert zusätzlich die zweite größere MINI Karosserievariante, den **MINI Clubman**. Mehr denn je sind diese drei großen und vielseitigen MINI Modelle bereit für die Herausforderungen des urbanen Alltags und verkörpern den robusten, alltagstauglichen MINI mit individueller Ausstrahlung. Der neue MINI Countryman ist zudem ein Musterbeispiel für die „Power of Choice“ Strategie, mit der die BMW Group die unterschiedlichen Anforderungen von Kunden in aller Welt berücksichtigt: Neben hocheffizienten Otto- und Dieselmotoren und dem optionalen Allradantrieb steht ein weiterentwickeltes Plug-in-Hybrid-System zur Auswahl. Dementsprechend werden die Bildmotive zum MINI Countryman Plug-in-Hybrid* mit „Stadt.Land.Strom“ betitelt. Mit dem Slogan „Space Up your Life“ werden die kreativen, offenen und außergewöhnlichen MINI Countryman Fahrer angesprochen, während das Motto „Kompakt mit Klasse“ den coolen, urbanen Alleskönner, den MINI Clubman, beschreibt. Mit dem attraktiven MINI Angebot in der Kompaktklasse bietet die britische Marke interessante Alternativen für Dienstwagennutzer, die über die Bildwelten zum MINI Clubman explizit angesprochen werden.

Ulrike von Mirbach, Leiterin MINI Marketing Deutschland, erklärt: „Insbesondere in der aktuellen Zeit möchten wir unsere MINI Fans inspirieren und lassen unsere beliebte Social Media Aktion #ECKENENTDECKEN wieder aufleben. Zusätzlich entdecken unsere MINI Influencerinnen die schönsten Ecken Deutschlands mit den passenden MINI Modellen. Unsere deutschlandweiten MINI Händler binden wir auch aktiv in die

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 13. Juli 2020

Thema Space up your Life

Seite 2

Kampagne ein, indem sie über #ECKENENTDECKEN zu Probefahrten in ihrer Region aufrufen.

MINI Deutschland greift die „Deutschlandreise“ ihrer MINI Fans auf Instagram @MINI_Deutschland und Facebook <https://www.facebook.com/MINI.Deutschland/> wieder auf und teilt sie mit der Community. Auch die MINI Handelspartner sind in die Kampagne eingebunden und ergänzen sie um lokale Inhalte.

Ein zusätzlicher Aktivierungsbaustein der Kampagne ist ein Gewinnspiel zusammen mit unseren Partnerhotels, die sich über ganz Deutschland verteilen. Alle zwei Wochen werden jeweils drei Gutscheine unserer Kooperationspartner der Beach Motels und der 25h Hotels verlost. Die Gewinner können während ihres Hotelaufenthalts die in den Hotels zur Verfügung stehenden MINI Modelle für kostenlose Probefahrten nutzen und rund um die Hotels weitere #ECKENENTDECKEN. Aus dem Pool der Gewinner gibt es dann im September noch einmal einen großen Hauptgewinn: einen MINI für einen Monat.

Der neue MINI Countryman ist bereits bei jedem MINI Partner bestellbar.

Die Umsetzung der Kampagne für MINI Deutschland erfolgt durch Serviceplan Campaign X und Mediaplus, auf Basis der internationalen Kampagne des MINI Brand Management. Verantwortlich für die Social Media Kampagne #ECKENENTDECKEN zeichnet Achtung! Kommunikation.

*Verbrauchs- / Emissionsangaben:

MINI Cooper SE Countryman ALL4: Offizieller Kraftstoffverbrauch: 2,0 – 1,7 Liter/100 km, Stromverbrauch: 14,0 – 13,1 kWh/100 km, CO₂-Emissionen: 45 – 40 g/km.

MINI Cooper S Clubman: Offizieller Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,6 – 6,4 l/100 km, Offizielle CO₂ Emissionen kombiniert: 149 – 145 g/km

MINI Cooper S Countryman: Offizieller Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,6 - 6,4 l/100 km, Offizielle CO₂ Emissionen kombiniert: 149 - 145 g/km

MINI Cooper S Countryman ALL4: Offizieller Kraftstoffverbrauch kombiniert: 6,5 - 6,2 l/100 km, Offizielle CO₂ Emissionen kombiniert: 149 - 142 g/km

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Die Angaben beziehen sich auf ein Fahrzeug in Basisausstattung in Deutschland, die Spannbreiten berücksichtigen Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße und der optionalen Sonderausstattung und können sich während der Konfiguration verändern.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 13. Juli 2020

Thema Space up your Life

Seite 3

Die Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt und zur Vergleichbarkeit auf NEFZ zurückgerechnet. Bei diesen Fahrzeugen können für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, andere als die hier angegebenen Werte gelten.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den 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 <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Micaela Sandstede, Pressesprecherin Markt Deutschland

Telefon: +49-89-382-61611, Fax: +49-89-382-28567

E-Mail: Micaela.Sandstede@bmwgroup.com

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 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 126.016 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>