

A MINI A VILÁG 87. LEGÉRTÉKESEBB MÁRKÁJÁVÁ LÉPETT ELŐ



A világmárkák piaci értékét vizsgáló Interbrand vállalatcsoport idén is összeállította a legértékesebb márkákat rangsoroló TOP 100-as listát, amelyen immáron több mint ötmilliárd amerikai dollárra becsült abszolút értékével a MINI a 87. helyen áll.

A MINI minden kétséget kizáróan az autóipar legegységesebb stílusú márkája, amelynek termékeiből, szolgáltatásaiból és átfogó szemléletéből világszerte emberek milliói merítenek ihletet a hétköznapi életben. A brit gyökerekből táplálkozó prémiumgyártó márkacsaládját emellett a termék- és szolgáltatáspalette, az innovációra való törekvés, a hamisítatlan egyéniség és a páratlan kommunikációs megoldások szüntelen újragondolása jellemzi, a MINI osztatlan népszerűsége pedig a világmárkák piaci értékét vizsgáló Interbrand vállalatcsoport legfrissebb felmérésének eredményében is visszaköszön: több mint ötmilliárd amerikai dollárra becsült abszolút értékével a brit prémiummárka a 87. helyre lépett fel a világ legértékesebb márkáit rangsoroló TOP 100-as listán.

Az elmúlt évek során a MINI kimagasló márkaérték-növekedésről tett tanúbizonyságot: miközben 2014-ben még nem tudott betörni az Interbrand TOP 100-as listájára, 2015-ben már a 98. helyen debütált, amelyet egy évvel később a 88. helyre, idén pedig a 87. helyre javított fel. A stabil márkaérték-növekedés háttérében a MINI 2015-ben bejelentett átfogó márkacsalád-változása és modellpalettájának szisztematikus újrapozicionálása áll. Az új profil középpontjába a hamisítatlan stílus, az összetéveszthetetlen egyéniség és a kézzelfogható értékrend hármassága került, amely a márkakommunikáció exkluzív megoldásaiban is tetten érhető.

„A MINI-nél valódi érdeklődést mutatunk az emberek élete, érdeklődési köre és szenvedélye iránt. Felülemelkedünk az üres frázisokon és kézzelfogható megoldásokat kínálunk. Meghallgatjuk ügyfeleinket és párbeszédbe elegyedünk a nagyvárosok fiatal, kreatív lakóival, akik céltudatos, teljes életre törekcszenek” – mondta Sebastian Mackensen, a MINI márka alelnöke.

A MINI márkatevékenységei messze túlmutatnak a négykerekű egyéniségek megtervezésén és tömegtermelésén. A brit prémiumgyártó dizájnerei és tervezőmérnökei közös asztalhoz ülnek a metropoliszok élhető jövőképen munkálkodó találékony generáció képviselőivel, hogy a márkára jellemző „kreatív helykihasználás” és „minimális alapterület” vadonatúj értelmet nyerjen. A



hétköznapi erőforrások felelős felhasználásának egyre nagyobb jelentősége és az egyre szűkülő nagyvárosi terek kontrasztja forradalmi megoldások létrejöttét eredményezi: a MINI 2017 elején rántotta le a leplet a „MINI LIVING – Breathe (Lélegezz!)” installációról, amelyet a New York-i székhelyű SO-IL dizájnscapat kreatív építészeivel karöltve készített el. Az erőforrás-tudatos együttélés úttörő elképzeléseként megálmodott, minimális alapterületen felépített megoldás alapjaiban kérdőjelezi meg a metropoliszok hétköznapi élettereinek hagyományos szerkezeti koncepcióját, miközben bemutatja, hogy a kreatív építészet miként küzdheti le az egyre zsugorodó nagyvárosi területek és az egyre szűkösebb erőforrások egető problémáit.

Termékpalettáján keresztül a MINI ráadásul már közel egy évtizede elkötelezte magát az erőforrások felelős felhasználása mellett: az elektromos mobilitás korszakának eljövételét sürgető MINI E projektet 2008-ban indította útjára a brit prémiumgyártó, aki az elektromos hajtásláncok közúti tesztelésével felhalmozott szakmai tapasztalatok kiaknázásával 2017-ben első plug-in hibrid hajtáslánccal felszerelt négykerekűjét is bemutatta. A MINI Cooper S E Countryman ALL4 modellt 2019-ben a MINI történetének első tisztán elektromos meghajtású gépkocsija követi, amelyet a 2017-es Frankfurti Nemzetközi Autószalonon a jövőbe mutató MINI Electric tanulmányautó harangozott be. Mint ilyen, a brit prémiumgyártó széleskörű portfóliója hamarosan innovatív plug-in hibrid és tisztán elektromos meghajtású modellekkel bővül.

A MINI márkaérték-növekedésével párhuzamosan a gyártó termékpalettája iránt mutatókozó ügyfél-érdeklődés is kiegyensúlyozott fejlődést produkál: a 2017 első nyolc hónapjában világszerte eladott 230 925 darab új autó 3,1 százalékkal haladja meg az egy évvel korábbi eredményt. A portfólió két legnépszerűbb modellje a MINI Countryman és a MINI Cabrio, amelyek iránt 12,9 százalékkal, illetve 20,3 százalékkal nagyobb érdeklődés mutatkozik, mint egy évvel ezelőtt.

2017-ben az Interbrand immáron tizennyolcadik alkalommal állította össze a világ legértékesebb márkáit rangsoroló TOP 100-as listát, amelyet évről évre frissít. A vállalatcsoport folyamatosan vizsgálja, hogy mi minden határozza meg a világ vezető márkáinak sikerességét, az értékelés szempontjai között pedig az egyes vállalatok termékeihez és szolgáltatásaihoz kapcsolódó gazdasági növekedés, az ügyfélkörök visszajelzései és az adott márka globális szerepvállalása is szerepel.

**



További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 14 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2016-ban a BMW Group hozzávetőlegesen 2,367 millió autót és közel 145 000 motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat mintegy 94,16 milliárd eurós összbevételével a 2016-os pénzügyi évben mintegy 9,67 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2016. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 124 729 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

www.bmw.hu

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>