



Klasszikus modelljeivel és legfrissebb újdonságaival is felvonult a hétvégén rendezett háromnapos Hungaroring Classic mintegy 45 000 nézője előtt az idén hatvanéves születésnapját ünneplő brit prémiummárka, a MINI.

A 2017-ben hatalmas sikerrel debütáló, a klasszikus autók kivételes seregszemléjének és versenyének otthont adó Hungaroring Classic-ot idén is megrendezték az autók szerelmeseinek legnagyobb örömére. Az idén a hatvanas évek jegyében zajló háromnapos autós ünnepre 45 000 látogató érkezett, akik számtalan verseny és további izgalmas programok – divatbemutatók, zenei showk, autós szépségversenyek – közül válogathattak és megtekinthettek közel 800 regisztrált klasszikus klubautót.

A Hungaroring Classic-ra a BMW Group Magyarország és a Mini Club Hungary exkluzív márkatörténeti kiállítással készült: az idén 60 éves fennállását ünneplő márka diadalútját 25 kiállított autón keresztül ismerhették meg az érdeklődők, akik további 60 Mini tulajdonos féltve őrzött klasszikusát is megcsodálhatták. A több mint 60 darab klasszikus Mini elsősorban magyar, osztrák, cseh, szlovák és szerb tulajdonosok autói voltak, de még Franciaországból is érkezett rajongó, akik a Hungaroring Classic szombat esti programjaként a Mini Parádé keretében tiszteletkört tettek a magyar Formula 1-es versenypálya aszfaltcsíkján. Az eseményen szintén kiállították az idei bristoli Nemzetközi MINI Találkozó (IMM) dizájn-nyertes autóját, melyet a Mini Club Hungary elnöke, Fülöp Attila tervezett.

A hétvégén a brit prémium márka nemcsak a múltba tekintett vissza: a Hungaroring Classic-on mutatta be Magyarországon a MINI a valaha volt legerősebb közútra engedett modelljét, a 306 lóerő maximális teljesítményre képes, négyhengeres turbómotorral szerelt új MINI John Cooper Works Clubmant. A rendkívül erős motorhoz a brit prémiumgyártó új, nyolcfokozatú Steptronic sport automataváltót kapcsolt, amelyhez már az alapfelszereltség részeként első tengelybe épített mechanikus differenciálzár, ALL4 intelligens összkerekhajtás, típus-specifikus futómű-hangolás, valamint megerősített karosszériaváz-merevítések, motorrögzítési pontok és kerékelfüggesztések társulnak.

A vezetési élmény kivételes dimenzióját nyújtó autó mellett a BMW Group Magyarország több friss modellel is képviseltette magát a Hungaroring Classic-on: a sajtó képviselői és a márka iránt érdeklődők a háromajtós MINI és a MINI John Cooper Works Cabrio-t is kipróbálhatták.



„A MINI márka hatvanadik születésnapját nem ünnepelhettük volna méltóbb környezetben, mint a Hugaroring Classic esemény keretein belül. A Mini Club Hungary-vel közösen együttműködve egy igazi klubhétvégét szerveztünk Mogyoródon, ahol nemcsak a brit márka rajongói, de a MINI iránt érdeklődők is nagy élményben részesültek. A csodálatos klasszikus különlegességek megtekintése mellett, a legújabb MINI JCW modelleket is kipróbálhatták a látogatók, így úgy érezzük, hogy a márkánk által képviselt értékek, valódi benzingőzös, vidám, laza hangulatban jelentek meg az esemény alkalmával” – mondta el Németh Balázs, a BMW Group Magyarország MINI márkavezetője.

**

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 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2018-ban a BMW Group több mint 2 490 000 darab gépkocsit és több mint 165 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 97,480 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2018-as pénzügyi évben 9,815 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2018. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 134 682 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>

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

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