



A VisitUS és a MINI kezdeményezéseként elindult a Dunakanyar Gasztrokaland program, amely a brit márka játékos, élményközpontú szemléletét ötvözi a régió kiemelkedő gasztronómiai kínálatával. A kampány központi eleme egy, a Dunakanyar prémium vendéglátóhelyeinek szentelt gasztrotérkép, amely aktív felfedezésre ösztönzi az érdeklődőket.

Az áprilistól szeptemberig tartó Dunakanyar Gasztrokaland program célja, hogy a térség gasztronómiai kínálatát egy közös élményplatformon tegye az eddigeknél is vonzóbbá. A VisitUS szakmai vezetésével, a MINI támogatásával megvalósuló kezdeményezés egyik legfontosabb eleme az ötezer példányban megjelenő, stilizált gasztrotérkép, amelyen 24 kiváló értékelésű vendéglátóhelyre hívja fel a figyelmet. A térképen szereplő vendéglátóhelyek között nemzetközi minősítéssel vagy ajánlással rendelkező egységek is megtalálhatók, így a kezdeményezés egyszerre szól a minőségi élményeket kereső látogatóknak és a szakmai közönségnek.

A program piaci alapú együttműködésre épül: a térség szereplői közösen formálják a Dunakanyar turisztikai kínálatát, miközben a kampány különböző célcsoportokat szólít meg a családoktól a fiatalokon át egészen a gasztronómiai szakma képviselőiig. A résztvevő éttermek és vendéglátóhelyek a MINI-vel közösen élményalapú aktivitásokkal várják a látogatókat, amelyek közül kiemelkedik a pecsétgyűjtő játék. Azok, akik legalább három különböző helyszínen MINI pecsétet gyűjtenek, exkluzív MINI ajándékokban részesülhetnek a partnereknél.

„Budapestről egy órán belül elérhető egy fantasztikus világ: hangulatos helyek, különleges történetek, minőségi éttermek. A Dunakanyar Gasztrokaland térképe pedig nemcsak helyeket mutat meg, hanem ötleteket ad, hogy spontán is beüljünk az autóba, és élményeket gyűjtsünk. Egy jó ebéd, egy különleges vacsora, egy kávé egy szép helyen – ezekből az apró döntésekből születnek az emlékezetes pillanatok. És ebben az autózás élménye is benne van” – hangsúlyozta Németh Balázs, a MINI márkavezetője. Az eseményen, ki is lehetett próbálni az elektromos MINI Cooper SE, JCW E és Countryman SE ALL4, valamint a benzines Cooper S 5-ajtós modelleket.

A MINI márkát forgalmazó BMW Group Magyarország számára kiemelten fontos a hazai kulturális élet támogatása: a márka közel egy évtizede aktív szereplője a magyar kulturális színtérnek, számos együttműködéssel és kezdeményezéssel erősítve jelenlétét.

Fotó: Milotai Richárd - VisitUS



**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs vezető
Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:
<https://www.press.bmwgroup.com/hungary>

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. A BMW Group világszerte több mint 30 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2025-ben a BMW Group 2,46 millió darab gépkocsit és több mint 202 500 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 133,5 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2025-ös pénzügyi évben 10,2 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2025. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 154 540 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalatcsoport stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, amely mindegyik termékét meghatározza – a beszállítói hálózattól kezdve, a sorozatgyártás fázisain keresztül, egészen az életciklusokat követő újrahasznosításig.

www.bmwgroup.com

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

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

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

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

X: <http://www.x.com/bmwgroup>