

# TRADITIEBEWUST, AUTHENTIEK, DUIDELIJK: HET NIEUWE MINI LOGO.



Het huidige merkembleem combineert stijlelementen van de beginjaren van de klassieke Mini met een toekomstgerichte designvorm gericht op de essentie. Het nieuwe logo zal zijn intrede doen op alle MINI modellen vanaf maart 2018: op de motorkap en de achterzijde, op het hart van het stuurwiel en op de afstandsbediening.

**Rijswijk.** De kern van de nieuwe MINI merkidentiteit wordt gevormd door traditionele waarden in combinatie met een toekomstgericht karakter. Deze filosofie komt ook tot uiting in de visuele uitstraling van het Britse premiummerk, waarbij het MINI merklogo het middelpunt vormt. De nieuwste versie van het wereldwijd bekende logo kenmerkt zich door een gereduceerd design met essentiële kenmerken. Het nieuwe logo zal zijn intrede doen op alle MINI modellen vanaf maart 2018.

Het nieuwe MINI logo borduurt voort op de driedimensionale stijl die sinds de herlancering van het merk in 2001 wordt toegepast, maar nu met een zogenaamd 'flat design', gericht op belangrijke grafische elementen. Net als voorheen beschikt het logo over het bekende, traditierijke gevleugelde wiel met in het midden de merknaam in hoofdletters. Zodoende is het logo onmiddellijk herkenbaar.

Het tweedimensionale karakter zorgt er ook voor dat het overal kan worden aangebracht. Het nieuwe logo wordt als productlabel aangebracht op alle MINI modellen – op de motorkap en de achterzijde, op het middelste gedeelte van het stuurwiel en op de afstandsbediening.

Dit vernieuwde ontwerp vormt een nieuw hoofdstuk in de rijke geschiedenis van het MINI merklogo. Het logo vertoont veel overeenkomsten met de variant die halverwege de jaren negentig werd geïntroduceerd voor de klassieke Mini. Daarin werd de merknaam ook in hoofdletters weergegeven midden in een cirkel met gestileerde vleugels.

## **De rijke geschiedenis van het MINI logo**

De combinatie van wiel- en vleugelvormen werd al gebruikt in de beginjaren van de klassieke Mini. Toen de British Motor Corporation (BMC) de Morris Mini-Minor samen met de qua constructie identieke Austin Seven in 1959 op de markt bracht, beschikte de eerstgenoemde variant over van het logo van het merk Morris. Dat was voorzien van een rode os en drie blauwe golven – het symbool van de stad Oxford – dat in een cirkel met twee gestileerde vleugels aan de linker- en rechterzijde werd weergegeven. Het zustermodel – dat vanaf 1962 de naam Austin Mini droeg – was voorzien van een hexagonaal logo boven de grille, waarin de merknaam en het merkembleem waren verwerkt.

Er werden nog twee afgeleiden van de revolutionaire kleine auto op de markt gebracht onder twee andere BMC merknamen – Wolseley en Riley. De Wolseley Hornet en de Riley Elf hadden een gedistingeerd design, met een gewijzigde carrosserie en een exclusieve aankleding en tevens eigen merklogo's.

Pas in 1969 werd besloten om de klassieke Mini niet langer onder verschillende merknamen te verkopen: vanaf dat moment werd hij uitsluitend gebouwd in de Longbridge-fabriek in Groot-

Brittannië en tegelijkertijd werd hij alleen nog maar verkocht met de modelaanduiding Mini. Om deze stap te illustreren, kreeg de klassieke Mini een nieuw logo: het betrof een klassiek logo met een abstract design dat niets meer van doen had met de oorspronkelijke logo's. Het 'Mini-schild' bleef decennialang in gebruik, waarbij het design meerdere malen werd aangepast. Zo beschikten tal van speciale uitvoeringen van de klassieke Mini over individueel vormgegeven logo's, die echter allemaal waren gebaseerd op de universele logovorm.

Bij de nieuwe editie van de Mini Cooper die in 1990 op de markt verscheen, kwam hierin verandering: dit model beschikte over een traditioneler logodesign dat nadrukkelijk verwees naar de sportieve kwaliteiten van de klassieke Mini. Een verchroomd wiel met gestileerde vleugels verwees naar het Morris Mini-Minor logo, maar in plaats van de os en de golven stond de aanduiding 'MINI COOPER' in rode letters, omringd door een lauwerkrans. De achtergrond was in het vervolg wit. In 1996 kregen ook de andere uitvoeringen dit logo met een gemodificeerde achtergrond en de merknaam 'MINI' – waarbij de licht gekleurde letters fraai contrasteerden met de groene achtergrond.

Slechts enkele jaren later werd tijdens de voorbereidingen voor de herlancering van het merk – nadat het door BMW Group was ingelijfd – besloten om niet alleen de MINI identiteit opnieuw te definiëren, maar ook het logo nieuw vorm te geven. Het logodesign dat het laatst werd gebruikt voor de klassieke Mini is daarbij als basis gebruikt en op consequente wijze gemoderniseerd. Bij zijn première in november 2000 had de moderne MINI een hoogwaardig driedimensionaal logo, met een witte merkaanduiding tegen een zwarte achtergrond.

Het chromen wiel en de gestileerde vleugels bleven bijna vijftien jaar onveranderd en het logo werd een wereldwijd bekend symbool dat voor rijplezier, individuele stijl en premiumkwaliteit staat, in een compacte auto voor de 21<sup>e</sup> eeuw. Het nieuwe MINI logo verwijst eveneens naar de rijke geschiedenis van het Britse merk, dat inmiddels bijna 60 jaar bestaat.

Noot voor de redactie

#### **Informatie:**

BMW Group Nederland, Corporate Communications

Tamara Villani

Tel: (070) 413 31 08 Fax: (070) 413 32 68

[tamara.villani@mini.nl](mailto:tamara.villani@mini.nl) / [www.press.bmwgroup.nl](http://www.press.bmwgroup.nl)

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg MINI Nederland op Facebook, Twitter en YouTube



#### **De BMW Group.**

De BMW Group.

De BMW Group is met de merken BMW, MINI en Rolls-Royce wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium

financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van 31 productie- en assemblagevestigingen in veertien landen. Het wereldwijde verkoop- en distributienetwerk spreidt zich uit over meer dan 140 landen. In 2016 verkocht de BMW Group wereldwijd ongeveer 2,367 miljoen auto's en 145.000 motorfietsen. De winst voor belastingen was € 9,67 miljard en de omzet € 94,16 miljard. Op 31 december 2016 bood de onderneming wereldwijd werk aan 124.729 medewerkers. Het succes van de BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Nederland>

Twitter: [https://twitter.com/BMWGroup\\_NL](https://twitter.com/BMWGroup_NL)

YouTube: [www.youtube.com/user/BMWnederland](http://www.youtube.com/user/BMWnederland)

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