

Rede von Ian Robertson, MINI Pressekonferenz in Beijing auf der Auto China 2010.

MINI Pressekonferenz Auto China 2010.

Nihao und willkommen bei MINI!

Es ist großartig, wieder hier in Peking zu sein.

Der besondere Reiz dieser Stadt liegt darin, dass sie gleichzeitig traditionell und ultramodern ist – sie verändert und entwickelt sich ständig. Genau wie MINI!

Wir konnten letztes Jahr schon MINIs fünfzigsten Geburtstag feiern. Die Marke erscheint heute dennoch jünger und attraktiver als je zuvor. MINI ist nicht die Miniaturausgabe eines großen Automobils. MINI ist und bleibt das Original – mit seiner frechen Art, der einzigartigen Tradition und Millionen von Fans weltweit. Und es gibt gute Nachrichten für MINI-Fans: Die MINI Familie wächst weiter. In Kürze werden drei komplett neue Modelle auf den Markt kommen. Aber bevor wir uns diesem Thema zuwenden, möchte ich Ihnen einen kurzen Überblick über die Geschäftsentwicklung bei MINI geben – weltweit und besonders hier in China.

2010 verspricht ein großartiges Jahr für MINI zu werden! Was den weltweiten Absatz betrifft, haben wir bis zum Ende des ersten Quartals bereits etwa 50,000 MINIs verkauft. Ein besonders guter Monat war der März, in dem etwa die Hälfte dieses Absatzes erzielt wurde.

Auch in China steigt die Zahl der MINI Fans.

Der März war auch in China besonders vielversprechend: Im Vergleich zum Vorjahresmonat stieg der Absatz um 95 Prozent. Wir haben hier in China bereits im ersten Quartal 2010 so viele Fahrzeuge ausgeliefert wie im gesamten ersten Halbjahr 2009. Das entspricht einer Steigerung von 150 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Wir erwarten, dass MINI in diesem Markt auch in Zukunft weiterhin stark wachsen wird.

Der chinesische Markt wird immer wichtiger für MINI. Und wir sind fest entschlossen, unsere Aktivitäten im Sinne wachsender Kundenzufriedenheit weiter auszubauen.

Ende letzten Jahres hatte das MINI-Händlernetz in China bereits 35 Verkaufsstellen. Und weitere werden dazukommen, damit wir unseren MINI Kunden den bestmöglichen Service bieten können.

Bereits 2010 werden wir zwei eigenständige MINI 4S Handelsbetriebe in Peking und Shanghai eröffnen. Dazu kommen noch etwa zehn neue Outlets.

Wir wollen auch der wachsenden Zahl von MINI Fans in China Aktivitäten mit Spaßfaktor bieten, denn um Spaß geht es ja bei MINI. Vor einem Monat haben wir daher „The MINI Chinese Job“ ins Leben gerufen. Name und Art der Eventserie sind angelehnt an den bekannten Film „The Italian Job“. Im ganzen Land wird es in den nächsten vier Monaten Autorennen für MINI Fans geben. Das Finale findet dann im Sommer statt. Und das Gewinnerteam darf ein Jahr lang Chinas ersten John Cooper Works MINI fahren.

Neben dem Fahrspass ist MINI auch ganz vorne, was Sparsamkeit und niedrige Emissionen angeht. Und mit seinen überschaubaren Proportionen ist MINI zweifellos das perfekte Stadtauto. Laut Prognosen wird es 2025 in China bereits acht Megacities geben. Langfristig ist es das Ziel der BMW Group, das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Vor allem in solchen Städten wird dies besonders bedeutsam sein.

Einige von Ihnen mögen bereits von unserem MINI E mit reinem Elektroantrieb gehört haben, der hier am Stand zu sehen ist. Zurzeit laufen Feldversuche mit einer Flotte von mehr als 600 dieser Automobile in den USA, Deutschland und Großbritannien. Das ist derzeit das weltweit größte Pilotprojekt mit Elektrofahrzeugen im Alltagseinsatz. Wie wir gestern angekündigt haben, werden wir dieses MINI E Projekt im Laufe des Jahres auch nach China bringen. Weitere Details dazu erfahren Sie später.

Die Marke MINI ist einfach spannend und immer einen Schritt voraus. Sie hat großes Potenzial, neue Wege zu gehen und sich weiterzuentwickeln, um sich neuen Kundenwünschen anzupassen. Als Vorgeschmack auf die Zukunft bei MINI haben wir Ihnen dieses Konzeptfahrzeug mitgebracht: das MINI Coupé. Es ist heute zum ersten Mal in China zu sehen.

Wir hätten Ihnen gerne noch ein weiteres Konzeptfahrzeug gezeigt: das MINI Roadster Konzept. Leider haben die Einschränkungen im Flugverkehr in Europa wegen des Vulkanausbruchs in Island es unmöglich gemacht das Auto hier auf die Messe zu bringen.

Wie wir bereits angekündigt haben, werden diese beiden Modelle in Serienproduktion gehen. Und ich freue mich, Ihnen heute mitzuteilen, dass eines der Modelle schon 2011 auf den Markt kommen wird. MINI soll auch weiterhin spannend bleiben – für Sie als unsere Kunden!

Im Laufe der nächsten Jahre wird es drei neue Modelle geben. Damit wird die MINI Familie auf insgesamt sechs Mitglieder anwachsen. Die neuen Modelle zeigen, dass die MINI Familie kontinuierlich wächst und sich weiterentwickelt. Und heute habe ich die Ehre, Ihnen als Asien-Premiere das vierte Mitglied vorzustellen – den MINI Countryman!

Wie sie gleich sehen werden, ist der MINI Countryman ein Auto, das es so in der Geschichte von MINI noch nie gegeben hat. Als Crossover verbindet er das klassische MINI Konzept mit den Charakteristika eines Sports Activity Vehicle – in einem MINI, der weit über die Grenzen der urbanen Lebenswelt hinaus einsetzbar ist.

Hier ist der MINI Countryman!

Der MINI Countryman ist unser Angebot für Kunden, die ein bisschen mehr MINI möchten. Er ist der erste MINI mit Vierradantrieb, vier Türen, vier Einzelsitzen und etwa vier Metern Länge. Und er entspricht genau dem MINI Motto: MINI von außen, maxi von innen.

Der Countryman bietet mehr Platz und größere Flexibilität sowie den typischen MINI Spaßfaktor. Viel Platz gibt es nicht nur für die Passagiere. Auch der Gepäckraum ist sehr großzügig bemessen. Bei umgelegten Rücksitzen ergibt sich eine Gesamtfläche von mehr als 1.000 Litern. Und dank der weit öffnenden Heckklappe ist es ganz einfach, sperrige Dinge einzuladen. Die leicht erhöhte Sitzposition des MINI Countryman erleichtert das Ein- und Aussteigen und gibt dem Fahrer einen besseren Überblick im Straßenverkehr.

Ein einzigartiges Detail in diesem Fahrzeug ist der innovative Centre Rail. Diese Aluminiumschiene verläuft von vorne nach hinten durch den Innenraum und bietet reichlich Ablageplatz für verschiedenste Dinge. Außerdem enthält der Centre Rail integrierte Strom- und USB-Anschlüsse für Smartphones wie das iPhone und andere Geräte.

Die gute Nachricht ist: Wir werden den MINI Countryman im ersten Quartal des Jahres 2011 auf den chinesischen Markt bringen, als Cooper und Cooper S. Ich habe bereits erwähnt, dass der Countryman der erste MINI mit Allradantrieb ist. Hier in China können Kunden für den MINI Cooper S das permanente Allradantriebssystem MINI ALL4 als Sonderausstattung wählen.

Und weil er ein richtiger MINI ist, ist der Countryman besonders kraftstoffsparend und emissionsarm. Was Umweltverträglichkeit betrifft, ist er führend in seiner Klasse.

Der MINI Countryman vereint alle Eigenschaften, die Kunden wollen. Er spricht jede Altersgruppe an und ist sowohl für Singles als auch für Paare und Familien bestens geeignet. Aber vor allem betont er den Charakter der Marke MINI: absolut einzigartig, absolut progressiv, absolut MINI.

Für weitere Informationen:

BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Herr Beda Durrer
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 91
Fax 058 269 14 91
E-Mail beda.durrer@bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Dielsdorf, 23. April 2010

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren drei Marken BMW, MINI und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 24 Produktionsstätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2009 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,29 Millionen Automobilen und über 87.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich 2009 auf 413 Mio. Euro, der Umsatz auf 50,68 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 96.000 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. Entsprechend ist die BMW Group seit fünf Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.