

**Zwei exklusive Marken auf neuen Wegen.
BMW i kooperiert mit der Kosmetiklinie
Susanne Kaufmann.**

Technik und Umwelt, Fortschritt,
Nachhaltigkeit und Komfort: Mit einer
ungewöhnlichen Partnerschaft zeigen BMW i
und die Kosmetiklinie Susanne Kaufmann,
dass diese Welten zusammengehören.

Technik und Umwelt, Fortschritt, Nachhaltigkeit und Komfort: Mit einer ungewöhnlichen Partnerschaft zeigen BMW i und die Kosmetiklinie Susanne Kaufmann, dass diese Welten zusammengehören. Die Submarke von BMW und die exklusive Naturkosmetik-Marke setzen beide Zeichen bei der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft, die geprägt ist von Umweltverträglichkeit, individueller Freiheit und Luxus. Diese Kooperation trägt Früchte. Für BMW i entwickelte die Beauty-Pionierin Susanne Kaufmann das Hand-Tonic „Purif-i“ – aus natürlichen Wirkstoffen, überall und jederzeit einsetzbar.

„Diese innovative Komposition wurde für die BMW i Generation kreiert, die immer auf der Suche ist nach Produkten, die zu ihrem Leben passen. Umweltverträglichkeit ist dabei ein grosses Thema“, sagt Uwe Dreher, verantwortlich für die Markenkommunikation von BMW i. „Purif-i“ desinfiziert die Hände mit pflanzlichem Alkohol, flüssige Seidenproteine pflegen die Haut und schützen sie vor dem Austrocknen. Dabei kommt das Hand-Tonic ohne Wasser oder Seife aus.

„Purif-i“ präsentiert sich im Oktober und November 2011 in New York, Berlin und Hong Kong. In New York wurde für das Event im Rahmen der Marketeinführung von BMW i das BMW Guggenheim Lab zur Verfügung gestellt. Geleitet von Jane Larkworthy (Beauty Editor des Magazins W) diskutierten Experten das Thema „Neue Wege“ im Umgang mit Nachhaltigkeit. In Berlin werden die „Neuen Wege“ von der künstlerischen

Seite betrachtet. Das Künstler-Duo Tiefschwarz wird „Purif-i“ in eine „Sound Cloud“ hüllen.

Susanne Kaufmann hat ihre Wurzeln im österreichischen Bezau. Das Familienhotel „Post“ verwandelte sie in ein Vier-Sterne-Haus mit Wellness-Angeboten für ein internationales Publikum. „Wir wollten uns von anderen Wellness-Hotels abheben. So entstand die Idee zur eigenen Kosmetik mit Kräutern aus dem Bregenzerwald“, erklärt Susanne Kaufmann ihr Konzept. Von der Natur in die Grossstadt kam sie im Herbst 2011, als sie im Zentrum Berlins das „Susanne Kaufmann Spa Berlin“ eröffnete.

Das Hand-Tonic ist zum Preis von 14 Euro (75ml) ab sofort im Handel erhältlich oder online zu bestellen unter www.susannekaufmann.com

Für weitere Informationen:

BMW (Schweiz) AG
Corporate Communications
Axel Schmidt
Industriestrasse 20
8157 Dielsdorf
Tel. 058 269 10 92
Fax 058 269 15 13
E-Mail Axel.AS.Schmidt@partner.bmw.ch
www.press.bmwgroup.com

Dielsdorf, 13. Oktober 2011

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 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2010 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 1,46 Millionen Automobilen und über 110.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden

Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 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 sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.