

## **Mehr Raum für Stil: Das MINI Clubvan Concept.**

Kompakter Lifestyle-Transporter für Business und Freizeit. Erstes Fahrzeugkonzept seiner Art im Premium-Segment. Weltpremiere auf dem Internationalen Automobilsalon 2012 in Genf.

**Dielsdorf.** Unverwechselbarer Stil kann verblüffend praktisch sein – und Funktionalität erstaunlich attraktiv. Das MINI Clubvan Concept verbindet scheinbar unvereinbare Eigenschaften und stellt damit die Weichen für ein innovatives, im Premium-Kleinwagen-Segment bislang einzigartiges Fahrzeugkonzept. Die auf Basis des MINI Clubman entwickelte Studie, die auf dem Internationalen Automobilsalon 2012 in Genf ihre Weltpremiere absolviert, kombiniert MINI-typischen Fahrspass mit erweiterten Transportkapazitäten. Damit wird MINI-Feeling auf neue Lebensbereiche übertragen und die charakteristische Ausstrahlung der Marke für zusätzliche Zielgruppen attraktiv.

Vom MINI Clubman unterscheidet sich das Konzeptfahrzeug vor allem durch seine geschlossene Ladefläche hinter den Sitzplätzen für Fahrer und Beifahrer sowie durch die blickdicht versiegelten hinteren Seitenfenster. Das MINI Clubvan Concept nutzt seine erweiterten Fähigkeiten, um sowohl im Business- als auch im Freizeitbereich neue Einsatzmöglichkeiten zu erschliessen. Wo Kundenkreis, Produktangebot und räumliches Umfeld einer geschäftlichen Tätigkeit besondere Anforderungen an den Mobilitätsstil stellen, bietet sich der Einsatz eines Premium-Fahrzeugs beim Ausliefern von Waren in idealer Weise an. Im Fuhrpark eines Modedesigners, Kunstgaleristen oder Event-Caterers wäre ein Fahrzeug im Stil des MINI Clubvan Concept folglich bestens aufgehoben – ebenso wie als Allround-Fahrzeug eines Fotografen, der werktags eine umfangreiche Kamera-, Stativ- und Lichttechnik-Ausrüstung, am Wochenende dagegen lieber gross dimensionierte Sport- und Freizeitutensilien transportieren möchte.

Die Steigerung der Funktionalität in Kombination mit gezielter Lifestyle-Orientierung gelingt dem MINI Clubvan Concept mit grosser Selbstverständlichkeit. Sie beruht auf der hohen Wandlungsfähigkeit des MINI, die in der Tradition der Marke fest verankert ist. Schon 1960, nur ein Jahr nach dem Start des classic Mini, wurde der Wunsch nach einem möglichst hohen Ladevolumen laut – und prompt erfüllt. Der Morris Mini Van brachte mit einem um zehn Zentimeter längeren Radstand, einem geschlossenen Laderaum und einer zweiflügeligen Hecktür ideale Voraussetzungen für den professionellen Einsatz mit. Er bildete zudem die

Firma  
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen  
der BMW Group

Anschrift  
Industriestrasse 20  
Postfach  
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale  
+41 58 269-1111

Fax  
+41 58 269-1511

Internet  
[www.bmw.ch](http://www.bmw.ch)  
[www.mini.ch](http://www.mini.ch)  
[www.bmw-motorrad.ch](http://www.bmw-motorrad.ch)

Unternehmens-ID  
CHE-105.974.654 HR  
CHE-116.284.140 MWST

Presse-Information

Datum 19. Februar 2012

Thema Mehr Raum für Stil: Das MINI Clubvan Concept

Seite 2

Basis für den rundum verglasten, mit vier Sitzplätzen ausgestatteten Morris Mini-Traveller, der zu einem Vorläufer des heute so erfolgreichen MINI Clubman wurde. Mit dem MINI Clubvan Concept lässt sich gut 50 Jahre später die Modellgeschichte – wenn auch in abgewandelter Reihenfolge – authentisch wiederholen.

**Zwei Sitzplätze, fünf Türen, unendliche Einsatzmöglichkeiten.**

Die Beschränkung auf zwei Sitzplätze schafft die für die tägliche Nutzung erforderlichen Kapazitäten und darüber hinaus ganz neue Freiheiten bei der Individualisierung. Das MINI Clubvan Concept verfügt über einen Laderaum, der das schon beim classic Mini gültige Prinzip des maximalen Innenraumangebots auf minimaler Grundfläche neu und besonders konsequent interpretiert. Er reicht von der zweiflügeligen Hecktür bis direkt an das unmittelbar hinter den beiden Sitzplätzen angeordnete Trenngitter. Der vollständig ebene Boden nutzt die gesamte Tiefe des Innenraums aus. So werden bei der Bemessung des Stauvolumens sogar die Maximalwerte des MINI Clubman noch übertroffen.

Sechs im Boden eingelassene Fixierösen bieten die Möglichkeit, Transportgüter unterschiedlicher Länge, Höhe und Breite mit Hilfe von Spanngurten gegen Verrutschen zu sichern. Ausserdem sorgt das fest mit der Karosserie verankerte Trenngitter dafür, dass im Laderaum untergebrachte Gegenstände auch bei besonders intensiven Bremsmanövern nicht zu den Insassen vordringen können. Das Trennelement besteht im unteren Bereich aus massivem Aluminium und im oberen Bereich aus einem silberfarbenen Edelstahl-Gitter mit Wabenmuster. Die Seitenwände und der Boden des Laderaums sind mit hochwertigem, anthrazitfarbenen Textilmaterial verkleidet. Der Dachhimmel ist über die gesamte Innenraumlänge hinweg in Anthrazit gehalten. Die einheitliche Farbgestaltung betont den puristischen, auf Funktionalität konzentrierten Charakter des MINI Clubvan Concept.

Ebenso wie der MINI Clubman ist auch das MINI Clubvan Concept ein Fünftürer der besonderen Art. Zwei Türen für Fahrer und Beifahrer, zwei seitlich angeschlagene Türen am Heck und die sich gegenläufig öffnende Clubdoor auf der rechten Fahrzeugseite ermöglichen einen bequemen Zugang zum Innenraum. Dank der Clubdoor können kleinere Gegenstände auch von der Seite aus ein- beziehungsweise ausgeladen werden.

Das grosszügige Raumangebot kann zudem auf unterschiedlichste Weise genutzt werden. Vor allem für die gewerbliche Nutzung bietet sich ein individueller Ausbau des Laderaums an, der das sichere und übersichtliche Verstauen von Werkzeug und Waren in massgeschneiderten Schubfächern oder Regalen ermöglicht. 12-Volt-Steckdosen im hinteren Bereich des Laderaums sorgen für zusätzliche Funktionalität.

**Exterieur-Design: Gezielt reduzierter Einblick, individueller Look.**

Umfassende Funktionalität und der typische Stil der Marke verleihen dem MINI Clubvan Concept seinen unverwechselbaren Charakter. Mit den Aussenmassen des MINI Clubman und den gezielt erweiterten Staukapazitäten präsentiert sich die Studie als weltweit erstes Premium-Angebot im Segment der Transport- und Lieferfahrzeuge auf Kleinwagen-Basis. In seinem äusseren Erscheinungsbild ist das Konzeptfahrzeug auf den ersten Blick als MINI und damit als Premium-Automobil zu erkennen. Die funktionsbedingten Modifikationen im Design bleiben ohne Einfluss auf die Proportionen und die MINI typische Formensprache. Für die Nutzer ergibt sich daraus die Möglichkeit, die Erfordernisse des gewerblichen Einsatzes mit dem Bewusstsein für individuellen Stil zu verbinden.

Das MINI Clubvan Concept verfügt über eine Aussenlackierung im Farbton British Racing Green. Auch das Dach sowie die C-Säulen und die Aussenspiegelkappen des Fahrzeugs sind einheitlich in diesem Farbton gehalten. Die hinteren Seitenfenster des MINI Clubvan Concept sind in der für Transportfahrzeuge üblichen Art blickdicht versiegelt. Polycarbonatscheiben, die an der Aussenseite in Wagenfarbe lackiert sind, und die stark getönten Scheiben der Hecktüren erschweren den Einblick in den Laderaum.

Die durchgängig lackierten Fahrzeugflanken bieten umfassenden Raum für eine Individualisierung, die beim MINI Clubvan Concept auf attraktive Weise genutzt wird. Die versiegelten Seitenfenster tragen das Firmenlogo eines Schildergestalters aus dem MINI Heimatland Grossbritannien. Durch die von Hand aufgebrachten Grafikelemente bekommt das Fahrzeug einen individuellen Look – so transportiert der besonders vielseitig begabte MINI nicht nur die Waren, sondern auch die Werbebotschaft des Unternehmens auf unvergleichlich stilvolle Weise.

Presse-Information

Datum 19. Februar 2012  
Thema Mehr Raum für Stil: Das MINI Clubvan Concept  
Seite 4

Beim in Genf gezeigten MINI Clubvan Concept fällt diese Form der Individualisierung gleich in zweierlei Hinsicht authentisch aus. Die britische Firma, die der Konzeptstudie buchstäblich ihren Stempel aufgedrückt hat, fertigt ähnliche Fahrzeugbeschriftungen auch für ihre Kunden an. Am Beispiel des MINI Clubvan Concept zeigt sie nun, wie das bei einem Transportfahrzeug der Marke MINI aussehen könnte.

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

BMW Group Switzerland  
Oliver Peter, Leiter Corporate Communications  
Email: [oliver.peter@bmw.ch](mailto:oliver.peter@bmw.ch)  
Tel.: +41 58 269 10 91  
Fax: +41 58 269 14 91  
Media-Website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles 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.

2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2010 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.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)  
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>  
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>  
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>