

Presse-Information

1. März 2012

MINI Designikonen.

In der Formensprache haben sich im Laufe der Jahre zahlreiche Designikonen herausgebildet, die primär auf die Marke einzahlen, aber auch typisch für das jeweilige Modell sein können. In ihrer Gesamtheit gelten alle Ikonen als identitätsbildend für Marke und Modell.

Dielsdorf. Das Gesicht.

Geprägt von den ellipsenförmigen, direkt in die Motorhaube eingelassenen Scheinwerfern der Front, ist das Gesicht des MINI unverwechselbar. Auch die moderne Ausführung des Hexagon-Kühlergrills trägt zum markanten Erscheinungsbild bei. Ergänzt wird das Gesicht durch den Beauty Spot, einen kreisförmigen Nebelscheinwerfer.

Die Keilform.

Durch die ansteigende Schulterlinie und die sich nach vorne öffnende Fenstergrafik ergibt sich die für MINI typische, dynamische Keilform.

Das aufgesetzte Dach.

Das Greenhouse, also der verglaste Teil der Fahrgastzelle, ist wie ein umlaufendes Band gestaltet. Die A-, B- und C-Säule sind in die Glasflächen integriert und in hochglänzendem Schwarz gehalten. Durch den Farbkontrast von Greenhouse und Dachfarbe entsteht der Eindruck eines schwebenden, aufgesetzten Dachs.

Der Side Scuttle.

Der Side Scuttle greift die schräge Linie der Blechnaht der Seitenwände beim classic Mini auf und ist damit ein Designmerkmal der ersten Stunde.

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
www.mini.ch
www.bmw-motorrad.ch

Unternehmens-ID
CHE-105.974.654 HR
CHE-116.284.140 MWST

Der verchromte Türgriff.

Als Ikone gilt auch der verchromte Türgriff, der stetig weiterentwickelt wird. Gleich einem guten Händedruck vermittelt er den ersten haptischen Eindruck des MINI.

Die aufrecht stehenden Heckleuchten.

Eine weitere Reminiszenz an den classic Mini sind die unverkennbaren, aufrecht stehenden Heckleuchten. Sie sind in einen edlen Chromrahmen eingefasst, der auf die Karosserie auf-

Presse-Information

Datum 1. März 2012
Thema MINI Designikonen.
Seite 2

gesetzt ist und nicht unmittelbar an Funktionsfugen anschliesst.

Stance on the Wheels.

Das typische Gokart-Fahrgefühl entsteht durch die an den äussersten Ecken des Fahrzeugs sitzenden Räder, die auch optisch an ein Gokart erinnern. Für die nötige Bodenhaftung sorgt der kaskadierende, nach unten an Masse gewinnende Fahrzeugkörper.

Circular Elements.

Auch der Fahrzeuginnenraum erinnert in seiner Authentizität an den classic Mini. Typisch für MINI ist die klare Struktur sämtlicher Bedienelemente. Auffällige Akzente setzen elliptische Formen, die die Sprache der Circular Elements auch im Innenraum widerspiegeln.

Toggle Switches.

Bedienelemente wie die Toggle Switches, die charakteristischen Kippschalter, setzen im Center Stack oder auch im Dachhimmel zusätzliche Akzente.

Jewellery Icons.

Zahlreiche Chromakzente und hochwertig verarbeitete Details werden schmuckhaft in das Fahrzeugdesign integriert.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

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

Presse-Information

Datum 1. März 2012
Thema MINI Designikonen.
Seite 3

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 Wert schöpfungskette, 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
Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>