

Presse Information

24. Juni 2015

Das Design des neuen MINI Clubman – stilvolles (Under)Statement.

München. Im Jahr 2007 schrieb MINI ein neues Kapitel der Markengeschichte und erweiterte die Produktfamilie um ein innovatives wie eigenständiges Fahrzeugkonzept: den MINI Clubman. Die MINI Interpretation eines „Shooting Brake“, eines Sportwagens, der die Anmutung eines Coupés mit einem Steilheck verbindet und dadurch mehr Funktionalität bietet, begeisterte von Beginn an.

2015 setzt MINI die Erfolgsgeschichte des Clubman fort und überträgt sie buchstäblich in neue Dimensionen. Souverän, elegant und merklich gereift präsentiert sich die dritte Generation innen wie außen deutlich gewachsen und eröffnet damit für MINI eine neue Fahrzeugklasse. „In einem Segment, das seinen Fokus vor allem auf Funktion und Nutzen richtet, bietet der neue MINI Clubman eine bisher nicht gekannte Ästhetik voll souveräner Eleganz. Clevere Ideen, emotionales Design und ein hochwertiger Farb- und Materialmix machen ihn zu einem in dieser Fahrzeugklasse bis dato einzigartigen Gesamterlebnis“, erklärt Anders Warming, Leiter MINI Design. Auch in der neuen Klasse, dem Premium-Kompaktsegment, ist er bewusst der „kleinste Große“ und bietet – getreu der Maxime des Classic Mini – maximalen Innenraum auf minimaler Verkehrsfläche.

Das Exterieurdesign – grown-up and cool.

Knapp 32 cm länger und ca. 12 cm breiter als sein Vorgänger, gibt der neue MINI Clubman den Anforderungen einer jungen, urbanen Mobilität viel Raum. Reduziert auf das Wesentliche zeigt die Seitenansicht seine Qualitäten auf den ersten Blick. Klassische MINI Designmerkmale wie die weit außen stehenden Räder, die kurzen Überhänge und die angedeutete Keilform in der Seite deuten das dynamische Fahrerlebnis bereits im Stand an. Die gewohnt kompakten Proportionen versprechen echtes Go-Kart-Feeling. Gleichzeitig verweisen die lang gestreckte Dachlinie und die vier vollwertigen Seitentüren auf den gewachsenen Innenraum und die gesteigerte Funktionalität. Die großzügige Flächenmodellierung vermittelt souveräne Eleganz. Spannungsvolle

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-23662

Internet
www.bmwgroup.com

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information
Datum 24. Juni 2015
Thema Das Design des neuen MINI Clubman – stilvolles (Under)Statement.
Seite 2

Flächenverläufe strecken die Seite, während feine Konturen im Blech elegante Akzente setzen oder zusätzliche Dynamik verleihen.

Zwei runde Scheinwerfer mit LED-Tagfahrlichtring und ein großer hexagonaler Kühlergrill zeichnen die charakteristische MINI Frontpartie. Diese klassischen Designikonen sind wie Schmuckstücke hochwertig in Chrom gefasst und verleihen der Front eine exklusive Note. Weitere stilprägende Details wie der Side Scuttle mit Blinkerelement wurden ebenfalls neu gestaltet. Nach wie vor horizontal ausgerichtet entspringt die Blinkereinheit nun nicht mehr der Side Scuttle Fuge, sondern steht für sich allein.

In der Heckansicht präsentiert sich der neue MINI Clubman breit und sportlich. Der stufenweise, nach unten breiter werdende Fahrzeugkörper verleiht dem Fahrzeug in der Heckansicht einen sehr stabilen Stand und eine muskulöse Radorientierung. Die erstmals horizontal angeordneten Heckleuchten unterstreichen dies weiter.

Die beiden charakteristischen Splitdoors im Heck machen den MINI Clubman zum 6-Türer. Gerade in engen Parklücken bieten sie je nach Bedarf eine kleinere oder größere Ladeöffnung, ohne eine ausladende Heckklappe öffnen zu müssen. Der typische umlaufende Rahmen der Türen wird nun über eine Kante im Blech dargestellt und umfasst das gesamte Heck wie eine dezente Klammer.

Das Interieurdesign – classy but funky.

Neben dem Exterieur wächst auch der Innenraum des neuen MINI Clubman zu neuer Größe. Das Interieur macht die neuen Dimensionen mit großzügiger Geste, klaren Flächen und einer erwachseneren Raumwirkung erlebbar. Der neue MINI Clubman zeigt hier ein neues Niveau von Exklusivität und Stil.

Prägendes Element im Interieur des MINI Clubman ist die breite Instrumententafel. Sie greift die großzügigen Flächenverläufe aus dem Exterieur auf und überträgt sie in den Innenraum. Eingefasst von der

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 24. Juni 2015

Thema Das Design des neuen MINI Clubman – stilvolles (Under)Statement.

Seite 3

Neuinterpretation der MINI typischen Ellipse – einer „Bracket“ genannten umlaufenden Akzentfläche – scheint der obere Teil der Instrumententafel zu schweben. Diese markant geformte, umfassende Bewegung ist das zentrale Gestaltungsthema im Innenraum des neuen MINI Clubman und setzt sich in Türgestaltung und Mittelkonsole fort.

Analog zum neuen MINI 3- und 5-Türer sitzt das Kombiinstrument beim neuen MINI Clubman auf der Lenksäule. Das runde Zentralinstrument beinhaltet jetzt vor allem Entertainment- und Navigationsfunktionen sowie weiteren Infotainment-Angebote.

Für beste Alltagstauglichkeit bietet der neue MINI Clubman eine Vielzahl von Ablagevolumen. Clevere Lösungen, eine vielfach verstellbare Rücksitzbank und eine bei Bedarf ebene Ladefläche sorgen für segmenttypische Funktionalität. Hier fällt außerdem die betonte Einzelsitzcharakteristik des Fünfsitzers ins Auge, die den sportlichen und erwachsenen Charakter im hinteren Bereich des Fahrzeugs fortsetzt.

Unter dem Motto „Hide & Reveal“ spielt der neue MINI Clubman mit dem Kontrast zwischen zurückhaltender Eleganz und kreativer Extrovertiertheit. Der klar und exklusiv wirkende Innenraum eröffnet auf den zweiten Blick spannende, versteckte Details wie beispielsweise das exklusiv entwickelte Tartanmuster, das sich auf verschiedenen Materialitäten in den zahlreichen Ablageflächen und Verstaumöglichkeiten, wie z. B. Cupholdern, Handschuhkasten und Türtaschen wiederfindet.

Das Farb- und Materialdesign – quality in very detail.

Das Farb- und Materialkonzept des neuen MINI Clubman transportiert das Selbstverständnis von MINI in eine neue Fahrzeugklasse. Mit Stil, Detailliebe und einem hohen Maß an Individualisierungsmöglichkeiten setzt es Akzente, die dort so bisher noch nicht zu sehen waren. Außen ist der neue MINI Clubman zum Marktstart in 12 Farbvarianten erhältlich, die ausdrucksstarken Farben „Melting Silver Metallic“ und „Pure Burgundy Metallic“ feiern dabei Weltpremiere. Im Innenraum rücken

Presse Information
Datum 24. Juni 2015
Thema Das Design des neuen MINI Clubman – stilvolles (Under)Statement.
Seite 4

Farben und Materialien vor allem die neue Formensprache durch farblich verschieden abgesetzte Varianten der Brackets in den Vordergrund.

Ein besonderes Highlight sind die hinterleuchteten Dekorflächen des „MINI Yours Interior Styles“ in den Vordertüren: mit einem teils transluzenten Muster versehen, das in Richtung Fond hin ausläuft, werden sie effektiv von versteckten Lichtquellen mehrfarbig hinterleuchtet. Das Zusammenspiel der unterschiedlichen Dekorflächen, der optionalen, mehrfarbigen Hinterleuchtung und der Ambientebeleuchtung sorgt mit unterschiedlichen Tag- und Nachtdesigns für eine einzigartige Atmosphäre im Innenraum.

Zur größtmöglichen Personalisierung kann zudem zwischen neun Sitzbezügen gewählt werden. Darunter befindet sich auch die neue Variante „Leder Chester“ im neuen, exklusiven Farbton Indigo Blue. Die Gestaltung der neuen Sitzgeneration zitiert mit ihrer diagonalen Steppung das klassische Chesterfieldsofa. Das Sportsitzdesign nimmt damit Bezug auf die britische Herkunft des MINI und überträgt das typische Rautenmuster in einer modernen Interpretation in den automobilen Kontext.

Hochwertige Fashion Accessoires inspiriert vom neuen MINI Clubman.

Anlässlich der Einführung des neuen MINI Clubman hat MINI die „MINI Gentleman's Collection“ entworfen – in Zusammenarbeit mit jungen, italienischen Talenten. Entstanden sind sechs hochwertige Accessoires, die italienische Handwerkskunst mit kreativen und innovativen Details verbinden, inspiriert vom neuen MINI Clubman. Die Capsule Collection umfasst einen Hut, eine Sonnenbrille, ein Paar Schuhe, eine Tasche, einen Duft sowie ein Shaving Kit. Charakteristische Design-Elemente, Materialien, Farben und Details des MINI Clubman standen Pate für subtile Verbindungen zwischen dem Design der Accessoires und dem neuen Mitglied der MINI Familie.

Weitere Informationen sowie Bildmaterial der MINI Gentlemans Collection gibt es unter: www.press.bmwgroup.de

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 24. Juni 2015

Thema Das Design des neuen MINI Clubman – stilvolles (Under)Statement.

Seite 5

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen und dem Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“ entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen und unter <http://www.dat.de/angebote/verlagsprodukte/leitfaden-kraftstoffverbrauch.html> erhältlich ist. Leitfaden CO₂ (PDF – 2,7 MB)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Nadja Horn, MINI Design- und Lifestyle-Kommunikation
Telefon: +49-89-382-57185, Fax: +49-89-382-20626

Cypselus von Frankenberg, Leiter BMW Group Innovations- und Designkommunikation
Telefon: +49-89-382-30641, Fax: +49-89 382-28567

E-Mail: presse@bmw.de
Internet: www.press.bmwgroup.de

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

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