



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

November 2021

Die MINI Zukunftsstrategie: Nachhaltigkeit, Vielfalt, Innovation, Profitabilität und Optimismus.



Elektrifizierte MINI Modelle machen bereits mehr als 15 Prozent des Gesamtabsatzes aus. MINI wird zu Beginn der 2030er-Jahre eine vollelektrische Marke. Verstärktes Engagement im Crossover- und im Premium-Kompaktsegment sowie auf dem Automobilmarkt in China. Künftige MINI Modelle werden in Grossbritannien, und ab 2023 auch in Deutschland und China produziert.

P90441650

München. Eine konsequente Ausrichtung auf Elektrifizierung und Digitalisierung, die Erschliessung zusätzlicher Zielgruppen und Märkte sowie die weitere Stärkung der Marke im Rahmen von Community-Aktivitäten und gesellschaftlichem Engagement für Vielfalt und Toleranz bilden den Kern der Zukunftsstrategie von MINI. Als weltweit in mittlerweile 109 Ländern aktiver Anbieter von Premium-Automobilen im Kleinwagen- und Kompaktsegment setzt die britische Marke mit einer gezielten Erweiterung ihres Produktangebots, Technologie-Innovationen und neuen Fertigungsstandorten ihre bisherige Erfolgsgeschichte mit dem Ziel fort, Popularität und Profitabilität auch in den kommenden zehn Jahren deutlich zu steigern.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-38072

Internet
www.bmwgroup.com

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum November 2021

Thema Die MINI Zukunftsstrategie: Nachhaltigkeit, Vielfalt, Innovation, Profitabilität und Optimismus.

Seite 2

Die Fähigkeit, Bestehendes neu zu denken, ist fest in der Tradition der Marke verankert. In der Zukunftsstrategie von MINI werden daher zahlreiche Chancen definiert, die sich aus der aktuellen Transformation der Automobilbranche ergeben. Sie bieten Anlass zu Selbstbewusstsein und Optimismus hinsichtlich der weiteren Entwicklung der Marke. Per September 2021 konnte MINI den weltweiten Fahrzeugabsatz um 7,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigern. Besonders bemerkenswert ist die wachsende Begeisterung für Elektromobilität. Der Anteil der elektrifizierten Modelle am Gesamtabsatz von MINI liegt inzwischen bei mehr als 15 Prozent.

MINI verfolgt mit einer konsequenten Reduzierung der CO₂-Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette die strategischen Nachhaltigkeitsziele der BMW Group. Innovative Materialien und ein verstärkter Einsatz von Sekundärrohstoffen tragen zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzt MINI für intuitive Bediensysteme und neuartige Formen der Individualisierung. Die Marke ermöglicht ihren Kunden die nahtlose Integration des Fahrzeugs in den digitalen Lifestyle und setzt Maßstäbe auf dem Gebiet der Sharing Mobility. Darüber hinaus wird die MINI App zu einer digitalen Plattform für die weltweite MINI Community weiterentwickelt.

Bereits im Jahr 2023 präsentiert MINI das erste Modell einer neuen Generation von rein elektrisch angetriebenen Fahrzeugen. Das zukünftige Kern-Portfolio der rein elektrisch angetriebenen Fahrzeuge wird den MINI 3-Türer sowie jeweils ein Crossover-Modell im Kleinwagen- und im Premium-Kompaktsegment umfassen.

Ausserdem beschäftigt sich MINI mit Konzepten für John Cooper Works Modelle mit elektrifiziertem Antrieb. Mit herkömmlichem Verbrennungsmotor-Antrieb stehen parallel dazu die Kleinwagen-Modelle von MINI und ein Crossover-Modell des Premium-Kompaktsegments zur Auswahl.

Presse Information

Datum November 2021

Thema Die MINI Zukunftsstrategie: Nachhaltigkeit, Vielfalt, Innovation, Profitabilität und Optimismus.

Seite 3

Ein weiterer Baustein in der Strategie für profitables Wachstum ist das verstärkte Engagement von MINI im Premium-Kompaktsegment. Neben dem Nachfolger des aktuellen MINI Countryman befindet sich ein neues Fahrzeugkonzept in der Entwicklung, das die Wünsche vieler Kunden nach zusätzlichem Raumkomfort und gesteigerter Variabilität berücksichtigt.

Um an der positiven Entwicklung des weltweit grössten und auch weiterhin dynamisch wachsenden Automobilmarktes in China teilhaben und dort eine deutlich höhere Anzahl an Fahrzeugen absetzen zu können, wird sich MINI schon bald vom Status einer Import-Marke zu einem lokal produzierenden Automobilanbieter wandeln. Von 2023 an werden die neuen, für reine E-Mobilität entwickelten Modelle des Kleinwagensegments in einem neu errichteten Automobilwerk im Osten Chinas produziert. Mit den dort gefertigten Fahrzeugen wird MINI sowohl in China als auch auf den übrigen globalen Märkten die steigende Nachfrage nach lokal emissionsfreiem Fahrspass abdecken.

Ebenfalls im Jahr 2023 beginnt die Produktion der Nachfolgeneration des aktuellen MINI Countryman im BMW Group Werk Leipzig. Der künftige MINI Countryman wird damit zum ersten MINI Made in Germany. Alle weiteren MINI Modelle werden im MINI Werk Oxford produziert. Der traditionsreiche Standort bleibt damit das Herzstück der Produktion ebenso wie Grossbritannien die Heimat der Marke MINI sein wird.



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information
Datum November 2021
Thema Die MINI Zukunftsstrategie: Nachhaltigkeit, Vielfalt, Innovation, Profitabilität und Optimismus.
Seite 4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Sven Grützmacher, Direktor Corporate Communications
Telefon: +41-58-269-1091
E-Mail: sven.gruetzmacher@bmw.ch

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com
www.press.bmwgroup.com/deutschland

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>
YouTube: <https://www.youtube.com/MINI>
Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>
Instagram: <https://www.instagram.com/mini.news>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>