



'The MINI Story' im BMW Museum - Neue Wechselausstellung ab 27. November 2014

"The MINI Story" im BMW Museum - Neue Wechselausstellung ab 27. November 2014
Ab 27. November 2014 steht MINI, die urbane Kulturmärke der BMW Group, im Fokus der Wechselausstellung "The MINI Story". Bis 31. Januar 2016 können Besucher erstmals über 30 Originalfahrzeuge, Kleinexponate und Accessoires aus 55 Jahren MINI Geschichte im BMW Museum erleben. Zahlreiche Fotos, Filme und Zeichnungen sowie Hintergrundinformationen vermitteln in 20 Themenbereichen die Historie der Traditionsmarke. Am 28. November 2014 lädt das BMW Museum anlässlich der neuen Wechselausstellung zu einer großen Opening-Party.
"Ein MINI wirkt inspirierend und verbindet. Er setzt sich über Grenzen hinweg und sieht dabei unerschämmt gut aus. Die Bindung zwischen einem MINI und seiner Fahrerin oder seinem Fahrer ist vor allem eine emotionale. Die groß angelegte Ausstellung im BMW Museum und der begleitende Katalog bringen die reiche Tradition von MINI von den Anfängen 1959 bis heute auf faszinierende Weise näher. Ich freue mich auf viele Besucher und MINI Fans, die unsere Begeisterung teilen", erklärt Peter Schwarzenbauer, Mitglied des Vorstands der BMW AG u.a. verantwortlich für MINI, anlässlich der Ausstellungseröffnung.
"Nachdem zuletzt Rolls-Royce Motor Cars zu Gast war, präsentieren wir unseren Besuchern mit dieser besonderen MINI Ausstellung eine weitere Traditionsmarke der BMW Group. Dabei vereinen wir die unterschiedlichsten Facetten von MINI in einem jungen, dynamischen und innovativen Umfeld", so Gabriele Fink, Leiterin des BMW Museums.
Individuelle Modellvielfalt und innovatives Design
Kleines Fahrzeug - große Geschichte: Die Sonderausstellung beleuchtet die Entwicklung der Automobilmarke MINI: Ein informativer und erlebnisreicher Parcours führt den Besucher von den anfänglich raumsparenden Modellklassikern wie Morris Mini Minor oder dem Mini Traveller zum typisch modernen Design des 2001 gebauten ersten neuen MINI. Neben den ausgestellten Baureihen zeigen Konzeptfahrzeuge und kreative Sonderanfertigungen - vom Campingmobil bis zur Stretch-Limousine mit Whirlpool - die erstaunliche Modellvielfalt und individuelle Ausprägung der für das innovative Design weltweit geschätzten Marke auf.
Von Accessoires bis Zeitgeist
Die große Tradition und das britische Lebensgefühl sind nicht nur in der Popkultur der Sechziger - man denke an die Beatles - präsent. Spätestens seit der TV-Serie Mr. Bean in den 90er Jahren hat der MINI weltweit eine große Fangemeinde. In zwanzig Themenbereichen gibt das BMW Museum diesem kulturhistorischen Kontext eine eigene Plattform. Besucher, die sich für den jeweiligen Zeitgeist interessieren, finden dort seltene Accessoires, Film- und Fotoaufnahmen sowie Werbemittel und Designzeichnungen. Ein Ausblick auf die interaktive Lebensfreude der Gegenwart sowie innovative Vernetzungsideen bilden den Abschluss der Ausstellung "The MINI Story", die sich als Zeitreise durch ein halbes Jahrhundert MINI Historie versteht.
Eröffnungsveranstaltung für alle MINI Fans
Am 28. November 2014 lädt das BMW Museum alle Fans der Marke zum großen Opening-Event ein. Besucher können ab 20:00 Uhr einen ersten Blick in die Ausstellung werfen und mit Gleichgesinnten bei Cocktails und Co. bis in die Morgenstunden feiern. Für die richtige Stimmung sorgt die Band The Rifles. Der Eintritt beträgt 5,00 Euro inkl. Begrüßungscocktail.
BMW Group
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (0)89 382 - 0
Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com
URL: <http://www.bmwgroup.de>

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus ? technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.