




## Auf dem Siegerpodest etabliert: MINI Countryman beim "Off Road Award 2014 erneut erfolgreich.

Auf dem Siegerpodest etabliert: MINI Countryman beim "Off Road Award" 2014 erneut erfolgreich. Er bietet mehr Innenraum als jeder MINI vor ihm und außerdem mit optionalem Allradantrieb ALL4 neue Möglichkeiten, markentypischen Fahrspaß zu erleben. Der MINI Countryman hat sich in seinem Segment zu einer festen Größe entwickelt und gehört auch bei den Fans allradgetriebener Automobile zum engsten Favoritenkreis. Sein hervorragendes Abschneiden beim "Off Road Award" 2014 macht dies einmal mehr deutlich. Wie schon im vorigen Jahr wählten die Leser der Fachzeitschrift "Off Road" das kompakte Allround-Talent von MINI auf Rang zwei in der Kategorie "Subkompakt-SUV". Der "Off Road Award" wird bereits seit 1982 alljährlich vergeben. Bei der aktuellen Leserumfrage standen 127 aktuelle Modelle in 13 Wertungsklassen zur Auswahl. Dass der MINI Countryman dabei seinen Erfolg aus dem Vorjahr wiederholen konnte, unterstreicht die anhaltend hohe Popularität, die er nicht nur in Deutschland genießt. Weltweit wurden 2012 und 2013 jeweils mehr als 100 000 Einheiten des ersten MINI mit vier Türen, einer großen Heckklappe und optionalem Allradantrieb verkauft. Die Vielfalt seiner Qualitäten spiegelt sich zudem in einer großen Bandbreite von Auszeichnungen wider. So erhielt der MINI Countryman beispielsweise bereits kurz nach dem Verkaufsstart den "Good Design Award". Vor wenigen Monaten wurde er zudem zum "Wertmeister 2014" gekürt. In der von der Fachzeitschrift "Auto Bild" veröffentlichten Rangliste der wertbeständigsten Modelle auf dem deutschen Automobilmarkt übernahm der MINI Cooper S Countryman den Spitzenplatz in seinem Segment. Ein neues Kapitel der Erfolgsgeschichte beginnt im Juli 2014 mit der Markteinführung des neuen MINI Countryman (Kraftstoffverbrauch kombiniert: 7,1 - 4,2 l/100 km, CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 165 - 111 g/km). Detaillierte Verfeinerungen im Exterieur- und Interieurdesign, optimierte Verbrauchs- und Emissionswerte und eine Leistungssteigerung für den MINI Cooper S Countryman schärfen das Profil des kompakten Allrounders. Das Modellangebot umfasst drei Ottomotor- und drei Dieseldieselsvarianten, es reicht vom MINI One D Countryman mit 66 kW/90 PS bis zum MINI Cooper S Countryman mit nunmehr 140 kW/190 PS. Darüber hinaus ist der extrem sportliche MINI John Cooper Works Countryman (160 kW/218 PS) erhältlich, bei dem der Allradantrieb zur Serienausstattung gehört. Optional ist das System ALL4 für den MINI Cooper S Countryman, den MINI Cooper Countryman, den MINI Cooper SD Countryman und den MINI Cooper D Countryman verfügbar. Mit dem MINI Countryman hat der britische Premium-Automobilhersteller sein Angebot erfolgreich auf ein weiteres Marktsegment ausgedehnt und dabei zusätzliche Zielgruppen erobert. Unterstützt wird dieser Vorstoß seit dem vorigen Jahr durch den MINI Paceman, das erste Sports Activity Coupé in der Premium-Kompaktklasse. Auch bei diesem Modell kann ALL4 optional mit vier Motoren kombiniert werden. Der Topsporler MINI John Cooper Works Paceman verteilt seine Kraft serienmäßig auf alle vier Räder. Beim System ALL4 handelt es sich um einen speziell für MINI entwickelten Allradantrieb, der mit Hilfe eines elektromagnetisch arbeitenden Mitteldifferenzials nicht nur die Traktion und die Fahrstabilität bei schwierigen Witterungs- oder Fahrbahnbedingungen, sondern auch die Agilität bei dynamischer Kurvenfahrt fördert. Die ALL4 Regelungselektronik ist direkt in das Steuergerät der Fahrstabilitätsregelung DSC (Dynamische Stabilitäts Control) integriert. Bei der Verteilung des Antriebsmoments zwischen den Vorder- und den Hinterrädern kann das System dadurch besonders schnell, präzise und variabel reagieren. In normalen Fahrsituationen werden bis zu 50 Prozent des Antriebsmoments an die Hinterachse geleitet, in Extremsituationen, zum Beispiel auf Eis oder Schnee, können es bis zu 100 Prozent sein. Die bedarfsgerechte Anpassung erfolgt innerhalb weniger Millisekunden, sodass jederzeit optimaler Fahrbahnkontakt für maximalen Fahrspaß gewährleistet ist. Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen und dem Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem "Leitfaden über Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub> (PDF ? 2,7 MB) BMW Group Petuelring 130 80788 München Deutschland Telefon: +49 (0)89 382 - 0 Mail: [bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com) URL: <http://www.bmwgroup.de> 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto:bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com)

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

[bmwgroup.de](http://bmwgroup.de)  
[bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com](mailto: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.