Forever young: Der classic Mini gratuliert dem Porsche 911 zum 50. Geburtstag.

Forever young: Der classic Mini gratuliert dem Porsche 911 zum 50. Geburtstag.

Im September 2013 feiert mit dem Porsche 911 der deutsche Sportwagen schlechthin seinen 50. Geburtstag. Zu den zahlreichen Gratulanten zählt auch MINI - nicht zuletzt deshalb, weil mit dem classic Mini ein ähnliches, nicht erwachsen werden wollendes Gesamtkunstwerk zur Modellgeschichte gehört.
Auch wenn sich auf den ersten Blick (Anordnung der Motoren - beim Mini in der Front, beim Elfer im Heck) scheinbar gewaltige Unterschiede auftürmen, gibt es neben dem Kultstatus eine Reihe weiterer Berührungspunkte, die MINI allemal herzliche Grußworte wert sind.
Zur gemeinsamen Geschichte zählt, dass beide Modelle mit rasender Geschwindigkeit bekannt wurden. Der Mini als Newcomer, dessen Absatzzahlen blitzschnell nach oben gingen - und dem 911er wurde als Nachfolger des Porsche 356 das Tempo ohnehin in die Wiege gelegt.
Nur wenige Fahrzeugkonzepte haben ähnlich lange Zeitspannen überdauert und sind trotz aller vorgenommenen Änderungen unverwechselbar geblieben.
Gratulationen zu runden Geburtstagen beginnen meist mit den Anfängen. Obwohl Mini und Porsche 911 ohnehin unvergleichlich sind, gibt es ein paar auffällige Gemeinsamkeiten. Zum Beispiel die holprige Namensfindung. Der 911 wurde 1963 zunächst als Porsche 901 vorgestellt. Die Null in der Mitte dreizahliger automobiler Typenbezeichnungen war aber von Peugeot geschützt. Die Folge: Erst ein Jahr später kam der legendäre Sportwagen dann als Porsche 911 auf den Markt. Dass ausgerechnet die Nummer 1 eingefügt wurde, war wohl kein Zufall. Zumindest in seiner Klasse ist es der Porsche bis heute geblieben. Inzwischen in der siebten Generation angekommen, wurde der "Elfer" deutlich über 800.000 Mal verkauft - ein Spitzenwert in diesem Segment.
Der Mini hingegen kam quasi als Zwilling auf die Welt. Am 26. August 1959 enthüllte die British Motor Corporation (BMC) das Ergebnis ihrer Entwicklungsarbeit für einen revolutionären neuen Kleinwagen. Dem Publikum präsentierten sich zwei Modelle: der Morris Mini-Minor und der Austin Seven. Welcher Name sich durchgesetzt hat, ist bekannt. Und um die Absatzzahlen zu vergleichen: Im Jahr 2000, als die Produktion des classic Mini endete, standen für das meistverkaufte britische Automobil 5.3 Millionen Einheiten zu Buche.
Aber was wären Erfolgstypen ohne ihre Väter? Weder Sir Alec Issigonis noch Ferdinand Alexander Porsche ahnten, dass sie mit ihren Entwürfen unsterbliche Ikonen der Neuzeit schufen. Allenfalls Propheten konnten voraussehen, dass Ferdinand Alexander Porsche den erfolgreichsten Sportwagen aller Zeiten und Alec Issigonis den "einzigen coolen Kleinwagen der Welt" erdachten.
Und noch ein paar Gemeinsamkeiten: Stillstand ist tabu. Denn Weiterentwicklung ist ein Muss, um über Jahrzehnte oben mitzufahren. Sich zeitgemäßer und zugleich faszinierender als jeder Wettbewerber zu präsentieren, ist Anspruch beider Fahrzeuge. Nicht jede Modifikation stößt dabei auf Begeisterung: Ob es nun die Umstellung von Luft- auf Wasserkühlung bei Porsche war oder das deutliche Plus an Komfort und Luxus beim ersten MINI unter BMW Ägide. Letztendlich haben sich beide Evergreens bestens gehalten und sehen im Großen und Ganzen immer noch aus wie früher - den guten Genen sei Dank. Auch neuen Modellen zu einer Erweiterung der Palette zeigten sich beide Unternehmen gegenüber aufgeschlossen - und waren erfolgreich. Panamera und Cayenne sprengten in vielerlei Hinsicht ebenso vermeintliche Grenzen wie Countryman und Paceman.
Was sich nicht geändert hat, ist das jeweils "königliche" Fahrvergnügen. 1960 bekam Sir Alec Issigonis durch Vermittlung seines Freundes Lord Snowdon, des damaligen Ehemannes von Prinzessin Margaret, die Chance, Queen Elizabeth den Kleinwagen vorzuführen. Sie nahm neben Issigonis Platz und ließ sich eine Runde durch den großen Park von Schloss Windsor chauffieren. A propos Queen: Zumindest vom Namen her war da doch auch bei Porsche etwas: Steve McQueen. Sein schiefergrauer 911er aus dem Film ?Le Mans, den er dort als Privatwagen fuhr, gilt zurecht als ewige Legende.
Das Thema Motorsport ist bei Porsche und Mini ein wichtiges Kapitel. Der 911 ist mit seinen Rennversionen das erfolgreichste Racing Car, das je gebaut wurde. Praktisch jedes bedeutende Rennen wurde gewonnen. Doch wer sich an die 1960er Jahre erinnert, hat auch gleich den MINI Cooper S auf dem Schirm. Der Liebling der damaligen Avantgarde war nicht nur auf der Straße eine Ausnahmeerscheinung. Mit dem Klassensieg für den Finnen Rauno Aaltonen bei der Rallye Monte Carlo 1963 begann seine beispiellose Erfolgsserie im Motorsport. Sie gipfelte in den drei Gesamtsiegen bei der Rallye Monte Carlo in den Jahren 1964, 1965 und 1967.
Jahrzehnte später kam es dann tatsächlich zu einem "echten" Vergleich zwischen David und Goliath. Jim McDowell, damals Chef von MINI in den USA, bot Porsche im Jahr 2010 einen Wettkampf auf der US-Rennstrecke "Road Atlanta" an. Ein 184 PS starker MINI Cooper S sollte gegen den mit 345 PS ausgestatteten Porsche 911 Carrera antreten. Bedingung - sonst wäre es naturgemäß witzlos gewesen - war es, statt des eigentlichen Kurses das kleine Areal im Infield der Rennstrecke als Austragungsort zu nehmen. Die dort abgesteckte Strecke ist extrem winklig und ohne lange Geraden, hier sollte der Kurvenkünstler eine kleine Chance haben. Am Ende hatte der Elfer zwar rund zwei Sekunden Vorsprung auf den mutigen Außenseiter, doch findige Leute rechneten aus, dass einen Porsche Fahrer jede Sekunde Vorsprung beim Händler rund 38. 000 US-Dollar kostet - was den Schmerz der MINI Fans bei dieser nicht ganz ernst gemeinten Wette dann doch in engen Grenzen hielt.

BMW Group - Bayerische Motoren Werke AG
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (089) 382 - 0
URL: http: //www.bmwgroup.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=534805" width="1" height="1">

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile.Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder.Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der

motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen.Wir verstehen Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wie auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im ?Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.