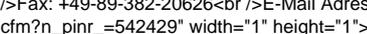




## Aloha, MINI: Seit 54 Jahren Ausdruck purer Lebensfreude.

Aloha, MINI: Seit 54 Jahren Ausdruck purer Lebensfreude. München / Honolulu. Sieben Premium-Modelle hier, sechs touristisch erschlossene Eilande dort. Vorbildlich emissionsarme Motoren auf der einen Seite, unablässig rauchende Vulkane auf der anderen. Die britische Automobilmarke MINI und die Pazifikinselgruppe Hawaii haben auf den ersten Blick rein gar nichts gemeinsam - und doch eint sie ihre ganz besondere Ausstrahlung und ihre Anziehungskraft auf alle, die dem eintönigen Alltag entfliehen wollen. Was Hawaii für die USA darstellt, ist die Marke MINI für ihre weltweite Fanggemeinde: der Ausdruck purer Lebensfreude. Darüber hinaus feiern beide nahezu zeitgleich ein Jubiläum: Am 21. August 1959 wurde Hawaii zum 50. Bundesstaat der USA, nur fünf Tage später, am 26. August 1959, wurde der classic Mini offiziell vorgestellt. Mit der Geburtsstunde des classic Mini vor 54 Jahren begann eine der spektakulärsten Erfolgsgeschichten der Automobilbranche. Der vom legendären Konstrukteur Alec Issigonis konzipierte Kleinwagen verblüffte durch kreative Raumnutzung, die auf minimaler Grundfläche ein Maximum an Platz für Passagiere und Gepäck ermöglichte. Aufgrund seines innovativen Konstruktionsprinzips mit dem vorn quer liegenden Motor, dem darunter angeordneten Getriebe, Frontantrieb und weit außen platzierten Rädern wurde der classic Mini zum Vorbild für Generation von kleinen und kompakten Automobilen. Unerreicht blieb der von den agilen Handlungseigenschaften geprägte Fahrspaß, den der nur wenig mehr als drei Meter lange classic Mini verbreitete. Seine sportlichen Qualitäten ebneten dem classic Mini schon bald den Weg auf die Rennstrecken und Rallyepisten in aller Welt. Drei Siege bei der Rallye Monte Carlo waren die Krönung der nun folgenden Laufbahn. Sie wurden allseits bejubelt, weil sie mit scheinbar einfachen Mitteln und einem im Vergleich zur Konkurrenz unscheinbar kleinen Sportgerät erzielt wurden. Ein auf den ersten Blick simpler, doch ebenfalls nur mit sehr viel Geschick erfolgreich ausgeübter Sport trat derweil von Hawaii aus seinen Siegeszug um die Welt an: das Surfen. Schon aus dem 18. Jahrhundert sind Berichte über das Wellenreiten auf Holzbrettern vor der hawaiianischen Küste überliefert, doch erst der 1890 in der Hauptstadt Honolulu geborene Duke Kahanamoku verhalf diesem Freizeitspaß zu neuer und diesmal weltumspannender Popularität. Duke Kahanamoku gewann zwischen 1912 und 1924 drei Gold- und zwei Silbermedaillen bei olympischen Schwimmwettkämpfen. Beinahe noch bekannter sind seine Verdienste um die Wiederbelebung des Surfsports. Er gilt als Prototyp jener Waikiki Boys, die noch heute am bekanntesten Strand der Inselgruppe den Besuchern aus aller Welt das Wellenreiten beibringen. Die Ernennung Hawaiis zum 50. US-Bundesstaat und die Premiere des classic Mini fielen in eine wahre Boomzeit des Surfens auf Hawaii. In den 1950er- und 1960er-Jahren sorgte nicht zuletzt das Fernsehen dafür, dass Bilder von tollkühnen Wellenritten vor den malerischen Stränden im "Aloha-State" Hawaii weltweit die Sehnsucht potenzieller Beach Boys weckten. Rund um das Surfen entwickelte sich ein kompletter Lifestyle, der von Lässigkeit, Nonkonformismus und ungetrübtem Spaß in dauerhaftem Sonnenschein geprägt war. Das Surfbrett auf dem Dach oder im Gepäckraum eines Autos wurde zum Symbol für Freiheit und Lebensfreude. Auch in der aktuellen MINI Produktpalette finden sich zuverlässige Begleiter für solch einen Lebensstil. Der MINI Countryman hat seit seiner Markteinführung vor rund zwei Jahren auch auf Hawaii bereits jede Menge Fans gefunden. Neben der serienmäßigen Dachreling, die das Anbringen eines Surfbrett-Trägers erleichtert, hat er - ebenso wie der in diesem Jahr neu vorgestellte MINI Paceman - vor allem eine neuzeitliche Errungenschaft aufzuweisen: den Allradantrieb ALL4. Dank der präzise gesteuerten Kraftverteilung auf alle vier Räder sind MINI Countryman und MINI Paceman nicht nur auf lockerem Sand in Strandnähe, sondern auch in den tropischen Bergregionen im Inselinneren außergewöhnlich souverän und sicher unterwegs. Und überall dort, wo es erlaubt ist, lässt sich dank modernster Antriebstechnik sogar gänzlich neues Terrain erobern. So finden Fahrspaß und Lebensfreude einmal mehr zusammen und mancher Traumstrand rückt ein Stückchen näher. Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group Andreas Lampka Tel.: +49-89-382-23662 Fax: +49-89-382-20626 E-Mail Adresse: andreas.lampka@mini.com 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

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.