



## Oh Baby: MINI zeigt Herz nicht nur für Royals.

Oh Baby: MINI zeigt Herz nicht nur für Royals. München. Voller Emotion, energiegeladen und vor allem: very british. Deshalb feiert auch MINI die Geburt des Prinzen von Cambridge. Vor mehr als 50 Jahren erblickte im Vereinigten Königreich das erste Modell des classic Mini das Licht der Welt. MINI ist heute erwachsen, hat von der alten und neuen Heimat Oxford aus die Welt erobert - und stellt sich vor, wie die britische Premium-Automobilmarke auch bei royalem Nachwuchs, noch weit entfernt vom Führerscheinalter, groß herauskommen könnte. Der königliche Fuhrpark für Minis ließe sich zum Beispiel mit dem Baby Racer (85 Euro) bestücken. Das Rutschauto im original MINI Design begeistert mit viel Liebe zum Detail und wartet mit Bonnet Stripes und individuell beschriftbaren Nummernschildern. Geräuscharme Reifen schonen das Palastparkett und königliche Ohren. Zum König weitläufiger Flure könnte der kleine Prinz mit dem Cooper S Cabrio Electro Car (199 Euro) werden. Der batteriebetriebene Flitzer hat das Zeug dazu, mit Spitzengeschwindigkeiten von bis zu 5 km/h durch die königlichen Gemächer zu düsen, sogar mit Licht und Gangschaltung. Die royale Robe XXS. Die starke emotionale Bindung zwischen MINI und den Insassen könnten sogar Royals mit dem I Love MINI Newborn Set (29 Euro) zeigen. Der Body präsentiert sich standesgemäß mit Union Jack Heart auf der Brust. Ein passendes Lätzchen hält das elegante Outfit sauber. Auch das Be MINI Baby Set (29 Euro) besteht aus Body und Lätzchen mit plakativen Schriftzügen. Bei den ersten Gehversuchen geben die Be MINI Baby Socks (9 Euro) mit rutschfester Union Jack Sohle sicheren Halt. Die Autos und Outfits sind ab sofort unter [www.MINI.de/shop](http://www.MINI.de/shop) und bei ausgewählten MINI Händlern erhältlich.

### 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.