



## Zurück in die 70er mit dem classic Mini von Mr. Bean.

Zurück in die 70er mit dem classic Mini von Mr. Bean. München. Automobile Highlights der 1970er- und 1980er-Jahre reihen sich am 25. September 2013 zum Start der Youngtimer-Rallye "Creme 21" auf. Einen besonders prominenten Vertreter jener Zeit hat die BMW Group Classic für die zwölfte Auflage der Tour gemeldet. Der classic Mini der Baureihe Mark III sticht nicht nur aufgrund seiner leuchtend gelben Lackierung im Farbton Citron aus dem Starterfeld heraus, sondern auch wegen seiner schillernden Vorgeschichte als TV-Star. Er gehört zu jener Flotte von classic Mini, mit denen der vom britischen Schauspieler Rowan Atkinson verkörperte Mr. Bean in der gleichnamigen Fernsehserie jede Menge skurrile Alltags-Abenteuer meisterte. Der 1974 erstmals zugelassene classic Mini stand und fuhr vor rund 20 Jahren vor der Kamera und begeisterte dabei immer wieder durch unkonventionelle Fahr- und Parkmanöver. Zwischen 1989 und 1995 wurden 14 Episoden der Serie "Mr. Bean" gedreht. Während dieser Zeit war die von Atkinson gespielte Hauptfigur in mehreren Exemplaren des britischen Kleinwagen-Originals unterwegs. Nicht alle überstanden die Dreharbeiten so unbeschadet, wie der jetzt für die Rallye "Creme 21" nominierte classic Mini. Er wird von einem 1,0 Liter großen Vierzylinder-Motor mit 27 kW/34 PS angetrieben. Seine schwarz lackierte Motorhaube verleiht ihm einen besonders sportlichen Touch. In seiner TV-Rolle verfügte er zudem über ein abnehmbares Lenkrad und ein Vorhängeschloss - zwei wichtige Accessoires, mit denen Mr. Bean sicherstellte, dass sein vierrädriger Liebling nicht abhanden kam. Die Rundfahrt "Creme 21", benannt nach den in den 1970er-Jahren zu Kultstatus gelangten Kosmetikprodukten, gilt als Europas größte Youngtimer-Rallye und führt alljährlich über landschaftlich besonders reizvolle Strecken quer durch Deutschland. In diesem Jahr sind für die Zeit vom 25. bis zum 29. September sieben Etappen mit einer Gesamtlänge von rund 1000 Kilometern geplant. Der genaue Routenplan wird traditionsgemäß erst kurz vor dem Start bekanntgegeben. Fest steht jedoch bereits jetzt, dass die Akteure unterwegs zahlreiche Sonderprüfungen bestehen müssen, bei denen es vor allem um Geschicklichkeit auch jenseits des Umgangs mit Gas-, Brems- und Kupplungspedal geht. Das Starterfeld der aktuellen Auflage umfasst rund 180 Fahrzeuge aus den Baujahren 1970 bis 1990. Bei der Nominierung der Teilnehmer legen die Veranstalter besonderen Wert auf Vielfalt im Rallye-Aufgebot. So trifft der classic Mini von Mr. Bean unter anderem auch auf PS-starke Coupés der BMW 6er Reihe und auf ein Exemplar des legendären Roadsters BMW Z1. 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  
pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\_pnr\_=545717" width="1" height="1">

### 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.