MINI
Publikaj rilatoj

Gazetara informo
24 majo 2012

Feliĉan Naskiĝtagon! MINI gratulas al Esperanto en la 125-a datreveno.

La „mondlingvon“ kaj MINI kunligas siaj longaj historioj kaj la kosmopolita konscio.

Munkeno. MINI gratulas pro la 125a naskiĝtago al la internacie konata kaj preskaŭ tutmonde uzata artefarita lingvo Esperanto. Kaj la brita altkvalita aŭtomobilo, kies antaŭa modelo unuafoje produktiĝis en 1959, kaj Esperanto havas longan, eventoplenan historion kaj vastan popularecon tra plej diversaj kulturoj. La kreado kaj disvastigo de la planlingvo Esperanto estas la verko de la okulkuracisto kaj lingvisto Ludwik Lejzer Zamenhof. Li publikigis en 1887 sub la pseŭdonimo „Doktoro Esperanto“ en Varsovio libreton, en kiu li priskribis la fundamenton por tutmonde komprenebla kaj universale uzebla lingvo. 125 jaroj poste oni parolas Esperanton en ĉiuj kontinentoj. Interncia historio de sukcesoj – tutsimila al tiu de la aŭtomobilo MINI.

Ludwik Zamenhof naskiĝis en 1859 kiel filo de lingvo-instruisto en la nun pola urbo Bialystok, kiu tiam apartenis al Rusio. Celante verki facile lerneblan kaj neŭtralan lingvon kun klara kaj simpla gramatiko por la internacia interkompreniĝo de popoloj, li kreis la planlingvon Esperanto. Por fari tion, li kombinis elementojn de latinidaj, ĝermanaj kaj slavaj lingvoj. Rapide formiĝis en kelkaj eŭropaj ŝtatoj la unuaj Esperanto-asocioj, sed la politikaj cirkonstancoj de la 20a jarcento plurfoje malfaciligis la disvastigon de la lingvo. Kiel elemento de la interkompreniĝo de popoloj Esperanto tamen havis ĉiam kreskantan akcepton tra ĉiuj kontinentoj.

Same kiel la MINI, kiu hodiaŭ estas en pli ol 100 merkatoj en la tuta mondo, ankaŭ Esperanto evoluiĝis al internacia fenomeno. La artefarita lingvo hodiaŭ estas parolata en pli ol 100 landoj. Radiostacioj en Ĉinio, Kanado, Koreo, Aŭstralio kaj aliaj landoj regule elsendas en Esperanto, kaj ankaŭ en la interreto la planlingvo estas tre ŝatata. La serĉilo Google, la interreta telefonservo Skype, la reta enciklopedio Wikipedia kaj la retumilo Firefox „parolas“ Esperanton. Dum la jardekoj ekestis daŭre kreskanta komunumo de amikoj kaj uzantoj de la lingvo – en sia strukturo similie diverseca kaj

kosmopolita kiel la internacia MINI-komunumo.
Malgraŭ la historiplena aĝo Esperanto daŭre restis juna kaj aktuala. Paralele al la kreskantaj postuloj de la tutmondiĝo kaj la nuntempa, moderna vivstilo Esperanto daŭre adaptas sian kreskantan vortaron al la novaj cirkonstancoj kaj defioj. Tiamaniere Esperanto samtempe signifas tradicio kaj modernigo – tutsame kiel la MINI.

Malonge dirite: MINI kaj Esperanto havas kelkajn komunajn trajtojn. Ambaŭ estas kosmopolitoj, kunligas generaciojn kaj kontinentojn. Eĉ se ili havas siajn radikojn en Eŭropo, ili tamen hejmas en la tuta mondo. Pro tio MINI deziras en plej esperanta Esperanto „Feliĉan Naskiĝtagon!“ kaj ĉion bonan por la ventontaj 125 jaroj!

Firmao
Bayerische
Motoren Werke
Akcia kompanio

Poŝtadreso
BMW AG
80788 München

Telefono
+49-89-382-23662

Retpaĝo
www.bmwgroup.com

Por demandoj bonvolu kontakti:

Publikaj rilatoj

Tanja Kirchner, komunikado MINI
Telefono: +49 89-382-25838, faksilo: +49 89-382-20626
Retadreso: tanja.kirchner@mini.com

Andreas Lampka, estro de komunikado MINI
Telefono: +49 89-382-23662, faksilo: +49 89-382-20626
Retadreso: andreas.lampka@mini.com

Retpaĝo: www.press.bmwgroup.de

La BMW Group

La BMW Group (BMW grupo) kun siaj markoj BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles kaj Rolls-Royce estas unu el la plej sukcesaj produktantoj de altkvalitaj aŭtomobiloj kaj motorcikloj en la mondo. Kiel internacia konzerno, la entrepreno havas 25 fabrikojn por produktado kaj munta- do en 14 landoj kaj tutmondan disvendan reton kun reprezentejoj en pli ol 140 landoj.

En la jaro 2011 la BMW Group tutmonde vendis proksimume 1,67 milionoj da aŭtomobiloj kaj pli ol 113.000 motorciklojn. La rezulto antaŭ impostoj estis 7,38 miliardoj da eŭroj, la vendo- sumo 68,82 miliardoj da eŭroj. Je la 31a de decembro 2011 la entrepreno havis proksimume 100.000 gekunlaborantojn en la tuta mondo.

Ek de la komenco longdistanca pensado kaj respondeca agado estas la bazo de la komer- ca sukceso de la BMW Group. La entrepreno fiksis en sia strategio ekologian kaj socialan daŭripovon en la tuta ĉeno de valorkreskigo, ampleksan respondecon pri la produkto kaj klaran konfeson al zorga traktado de la naturaj rezervoj. Pro tio la BMW Group jam sep jarojn estas je la pinto de la listo de sia branĉo en la „Dow Jones Sustainability Indizes".

www.bmwgroup.com
Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup
Twitter: http://twitter.com/BMWGroup
YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview