



MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse Information

01. Februar 2022

Personeller Wechsel an der Spitze der Marke MINI.



P90449837

Zum 1. Februar 2022 übernimmt Stefanie Wurst die Leitung der Marke MINI. Ihr Vorgänger Bernd Körber leitet künftig das BMW Produktmanagement sowie die Connected Company. Strategische Weiterentwicklung der britischen Premium-Marke mit Fokussierung auf neue Märkte und Zielgruppen sowie Elektromobilität und Digitalisierung wird konsequent fortgesetzt.

München. Die BMW Group gibt einen personellen Wechsel an der Spitze der Marke MINI bekannt. Zum 1. Februar 2022 übernimmt Stefanie Wurst die Leitung der britischen Premium-Marke. Sie folgt auf Bernd Körber, der diese Position seit April 2019 innehatte und nun ebenfalls zum 1. Februar 2022 die Verantwortung für das BMW Produktmanagement und die Connected Company übernimmt.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-38072

Internet
www.bmwgroup.com

Stefanie Wurst war zuvor seit September 2018 als Leiterin der BMW Group Vertriebsgesellschaft Niederlande tätig. Unter ihrer Führung

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 31. Januar 2021

Thema Personeller Wechsel an der Spitze der Marke MINI.

Seite 2

wurden dort zahlreiche Nachhaltigkeitsthemen aktiv vorangetrieben. Erfolgreich initiierte sie unter anderem den „Electric City Drive“, der zum Pilotprojekt für die mittlerweile rund 100 BMW eDrive Zones in Europa wurde, mit denen Fahrer von Plug-In-Hybrid-Modellen bei der Nutzung des rein elektrischen Fahrmodus in Innenstadtbereichen unterstützt werden. „Nachhaltigkeit ist eine ganzheitliche Aufgabe und eine Haltung, der sich alle verpflichtet fühlen“, sagt Stefanie Wurst. Der Anteil elektrifizierter Modelle am Gesamtabsatz der BMW Group Niederlande konnte 2021 auf den neuen Rekordwert von 37 Prozent gesteigert werden. Gleichzeitig entfielen im zurückliegenden Jahr bereits 21,5 Prozent aller Neuzulassungen der Marke MINI in den Niederlanden auf den vollelektrischen MINI Cooper SE (Stromverbrauch kombiniert: 17,6 – 15,2 kWh/100 km gemäß WLTP, CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km).

Auch bei MINI kommt dieser Ansatz in einer Vorgehensweise zum Ausdruck, die Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Rohstoffgewinnung über die Produktion und den Betrieb des Fahrzeugs bis hin zu einem späteren Recycling betrachtet. Beim Ausbau der Elektromobilität kommt MINI mit großen Schritten voran. Im Jahr 2021 wurde der weltweite Absatz des vollelektrischen MINI Cooper SE nahezu verdoppelt. Bereits zu Beginn der 2030er Jahre wird MINI den Wandel zu einer vollständig elektrifizierten Marke vollziehen.

Darüber hinaus wird Stefanie Wurst an der Spitze der Marke MINI ihre Erfahrungen im Bereich ganzheitliche Unternehmensführung im Zusammenspiel aller Disziplinen und gemeinsam mit unseren Handelspartnern einbringen. Von 2014 bis 2018 war die Diplom-Ökonomin für das Marketing von BMW auf dem deutschen Automobilmarkt verantwortlich. In diesem Zeitraum stieg sowohl die Markenstärke allgemein wie auch die Innovationswahrnehmung der Marke BMW inklusive der Dimension Nachhaltigkeit. Vor ihrer Zeit bei BMW Group war sie in verschiedenen leitenden Positionen international tätig, u.a. in Singapur für den asiatischen Markt.

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 31. Januar 2021

Thema Personeller Wechsel an der Spitze der Marke MINI.

Seite 3

In ihrer neuen Funktion tritt sie die Nachfolge von Bernd Körber an, unter dessen Leitung die Zukunftsstrategie der Marke MINI entwickelt wurde. Sie beinhaltet unter anderem eine Neuausrichtung des Produktprogramms, das neben zusätzlichen Modellen mit elektrifiziertem Antrieb auch neue Angebote im Crossover- sowie im Premium-Kompaktsegment vorsieht. Bereits vom Jahr 2023 läuft im BMW Group Werk Leipzig die nächste Generation des MINI Countryman vom Band – sowohl mit herkömmlichem als auch mit elektrifiziertem Antrieb. Darüber hinaus verstärkt MINI das Engagement auf dem chinesischen Automobilmarkt – unter anderem mit der Aufnahme einer lokalen Fertigung. Dort beginnt ebenfalls 2023 die Produktion einer neuen Generation von rein elektrisch angetriebenen Modellen der Marke. Damit vollzieht MINI einen weiteren Schritt auf dem Weg zur vollelektrischen Marke.

Ein zentrales Element der Neuausrichtung des Markenauftritts von MINI ist die Betonung von Vielfalt, Toleranz, Weltoffenheit, Optimismus und Begeisterung für Neues, die durch das aktuelle Kampagnenmotto BIGLOVE zum Ausdruck kommt. Die positiv geprägte Emotionalität teilt die Marke mit der MINI Community, in der Individualität und Gemeinschaftssinn harmonisch miteinander im Einklang stehen. Zur Zukunftsfähigkeit der Marke tragen außerdem Innovationen im Bereich der Digitalisierung und der Vernetzung bei. Verstärkt wird dabei nicht nur die Beziehung zwischen Kunde und Fahrzeug, sondern auch die Verbindung der Marke zur weltweiten MINI Community. Mit den strategischen Weichenstellungen auf den Aktionsfeldern Produkt, Marke und Kunde sowie Technologie und Produktion verfügt MINI über eine solide Basis für ein nachhaltiges profitables Wachstum der Marke.

Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen, Stromverbrauch und Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EU) 2007/715 in der jeweils geltenden Fassung ermittelt. Sie beziehen sich auf Fahrzeuge auf dem Automobilmarkt in Deutschland. Bei Spannweiten berücksichtigen die Angaben im NEFZ Unterschiede in der gewählten Rad- und Reifengröße, im WLTP die Auswirkungen jeglicher Sonderausstattung.

Alle Angaben sind bereits auf Basis des neuen WLTP-Testzyklus ermittelt. Aufgeführte NEFZ-Werte wurden gegebenenfalls auf das NEFZ-Messverfahren zurückgerechnet. Für die Bemessung von Steuern und anderen fahrzeugbezogenen Abgaben, die (auch) auf den CO₂-Ausstoß abstellen, sowie gegebenenfalls für die Zwecke von fahrzeugspezifischen Förderungen werden WLTP-Werte zugrunde

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 31. Januar 2021

Thema Personeller Wechsel an der Spitze der Marke MINI.

Seite 4

gelegt. Weitere Informationen zu den Messverfahren WLTP und NEFZ sind auch unter www.bmw.de/wltp zu finden.

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen, bei der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT), Hellmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, und unter <https://www.dat.de/co2/> unentgeltlich erhältlich ist.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Julian Kisch, Pressesprecher Produktkommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-38072
E-Mail: julian.kisch@mini.com

Andreas Lampka, Leiter Kommunikation MINI
Telefon: +49-89-382-23662
E-Mail: andreas.lampka@mini.com

Jennifer Treiber-Ruckenbrod, Leitung Kommunikation MINI und BMW Motorrad
Telefon: +49-89-382-35108
E-Mail: jennifer.ruckenbrod@bmwgroup.com

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2021 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 194.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com
www.press.bmwgroup.com/deutschland
<https://pressevents.bmwgroup.com/mini/login>

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

MINI PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Presse Information

Datum 31. Januar 2021

Thema Personeller Wechsel an der Spitze der Marke MINI.

Seite 5

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

YouTube: <https://www.youtube.com/MINI>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/mini.news>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>