



Presse-Information
10. Oktober 2012

MÜNCHEN MARATHON: Heimspiel für Automobilpartner BMW.

Deutsche Marathon-Meisterschaft entscheidet sich im Olympiastadion.

München. 40 Jahre ist es her, da lief der in München geborene Frank Shorter (USA) unter dem Jubel des Publikums im Münchner Olympiastadion über die Ziellinie und gewann mit einer Zeit von 2:12:19 Stunden Marathon-Gold bei den Sommerspielen 1972. Vier Jahrzehnte später wird am 14. Oktober wieder ein Marathonlauf im weltberühmten Stadion mit seinem einzigartigen Zeltdach enden: der MÜNCHEN MARATHON. Einen neuen Olympiasieger wird es dann zwar nicht zu feiern geben, wohl aber die neuen deutschen Marathonmeister. Von 2012 bis zunächst 2014 finden die nationalen Titelkämpfe beim MÜNCHEN MARATHON statt. BMW ist im Rahmen seines umfangreichen Laufsport Engagements natürlich auch beim „Heimspiel“ als Automobilpartner mit von der Partie: Der Unternehmenssitz mit Vierzylinder-Hochhaus, BMW Museum und BMW Welt unweit des Olympiastadions zählt zu den markanten Wahrzeichen der Stadt.

„Der MÜNCHEN MARATHON ist eine Veranstaltung, auf die sich BMW besonders freut. Denn im Zuge des BMW Laufsport Engagements spielt unser Firmensitz München natürlich eine wichtige Rolle“, sagt Johannes Seibert, BMW Leiter Marketing Deutschland. „Der Marathon beginnt und endet praktisch vor unserer Haustür. Zudem begeistern uns bei diesem Event vor allem das Miteinander von Spitzensportlern sowie die vielen Münchner Zuschauer. Sie machen die Veranstaltung zu einem großartigen Lauffest. Natürlich wird BMW auch beim MÜNCHEN MARATHON wieder zeigen, was wir bei den bedeutsamen Zukunftsthemen Effizienz, Nachhaltigkeit und Emissionsfreiheit erreicht haben.“

Sichtbar wird dies beim Marathon in der bayerischen Landeshauptstadt vor allem an der Spitze des Feldes: Als Führungsfahrzeug ist der BMW ActiveE mit seinem leistungsstarken Elektromotor im Einsatz, Hybridmodelle wie der BMW 3er ActiveHybrid sind als weitere Uhrenfahrzeuge unterwegs. Mit diesen ressourcenschonenden Automobilen stellt BMW einmal mehr seine große Innovationskraft unter Beweis: Bereits bei den Olympischen Spielen 1972 war die BMW Group mit dem Elektrofahrzeug BMW 1602 beim Marathon und den Geher-Wettbewerben engagiert. „Die BMW Group ist seit nunmehr acht Jahren Branchenführer im Dow Jones Sustainability Index. Höchstleistung, Zielstrebigkeit, Ausdauer und Effizienz sind Werte, die BMW mit dem Laufsport teilt und daher Gründe dafür, warum dieser Sport so gut zur Marke passt“, sagt Seibert.

BMW **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**



Presse-Information

Datum 10. Oktober 2012

Thema MÜNCHEN MARATHON: Heimspiel für Automobilpartner BMW.

Seite 2

Insgesamt unterstützt BMW als Automobilpartner den MÜNCHEN MARATHON mit knapp 30 emissionsarmen Automobilen für Organisations- und Streckenfahrten sowie mit BMW Motorrädern und Bikes.

Die Strecke führt die Athleten vorbei an vielen reizvollen Plätzen und Sehenswürdigkeiten Münchens, darunter der Englische Garten, der Marienplatz mit dem Rathaus, die Pinakothek, das Siegestor, der Königsplatz, Isarüberquerungen sowie den – insbesondere für Breitensportler keineswegs alltäglichen – Zieleinlauf im Olympiastadion. Die Läuferinnen und Läufer werden auf den 42 Kilometern auch die BMW „Hotspots“ auf dem Marienplatz und dem Coubertin-Platz im Olympiapark passieren, wo für Besucher die Freude am Fahren und die Freude am Laufen lebendig wird. Zudem schwebt ein BMW Heißluftballon über dem Tollwood-Gelände weithin sichtbar für Teilnehmer und Zuschauer.

Unter den Starterinnen und Startern wird auch BMW Laufsport Botschafterin Ingaleena Heuck sein, die in ihrer Heimatstadt die Halbmarathon-Distanz in Angriff nimmt. „BMW und wir Läufer verfolgen die gleiche Philosophie“, meint sie. „Langstreckenläufer müssen ihre Kräfte optimal einteilen und dies spielt auch bei den BMW Automobilen eine wichtige Rolle: Effektiver Umgang mit Ressourcen, aber genügend Power für Zwischensprints. Auf den MÜNCHEN MARATHON freue ich mich sehr. Ich möchte vor den Toren des BMW Unternehmenssitzes und in ‚meiner‘ Stadt natürlich auf jeden Fall eine gute Zeit erreichen.“

Das BMW Laufsport Engagement.

In Deutschland ist BMW seit vielen Jahren ein bedeutsamer Partner der Laufsportszene. Zusammen mit dem Partner SportScheck richtet das Unternehmen seit 2005 die größte Stadtlaufserie des Landes mit 17 Veranstaltungen aus. Zudem unterstützt BMW alle großen Marathonveranstaltungen in Deutschland als Premiumpartner und erreicht damit 220.000 aktive Langstreckenläufer sowie viele Millionen laufsportbegeisterte Zuschauer entlang der Strecken.

Das Engagement ist längst nicht nur auf Deutschland beschränkt. BMW ist ferner Partner bedeutender internationaler Laufsportveranstaltungen, wie dem Standard Chartered Marathon in Singapur, dem Tokyo Marathon (Japan), den indischen Großevents Mumbai Marathon und Bangalore Marathon, dem Graz Marathon in Österreich sowie von Marathon-Events in Spanien.

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 10. Oktober 2012
Thema MÜNCHEN MARATHON: Heimspiel für Automobilpartner BMW.
Seite 3

Die BMW Group.

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf 7,38 Mrd. €, der Umsatz auf 68,82 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 100.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit nunmehr acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

David Biebricher
BMW Sportkommunikation
Tel.: +49-89-382-22979
E-Mail: David.Biebricher@bmw.de
Internet: www.press.bmwgroup-sport.com

Online finden Sie die aktuellen Pressemeldungen, Pressemappen sowie für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zu BMW Laufsport unter www.press.bmwgroup-sport.com.