



Presse-Information

15. März 2014

BMW Golf Cup International: „Das Weltfinale ist eine verdammt gute Veranstaltung“ – findet der sechsmalige Majorsieger Sir Nick Faldo. Ein Interview mit dem Ehrengast des Weltfinals.

Phuket. Ein Weltfinale des BMW Golf Cup International wäre nicht komplett, wenn nicht ein Spitzengolfer als Special Guest den Weltfinalisten die Ehre erweisen, eine Golf Clinic abhalten und die Pokale überreichen würde. Dies ist seit vielen Jahren gute Tradition beim Weltfinale. Und wer könnte diese Rolle besser ausfüllen, als ein Golfer, den erfolgreich zu nennen eine Untertreibung wäre: Nick Faldo.

Anfang der 1990er Jahre war Sir Nicholas Alexander Faldo, den die Sportwelt nur als Nick Faldo kennt, der beste Golfer der Welt. Der Engländer gewann je drei Mal die Open Championship (1987, 1990, 1992) und das Masters (1989, 1990, 1996). Bis zum heutigen Tag hat es seit Anfang des 20. Jahrhunderts kein anderer Europäer auf sechs oder mehr Majorsiege gebracht. Faldos Dominanz zu dieser Zeit drückte sich auch in der Weltrangliste aus, die er insgesamt 97 Wochen lang anführte. Nur Tiger Woods (USA) und Greg Norman (AUS) haben bisher länger auf dem Golfthron gesessen.

Im Interview erzählt der bis dato erfolgreichste Ryder-Cup-Spieler (11 Teilnahmen, 23 Siege, 4 geteilte Matches), was das Weltfinale des BMW Golf Cup International für ihn so besonders macht, wie man im Blue Canyon Country Club spielen sollte und was die beste Entscheidung seines Lebens war.

Nick, Sie haben mehrfach das Weltfinale des BMW Golf Cup International besucht. Welche Erinnerungen haben Sie?

Nick Faldo: „Das Weltfinale ist eine fantastische Veranstaltung, die von BMW mit viel Liebe zum Detail organisiert wird. Der ganze Ablauf ist, als wäre man bei einem Profi-Turnier. Die Amateurspieler finden hier Wettkampfbedingungen auf höchstem Niveau vor. Turnier Set-Up mit Score- und Teabords, Cut nach 36-Löchern, Caddies, Bags mit Spielernamen und entsprechender Nationalflagge, Shuttle-Service usw. Ich freue mich sehr, wieder mal dabei zu sein und den Siegern die Pokale zu überreichen.“



OFFICIAL
PARTNER



Für die Teilnehmer, heißt es, ist das Weltfinale ein Erlebnis, wie man es nur einmal im Leben hat. Wenn Sie ein Amateur wären, könnten Sie sich etwas Besseres vorstellen?

Faldo: „Für mich könnte es nur von einer einzigen Sache übertroffen werden: Wenn ich die Chance hätte, mit Hogan, Snead und Trevino zu spielen. Das Weltfinale ist eine verdammt gute Veranstaltung.“

BMW ist seit Jahrzehnten ein weltweit angesehener Partner des Profigolfs. Das BMW Engagement im Amateurbereich gibt es sogar noch länger. Wie wichtig ist das für die Entwicklung des Golfsports rund um den Globus?

Faldo: „Ich halte sehr viel davon, neben dem Profi- auch den Amateur-Golfsport zu fördern. Im sportlich fairen Wettkampf lehrt einen das Golfspielen viele nützliche Dinge über das Leben. Was BMW weltweit für den Golfsport leistet, ist eindrucksvoll. Neben dem Engagement auf der US- und European Tour ist die Ausrichtung der 800 Qualifikationsturniere pro Jahr in 50 Ländern eine stolze Zahl, und der Höhepunkt ist dieses fantastische Weltfinale. Ich selbst fördere seit 18 Jahren mit der Faldo Series die Champions von morgen und möchte auf der ganzen Welt Menschen in Kontakt zu diesem großartigen Spiel bringen. In mittlerweile 32 Ländern geben wir Jungen und Mädchen im Alter von 12 bis 21 Jahren die Chance, in unserem großen Finale gegeneinander anzutreten.“

Die Sieger aus 50 Ländern treffen sich beim Weltfinale in Phuket. Sie haben in Ihrer Karriere viele unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Kulturen kennengelernt – empfinden Sie das als Privileg?

Faldo: „Ich sage oft: Ich habe gut gewählt, als ich mich für den Golfsport entschieden habe. Dank dieser Entscheidung habe ich Menschen aus der ganzen Welt und mit den unterschiedlichsten Lebenswegen getroffen. Und wir alle teilen das große Abenteuer Golf: Könige und Königinnen, Präsidenten und Premierminister, ganz normale, bodenständige Menschen. Ich schätze mit ihnen allen sehr. Und das habe ich alles dem Golf zu verdanken. Es freut mich daher sehr für unseren Sport, dass er in zwei Jahren olympisch sein wird. Bei diesem Weltereignis und Fest der Kulturen wieder dabei zu sein, ist eine verdiente Auszeichnung für den Golfsport.“



OFFICIAL
PARTNER



1998 hätten Sie fast die Johnnie Walker Classic im Blue Canyon Country Club gewonnen. Haben Sie einen Ratschlag, wie man hier spielen sollte?

Faldo: „Nun, der Platz ist gleichzeitig sehr leicht und sehr schwer. Man muss die Fairways treffen und die Windrichtung sowie die Wuchsrichtung auf den Grüns genau beobachten!“

Sie sind selbst ein bekannter Golfplatzarchitekt. Was sagen Sie zum Blue Canyon Country Club?

Faldo: „Die beiden Blue-Canyon-Plätze sind sehr schön und gleichzeitig sehr anspruchsvolle Resort-Kurse. Als Designer wollen wir immer, dass Strategie und Einprägsamkeit eine Rolle spielen.“

Was wäre abschließend Ihr wichtigster Tipp für die Weltfinalisten?

Faldo: „Es ist immer und immer wieder derselbe Ratschlag, den ich gebe: Achten Sie stets auf Ihre Ausrichtung zum Ziel!“

Hinweis an die Redaktionen: Online finden Sie die aktuellen Pressemeldungen, Pressemappen sowie für redaktionelle Zwecke **rechtefreies Bildmaterial** zu den BMW Sportengagements unter:

www.press.bmwgroup-sport.com

Bildmaterial vom BMW Golf Cup International Weltfinale in Phuket finden Sie unter:

www.bmw-worldfinal.com im Menüpunkt „Bildergalerien“.

Pressekontakt:

BMW Sportkommunikation, Nicole Stempinsky, Tel: +49159 04017905, E-Mail: Nicole.Stempinsky@bmw.de

Die BMW Group.

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2013 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,963 Millionen Automobilen und 115.215 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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.

