



Presse-Information  
26. September 2014

## **41. BMW BERLIN-MARATHON: Die Rekordjagd geht weiter.**

Beim schnellsten Marathon der Welt fährt der BMW i3 voraus – Titelpartner BMW unterstützt mit mehr als 70 Fahrzeugen und macht Mobilität der Zukunft erlebbar.

**München/Berlin.** Am 28. September ist die Bundeshauptstadt der Schauplatz für das größte Ein-Tages-Sportevent Deutschlands: den 41. BMW BERLIN-MARATHON. Im vierten Jahr in Folge ist BMW Titel-Partner der Rekord-Veranstaltung: 60.000 Aktive nehmen an dem Marathon-Fest teil, die Strecke ist die schnellste der Welt. Im vergangenen Jahr blieb die Anzeige auf dem Führungsfahrzeug BMW i3 bei 2:03:23 Stunden stehen – und Wilson Kipsang krönte das Jubiläum des Marathons mit einem Weltrekord. Es war der perfekte Einstand für das erste Premium-Elektrofahrzeug, das von Grund auf für diese Antriebsform konzipiert wurde.

Der Vorreiter in Sachen Elektromobilität wird auch in diesem Jahr das Feld anführen, wenn Top-Läufer wie Tsegaye Kebede (Äthiopien), Geoffrey Kamworor, Emmanuel Mutai, Levy Matebo und Franklin Chepkwony (alle Kenia) Kipsangs Bestzeit angreifen. Hochkarätig besetzt ist auch die Frauenkonkurrenz, allen voran mit Tirfe Tsegaye (Äthiopien), Kayoko Fukushi (Japan) und Shalane Flanagan (USA). Mit Anna Hahner geht auch die beste deutsche Marathonläuferin im Elite-Feld an den Start.

„Der BMW BERLIN-MARATHON ist der Saisonhöhepunkt des umfangreichen BMW Laufsport Engagements und die perfekte Bühne, um die Marke BMW in einem emotionalen Umfeld zu präsentieren. Insgesamt machen rund 40.000 Marathon-Läufer aus 130 Nationen der Veranstaltung zu einem ‚Fest der Völker‘. Als global tätiges Unternehmen mit Kunden und Mitarbeitern in aller Welt ist der interkulturelle Austausch in der DNA der BMW Group festgeschrieben“, sagt Stefanie Wurst, Marketingleiterin BMW Deutschland. „Laufen ist eine dynamische Sportart. Zudem kommt es auf Ausdauer, Strategie und Willenskraft an. Nur wer sich seine Kräfte optimal einteilt, hat noch Reserven, wenn es darauf ankommt. Unsere Fahrzeuge und Motoren lassen sich ähnlich beschreiben: verantwortungsvoller, schonender Einsatz von Ressourcen, aber auch Dynamik, wenn sie gebraucht wird.“

Aber nicht nur der BMW i3 als Führungsfahrzeug spielt in Berlin eine Hauptrolle. Bei dem Get-together-Empfang am Freitag wird der neue BMW 2er Active Tourer präsentiert, der dank seines funktionalen Raumkonzepts in Verbindung mit BMW typische Fahrcharakteristik wie gemacht ist für Sport, Freizeit und Natur.



Datum 26. September 2014  
Thema 41. BMW BERLIN-MARATHON: Die Rekordjagd geht weiter.  
Seite 2

Außerdem unterstützt BMW die Organisatoren mit emissionsarmen und umweltschonenden Fahrzeugen: 28 Automobile an der Strecke, 30 Organisations- und Shuttlefahrzeuge, 13 BMW Motorräder, drei BMW E-Scooter C Evolution sowie fünf BMW Fahrräder.

Zur Auftaktveranstaltung hat die SCC EVENTS GmbH, die den BMW BERLIN-MARATHON veranstaltet, über 500 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Sport in der BMW Niederlassung Berlin eingeladen, darunter Hausherr Wolfgang Büchel, Stefanie Wurst, BMW Markenbotschafterin Katarina Witt, Anna Hahner, sowie Vertreter der Senatsverwaltung.

„In den vier Jahren der Partnerschaft mit BMW hat sich der BMW BERLIN-MARATHON noch einmal ein gutes Stück weiterentwickelt“, sagt Thomas Steffens, Unternehmenssprecher von SCC EVENTS. „Das Engagement von BMW im Laufsport ist genauso nachhaltig wie konsequent und geht über ein reines Sponsoring hinaus. Gemeinsam mit BMW arbeiten wir intensiv daran, das Erlebnis für die Aktiven und die Zuschauer noch eindrucksvoller zu gestalten. Dieser Weg ist erfolgreich, und wir sind dankbar für so einen Partner.“

Besucher des BMW BERLIN-MARATHON können selbst erfahren, wie sich die Mobilität der Zukunft im BMW i3 anfühlt: Testfahrten werden bei der BMW i3 Driving Experience im Rahmen der Sport- und Gesundheitsmesse Messe BERLIN VITAL Herbst (Flughafen Tempelhof) angeboten. Zudem können sich Messe-Besucher mit dem Führungsfahrzeug BMW i3 fotografieren lassen. Der Sofortausdruck des Fotos kann direkt am Counter abgeholt werden. Läuferinnen und Läufer haben die Möglichkeit, das Bild nach dem Marathon in hoher Auflösung auf [www.bmw-laufsport.de](http://www.bmw-laufsport.de) mit Name, Zielzeit und Startnummer zu individualisieren, herunterzuladen oder direkt auf Facebook zu posten.

Der BMW BERLIN-MARATHON 2014 wird live von ARD (8.35 bis 11.30 Uhr) und RBB (8.30 bis 13.30 Uhr) übertragen. Bilder von der Veranstaltung (8.40 bis 11.30 Uhr) sind in über 100 Ländern zu sehen.



Datum 26. September 2014  
Thema 41. BMW BERLIN-MARATHON: Die Rekordjagd geht weiter.  
Seite 3

### **Hinweis an die Redaktionen:**

Online finden Sie die aktuellen Pressemeldungen, Pressemappen sowie für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zu BMW Laufsport unter:  
[www.press.bmwgroup-sport.com](http://www.press.bmwgroup-sport.com)

Allgemeine Informationen finden Sie auch im BMW Laufsport Portal unter:  
[www.bmw-laufsport.de](http://www.bmw-laufsport.de)

### **Pressekontakt:**

BMW Group  
Konzernkommunikation und Politik  
Sportkommunikation

Nicole Stempinsky  
Tel.: 089 – 382-51584  
E-Mail: [Nicole.Stempinsky@bmw.de](mailto:Nicole.Stempinsky@bmw.de)

Matthias Bode  
Tel.: 089 – 382-61742  
E-Mail: [Matthias-Benedikt.Bode@bmw.de](mailto:Matthias-Benedikt.Bode@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 2013 belief sich auf 7,91 Mrd. €, der Umsatz auf rund 76,06 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2013 beschäftigte das Unternehmen weltweit 110.351 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.



Datum 26. September 2014  
Thema 41. BMW BERLIN-MARATHON: Die Rekordjagd geht weiter.  
Seite 4

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>