BMW GROUP
Unternehmenskommunikation

Presse-Information
20. März 2015

Premiere im Heiligen Land: BMW Group Classic unterstützt Oldtimer-Rundfahrt durch Israel.

Drei historische BMW Sportwagen bei der ersten Holy Land 1000 Tour am Start – BMW Group Classic Botschafter SKH Prinz Leopold von Bayern sitzt am Steuer des legendären BMW 507.

München. Die BMW Group Classic weitet ihr internationales Engagement auf dem Gebiet der Schauveranstaltungen und Rundfahrten für historische Fahrzeuge aus. Als Partner der erstmals ausgetragenen Holy Land 1000 Tour durch Israel unterstützt sie ein weltweit einzigartiges Event, bei dem Automobil-Tradition und Kulturgeschichte eine für Teilnehmer und Zuschauer gleichermaßen faszinierende Verbindung eingehen. Die für mindestens 50 Jahre alte Sportwagen und Rennfahrzeuge ausgeschriebene Zuverlässigkeitsfahrt führt vom 22. bis zum 27. März 2015 über rund 1 000 Meilen (1 600 Kilometer) auf einer sowohl historisch interessanten als auch landschaftlich reizvollen Strecke durch das Heilige Land. Aus dem Fuhrpark der BMW Group Classic gehen gleich drei Meilensteine der BMW Markengeschichte bei der Holy Land 1000 Tour an den Start. Angeführt wird das Trio von einem BMW 507 mit dem BMW Group Classic Botschafter SKH Prinz Leopold von Bayern am Lenkrad.

Die Holy Land 1000 Tour wurde von einer Gruppe von israelischen Oldtimer-Enthusiasten ins Leben gerufen, die langjährige Erfahrung beim Mitwirken an hochkarätigen Klassiker-Treffen und Rundfahrten in aller Welt gesammelt haben und nun erstmals in ihrem Heimatland als Ausrichter einer Vergleichsfahrt für historische Automobile auftreten. Die Premiere im Heiligen Land ist ein klares Signal für die auch in Israel stetig wachsende Begeisterung für historische Fahrzeuge. Die Veranstaltung wird als Charity-Event durchgeführt, ihre Erlöse kommen unter anderem zahlreichen Jugend- und Bildungsprojekten in jenen Orten zugute, durch die die Tour in diesem Jahr führt.

In enger Abstimmung mit nationalen Regierungsstellen, lokalen Behörden und der Polizei arbeiteten die Initiatoren eine Streckenführung aus, die den Teilnehmern sowohl ein Bild des modernen Israel als auch intensive Eindrücke seiner unvergleichlichen Geschichte vermittelt. Abwechslungsreich gestaltet sich auch das Landschaftsbild entlang der Tour: Von den im Frühjahr spektakulär erblühenden Ausläufern der Negev-Wüste über die schneebedeckten Bergspitzen der Golan-Höhen und von der Mittelmeerküste zwischen Haifa und Tel Aviv bis zum Ufer des Toten Meeres reicht die topografische Kulisse für die 60 an der Holy Land 1000 Tour teilnehmenden Klassiker.

Die BMW Group Classic engagiert sich als Partner der Veranstaltung sowie durch die Entsendung von drei faszinierenden Sportwagen aus der unternehmenseigenen Samm-

lung. Dabei gilt vor allem der von SKH Prinz Leopold von Bayern pilotierte Roadster BMW 507 als Legende auf Rädern. Der von dem jungen Designer Albrecht Graf Goertz gestaltete Zweisitzer war 1955 das Highlight der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt. Mit seinem 150 PS starken Achtzylinder-Motor ist er auch heute noch ein souveräner Langstrecken-Sportler.

Auf der Holy Land 1000 Tour wird er von einem BMW 503 Coupé und einem BMW 3200 CS begleitet. Das BMW 503 Coupé, ebenfalls 1955 vorgestellt, wird von einer 140 PS starken Ausführung des damals einzigartigen Leichtmetall-V8-Motors angetrieben. Sein Nachfolger, der BMW 3200 CS, kam 1962 auf den Markt und setzte die Tradition der eleganten Oberklasse-Coupés der Marke mit Achtzylinder-Motor fort.

Als Start- und Zielpunkt der ersten Holy Land 1000 Tour dient die Mittelmeer-Metropole Tel Aviv. Innerhalb von fünf Tagen passieren die Teilnehmer darüber hinaus unter anderem die historischen Städte Nazareth, Aschkelon, Be'er Scheva und Jerusalem, den See Genezareth sowie am Ufer des Toten Meeres auch den am tiefsten gelegenen Punkt der Erde und absolvieren dabei eine Reise, die über 1 000 Meilen und durch 3 000 Jahre Geschichte führt.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group Konzernkommunikation und Politik
Stefan Behr
BMW Group Classic, Leiter Pressekommunikation und Events
Telefon: +49-89-382-51376
mailto: Stefan.Behr@bmw.de
Internet: www.press.bmw.de

BMW Group Classic
Gabriele Fink
Konzernkommunikation und Politik
Leiterin BMW Museum, BMW Group Classic Kommunikation
Telefon: +49-89-382-51375
mailto: gabriele.fink@bmw.de
Internet: www.bmwgroup.com

BMW Museum – Geschichte zum Anfassen

In dem Ensemble aus BMW Welt, Museum und Werk können Besucher jeden Alters hautnah die Historie, Gegenwart und Zukunft der Marke BMW erleben. Dabei nimmt das BMW Museum eine wichtige Funktion ein. Seit seiner Neueröffnung im Jahr 2008 präsentiert es erfolgreich die BMW Historie und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Das Thema Mobilität geht das Museum auch für junge Besucher umfassend an. Mit dem Junior Museum bietet es für Kinder und Jugendliche ein spezielles Programm, dessen pädagogisches Konzept auf spielerisches Entdecken setzt. Auch das Museum selbst hat schon Geschichte: Es ist eines der ältesten Automobilmuseen Deutschlands, wurde 1973 erbaut und steht seit 1999 unter Denkmalschutz.

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 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.

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