



Presse-Information
26. Juli 2015

Ereignisreicher Auftakt zum 35. America's Cup in Portsmouth.

130.000 Besucher verfolgen spannende Wettfahrten –
ORACLE TEAM USA segelt auf Rang drei.

Portsmouth. Erstmals seit der ersten Regatta um den „Auld Mug“ im Jahr 1851 rund um die Isle of Wight hat im nur wenige Kilometer entfernten Portsmouth wieder ein America's-Cup-Event vor der englischen Küste stattgefunden. Zum Auftakt der Louis Vuitton America's Cup World Series (LVACWS) besuchten trotz unfreundlicher Wetterbedingungen am Freitag und Sonntag 130.000 Yachtsport-Begeisterte die Regatta, die mit dem Sieg des englischen Herausforder-Teams Ben Ainslie Racing endete. Die Veranstaltung war gleichzeitig die Premiere von BMW als Global Partner des 35. America's Cup.

BMW präsentierte den Besuchern den neuen BMW 7er in einem Closed Room und stellte als VIP-Shuttle-Fahrzeuge eine Flotte von vollelektrischen BMW i3 zur Verfügung. BMW Kunden hatten im BMW Owners' Club mit Terrasse den perfekten Blick aufs Wasser, auch Kinder konnten im BMW Yacht Club spannende Stunden erleben. Zudem hatten die Fans täglich eine Stunde lang die Gelegenheit, sich mit dem Sportwagen der Zukunft, dem Plug-in-Hybrid BMW i8, und der America's Cup Trophy fotografieren zu lassen.

Der Stellenwert der Veranstaltung wurde unterstrichen durch den Besuch Ihrer Königlichen Hoheiten Prinz William, Herzog von Cambridge, und seiner Frau Catherine, Herzogin von Cambridge. Das royale Paar besuchte am Sonntag alle Teams und überreichte bei der Siegerehrung die Pokale und Medaillen.

James „Jimmy“ Spithill (AUS), Skipper des ORACLE TEAM USA und zweimaliger America's-Cup-Sieger, war dennoch begeistert und unterstrich die Qualität der Wettfahrten: „Die Rennen waren großartig, das war toller Segelsport. Es gab viele Führungswechsel, sechs starke Teams: das Niveau ist sehr, sehr hoch. Das Interesse war gewaltig – selbst wenn es das America's Cup Match gewesen wäre, wären die Zuschauerzahlen sicherlich vergleichbar gewesen.“ Das ORACLE TEAM USA belegte mit 16 Punkten Rang drei hinter Ben Ainslie Racing (19) und dem Emirates Team New Zealand (18).



In der LVACWS segeln Titelverteidiger ORACLE TEAM USA und die fünf Herausforderer auf etwas kleineren Katamaranen, als sie beim America's Cup zum Einsatz kommen. Es handelt sich dabei um One-Design-Yachten, die mit einem Flügelsegel ausgestattet sind und foilen, d.h. mit beiden Rümpfen über der Wasserlinie segeln, können. Die engen Wettfahrten auf diesen High-Tech-Rennmaschinen konnten die begeisterten Fans von der Küste aus verfolgen. Wegen stürmischer Winde konnte aus Sicherheitsgründen am Sonntag nicht mehr gesegelt werden.

In der Louis Vuitton America's Cup World Series werden bereits Punkte gesammelt, mit denen die Herausforderer 2017 in den Wettbewerb starten. In diesem Jahr macht die Series nach dem Auftakt in Portsmouth Station im schwedischen Göteborg (28. bis 30. August) sowie in Hamilton (Bermuda, 16. bis 18. Oktober), wo 2017 auch der 35. America's Cup ausgetragen werden wird.

Hinweis an die Redaktionen: Online finden Sie die aktuellen Pressemeldungen, Pressemappen, für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zu den BMW Sport Engagements unter: www.press.bmwgroup-sport.com

BMW Sportkommunikation

Nicole Stempinsky

Tel: +49 (0)89 – 382 51584

E-Mail: Nicole.Stempinsky@bmw.de

Internet: www.bmw-yachtsport.com

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>

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



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