



Presse-Information
29. Februar 2016

BMW Motorrad International GS Trophy Südostasien 2016, Tag 1. Team Argentinien führt!

München/Pai. Das Warten hat ein Ende für die Teilnehmer, Organisatoren und Fans auf der ganzen Welt: die BMW Motorrad International GS Trophy 2016 ist offiziell gestartet. Am Sonntag, den 28. Februar um 08.30 Uhr erwachte das Rim Doi Resort in Chiang Doi durch den Sound der Motoren von über 100 BMW R 1200 GS Maschinen. 19 internationale Teams, Journalisten und Marschals starteten zur ersten Etappe der GS Trophy 2016.

Die Teilnehmer kamen aus der ganzen Welt für diesen einzigartigen Motorrad-Wettbewerb. Die Gemeinschaft der Mitwirkenden ist geprägt von der Leidenschaft für GS-Motorräder und Abenteuerreisen. Ihr erster Eindruck von Thailand auf zwei Rädern war das Fahren auf der linken Straßenseite. Doch mehr Sorgen bereiteten den Fahrern die Straßen selbst, denn über Nacht hatte der Regen den ersten Offroad-Abschnitt unpassierbar gemacht.

Aus diesem Grund wurden die Fahrer auf eine hügelige 4x4-Strecke umgeleitet, die nach 50 Kilometern zur ersten Sonderprüfung führte. Auf dem Weg dorthin fuhren die Konkurrenten an Reisfeldern und kleinen Dörfern vorbei. Auch Elefanten und Wasserbüffel ließen sich blicken, bevor die GS-Fahrer an der Sonderprüfung genannt "Broken Bridge" ankamen. Die Aufgabe erschien zunächst sehr einfach, doch war es letztendlich alles andere als das...

Die Teams mussten zwei Bikes mit laufendem Motor den Weg hinab zur „Broken Bridge“ schieben und über die Reste der Brücke wuchten.

Die Unterstützung durch die anderen Teams war fantastisch. Besonders das Trio der weiblichen Fahrerinnen war bei ihrer ersten Int. GS Trophy-Aufgabe überwältigt, wie viel Jubel und Ermutigung sie von den Männern erhielten.

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49 89 382-0

Internet
www.bmwgroup.com



Presse-Information
Datum 28. Februar 2016
Thema
Seite 2

Die Aufgabe „Broken Bridge“ lief gegen die Zeit und der klare Sieger war das Team Deutschland. Eine weitere Sonderprüfung erwartete die Teams noch im Laufe des Tages. Zunächst konnten die Teilnehmer jedoch einen 57 Kilometer langen Fahrabschnitt genießen.

Die nächste Sonderprüfung hieß "Slow Race" und war eine Challenge auf einem Sandplatz. Die Fahrer mussten so langsam wie möglich von Punkt A nach Punkt B fahren. Abzüge gab es, wenn sie den Boden berührten oder den Motor abgewürgten. Die Zeiten der einzelnen Fahrer wurden für das Gesamtergebnis addiert. Der Sieg gehörte Team Südafrika, die wesentlich mehr Zeit rausholen konnten als ihre Konkurrenten.

Nach Ende dieser Challenge fuhren die Teilnehmer eine weitere, 63 Kilometer lange Strecke, auf der sie mit spektakulären Aussichten, Bergpässen, Dorfmärkten und dem Aroma thailändischer Garküchen belohnt wurden. Die kurvenreiche Straße führte sie in ein von Wald umgebenes Tal, wo sie mit glücklichen Gesichtern ihren Campingplatz in Pai erreichten.

Nach einem hervorragenden Abendessen vom Catering des Shangri-La Hotels in Chiang Mai wurden die Ergebnisse der Teams veröffentlicht. Obwohl sie beide Prüfungen nicht gewonnen, sondern sich jeweils an dritter Stelle platziert hatten, hat das Team Argentinien die Tabellenführung übernommen. Dies zeigt, dass Konsistenz der Schlüssel zum GS Trophy-Erfolg sein könnte.

Gaston Quiroga, Team Argentinien: „Das war ein guter Tag für uns. Wir haben die Fahrt am Morgen sehr genossen. Es war etwas Besonderes, Elefanten zu sehen und die 4x4 Strecke führte uns tief in die ländlichen Regionen Thailands, weit abseits der touristischen Regionen. Wir hatten zwei gute Sonderprüfungen. Auf der „Broken Bridge“ war es wichtig, den Ablauf logisch zu managen. Wir haben uns die Technik von Team Deutschland abgeschaut und das war eine große Hilfe. Wir waren begeistert, so gut in dem „Slow Race“ gewesen zu sein - auch wenn ich am Ende Angst um meine Kupplung hatte. Dass wir in Führung



Presse-Information

Datum 28. Februar 2016

Thema

Seite 3

sind, ist eine wunderbare Überraschung. Wir kriechen heute Abend mit einem breiten Lächeln in unsere Schlafsäcke!"

Die Ergebnisse von Tag 1 der Int. GS Trophy 2016:

| Position | Team | Points |
|-----------------|---------------------------|---------------|
| 1 | Argentinien | 36 |
| 2 | UK | 34 |
| 3 | Südafrika | 32 |
| 4 | Deutschland | 30 |
| 4 | Italien | 30 |
| 6 | Mexiko | 29 |
| 7 | Frankreich | 27 |
| 8 | Lateinamerika | 26 |
| 9 | CEEU | 25 |
| 10 | China | 24 |
| 11 | Kanada | 22 |
| 12 | Brasilien | 18 |
| 13 | USA | 17 |
| 14 | International Female Team | 16 |
| 15 | Japan | 12 |
| 15 | Russland | 12 |
| 17 | Südkorea | 10 |
| 18 | Alpen | 9 |
| 18 | Südostasien | 9 |

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information
Datum 28. Februar 2016
Thema
Seite 4

Internet: www.press.bmw.de
E-mail: presse@bmw.de

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Liane Drews, Kommunikation Motorrad
Telefon: +49 89 382-60964, Fax: +49-89-382-23927

Markus Sagemann, Leiter Produkt- und Lifestyle Kommunikation MINI, BMW Motorrad
Telefon: +49 89 382-68796, Fax: +49 89 382-23927

Internet: www.press.bmw.de
E-mail: presse@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 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 2015 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,247 Millionen Automobilen und rund 137.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2014 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>