Presse-Information
16. April 2020

„United in Rivalry“ – BMW geht Partnerschaft mit weltführenden eSports-Teams ein.

- **Partnerschaft mit fünf der weltbesten Teams unter den Mottos „United in Rivalry“ und „United at Home“**
- **Vielfältiges Engagement auf höchster Stufe des Gaming**
- **Förderung des Sports durch Technologietransfer; Einsatz von BMW Know-how und Kompetenz**
- **Teamfahrzeuge mit einzigartiger, von BMW und Teams gemeinsam entwickelter Folierung**

München. In der vor allem unter den Mitgliedern der sogenannten Next-Generation-Zielgruppe immer populäreren Welt der Computer-, Online- und Simulationsspiele (eSports) baut die Marke BMW derzeit ihr Engagement deutlich aus. Bereits im Jahr 2017 sorgte BMW als offizieller Partner des europäischen „League of Legends“-Finales in Paris erstmals für Aufsehen in der Welt des virtuellen Sports. Und spätestens 2019 hatte sich BMW mit der erfolgreichen SIM Racing Saison, die mit der BMW SIM LIVE Premiere in der BMW Welt in München endete, endgültig als ernstzunehmender Big Player in der Welt des eSports etabliert. Vor allem aber tritt die Marke BMW ab sofort auch als Unterstützer von einigen der angesagtesten und erfolgreichsten eSports-Teams und als Förderer des eSports insgesamt auf.

Beim eSports-Segment handelt es sich um einen seit Jahren mit eindrucksvollen Zuwachsraten glänzenden Bereich. Sowohl in Sports- als auch Non-Sports-Simulationen treten mehr und mehr eGamer unterschiedlichster Nationalitäten online, aber auch bei populären Offline-Events in aller Welt gegeneinander an.

„eSports zeigt uns, wie Sport-Entertainment weiterhin wachsen und trotz der heutigen Herausforderungen eine wichtige Rolle spielen kann. Mit unserem Einstieg in eSports möchten wir ein nachhaltiger, globaler Partner werden, der die Teams und die Disziplin als Ganzes unterstützt – vor, während und nach diesen ungewissen Zeiten“, sagt **Jens Thiemer, Senior Vice President Customer and Brand BMW**. „Gemeinsam mit den besten Teams der Welt haben wir das Ziel, unsere Design- und Innovationskompetenzen einzusetzen, um die Disziplin langfristig mitzugestalten. Unser Engagement im eSport ist ein wichtiger Meilenstein und bietet erstmalig völlig neue Berührungspunkte mit einer dynamischen und schnell wachsenden Community. Wir betrachten eSports als

Firma
Bayerische
Motoren Werke
Aktiengesellschaft

Postanschrift
BMW AG
80788 München

Telefon
+49-89-382-56097

Internet
www.bmwgroup.com

ein wichtiges Zukunftsfeld unserer Marketing-Aktivitäten, um BMW auf dem Weg zu einer emotionalen Beziehungsmarke zu unterstützen.“

BMW als Partner von fünf der erfolgreichsten eSports-Teams.
Um sich nachhaltig als neuer Big Player im eSports-Bereich zu etablieren, tritt BMW ab sofort als Partner von fünf der weltweit besten eSports-Organisationen auf. Cloud 9 (US), Fnatic (UK), Funplus Phoenix (CN), G2 Esports (DE) und T1 (KR) verfügen über jeweils bis zu 200 Spieler, die vor allem im Spiele-Klassiker „League of Legends“ aufeinandertreffen. Dieser Ende 2009 gestartete Fantasy-Multiplayer ist mit täglich weltweit bis zu acht Millionen gleichzeitig eingeloggten Spielern das unbestritten populärste und einflussreichste Online-Game. Für die zahllosen Fans gilt „League of Legends“ (LoL) als Königsklasse im eGaming. Das letztjährige LoL-Worlds-Finale in der Pariser AccorHotels Arena verfolgten etwa 44 Millionen Fans weltweit online via Livestream. Aber auch in weiteren Disziplinen wie „Dota 2“, „FIFA“, „Fortnite“ oder „Rocket League“ bestreiten die Teams Turniere vergleichbaren Ausmaßes auf der ganzen Welt, die ebenfalls von BMW unterstützt und gefördert werden. Die Marke BMW tritt dabei nicht nur als tatkräftiger Sponsor dieser Top-Teams auf, sondern auch als ein starker Partner, um diese Disziplin einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. „Unser langfristiges Ziel dabei lautet, die Teams aus unserem Portfolio zu allseits bekannten Namen innerhalb der gesamten Sport- und Unterhaltungsindustrie zu entwickeln“, erklärt Jens Thiemer.

Wir sind „United in Rivalry“ und „United at Home“.
Der ausgeprägte Wettbewerbsgeist der Teams und ihre historisch gewachsenen Rivalitäten untereinander sind innerhalb der eSports-Szene bestens bekannt. Gleichzeitig teilen die Organisationen aber natürlich die grenzenlose Leidenschaft fürs eGaming und verwandte Aktivitäten. Sie sind also „vereint in Rivalität“, und das gilt ganz besonders in den heutigen, von Unsicherheit und globalen Herausforderungen geprägten Zeiten. Im Rahmen der Partnerschaft mit BMW und den Gepflogenheiten der Szene entsprechend werden sie sich vor ihren Wettkämpfen gegenseitig herausfordern und zu übertrumpfen versuchen – und dabei auf Kanälen wie Instagram, Twitter, Facebook, WeChat und verschiedenen Streaming-Plattformen auf der ganzen Welt den Hashtag #unitedinrivalry nutzen. Dieses wechselseitige Aufschaukeln dient neben der Steigerung der eigenen

Motivation vor allem auch der Unterhaltung der Fans. Die Teams bewegen sich dabei selbstverständlich stets innerhalb der in der Szene obligatorischen Regeln der Fairness und des gegenseitigen Respekts, und natürlich nimmt jeder von zuhause aus daran teil. Deswegen wird neben dem Hashtag #unitedinrivalry auch der Hashtag #unitedathome benutzt werden.

„Wir freuen uns außerordentlich, unsere Partnerschaft mit BMW auszubauen und global in den Vordergrund zu rücken. Was uns eint, ist ein Bekenntnis zu Spitzenleistungen und höchster Qualität. Dazu gehört auch das Miteinander mit hervorragenden Teams – zusammen mit ihnen und BMW werden wir den Wettbewerbsgedanken in neue Höhen treiben!“ **Jack Etienne, Cloud9 CEO & Co-Founder.**

„Bei Fnatic geht es uns um maximale Leistung und Entertainment durch Technologie und Innovation. Das haben wir mit BMW gemeinsam, und deswegen ist BMW ein idealer Partner für unser Projekt, jeden Gamer auf dem Planeten auf den Next Level zu bringen. Als Pionier im Automobilbereich hat BMW eine lange Tradition im Aufbau von unterhaltsamem Leistungssport und in der Zusammenarbeit mit führenden Talenten und Teams, und wir freuen uns sehr darauf, gemeinsam mit BMW die Zukunft des eSports- und Entertainment-Bereichs zu gestalten.“ **Glen Calvert, Fnatic COO.**

„Dass eine weltweite Spitzenmarke beschlossen hat, mit Funplus Phoenix in den eSports-Sektor einzusteigen, ist eine fantastische Entwicklung für uns. BMW steht für hundert Jahre Geschichte, angesehene Technologie und globales Prestige. Diese Partnerschaft wird Innovation und die Jagd nach Spitzenleistungen in dieser neuen Ära beflügeln.“ **Funplus Phoenix CEO Chun Li.**

„Hier bei G2 Esports sind wir Pioniere im Gaming und darüber hinaus. Das sieht man an unserem unglaublichen Turniererfolg, unserem unterhaltsamen Content und der Energie, die wir jeden Tag an unsere Fans kommunizieren. BMW bringt G2 die Power zur Verwirklichung unserer Vision, zum Aufbau eines massiven Entertainment-Imperiums, das die besten Innovationen in der eSports-Industrie umsetzt. Dabei geht es nicht um Sponsoring, sondern um eine Partnerschaft mit

dem Ziel, die Power und den Einfluss von eSports ins Rampenlicht zu rücken.“ **Carlos „ocelote“ Rodriguez, G2 Esports CEO.**

„Zusammen mit einigen der weltbesten eSports-Organisationen ist T1 von der Idee begeistert, in Partnerschaft mit BMW Innovation und Entertainment in der Gaming-Industrie auf ein völlig neues Niveau zu heben. Faker und die gesamte T1-Familie freuen sich darauf, Content, Produkte und Programme zu entwickeln, die unsere gemeinsamen Werte wie Wettbewerbsgeist und erstklassige Leistungen für eSports-Fans und -Enthusiasten in der ganzen Welt zur Schau stellen.“ **Joe Marsh, T1 CEO.**

Austausch und Technologietransfer zur Förderung des eSports.
Die Zusammenarbeit zwischen BMW und den eSports-Teams ist dabei sehr weitreichend angelegt und geht weit über ein reines Sponsoring hinaus. So stellt BMW den Teams das Know-how und die Expertise ihrer Ingenieure und Designer zur Verfügung, um Hardware- oder Softwareprodukte zu entwickeln, die perfekt auf die Bedürfnisse der Gamer abgestimmt sind.

Aufmerksamkeitsstarke BMW Modelle als zukünftige Teamfahrzeuge.
Das Engagement von BMW umfasst zudem die Bereitstellung von offiziellen Teamfahrzeugen. Jede Organisation wird ein Teamfahrzeug mit einer besonderen, auffällig gefärbten Folierung haben, die Comic-Motive mit dem Logo der jeweiligen Organisation verbindet. Dabei ist die ausdrucksstarke Folierung ein weiterer Bestandteil der engen Kooperation und wurde von den Teams und BMW gemeinsam entwickelt. Die Fahrzeuge werden dadurch auf den ersten Blick zum Bestandteil der jeweiligen Teams. Sie betonen deren Stärken und eignen sich perfekt für öffentlichkeitswirksame Auftritte der Spieler und Organisationen – beispielsweise auch für spektakuläre Aufnahmen im Rahmen der #unitedinrivalry- und #unitedathome-Aktivitäten.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

@BMW Group
Christophe Koenig
Sprecher BMW Marke und Marketing,
BMW Welt, eSports, Powertrain Business Units
Tel: +49-89-382-56097
E-Mail: christophe.koenig@bmw.de

Presse-Information

Datum 16. April 2020

Thema „United in Rivalry“ – BMW geht Partnerschaft mit weltführenden eSports-Teams ein.

Internet: www.press.bmwgroup.com
E-Mail: presse@bmw.de

@Cloud 9:
Emily Gonzalez-Holland
Director of Marketing I Cloud9
Tel: +1.954.993.1478
E-Mail: emily@cloud9.gg

@Fnatic:
Charley Grafton-Callaghan
Global PR Lead
Tel: +44 79 7107 3914
E-Mail: press@fnatic.com

@Funplus Phoenix
E-Mail: fpx@funplusx.com
Twitter: https://twitter.com/FPX_Esports
Weibo: https://weibo.com/funplusx?topnav=1&wvr=6&topsug=1&is_all=1

@G2 Esports:
The Story Mob
G2@thestorymob.com

@T1
Kelsey Rowley
Communications Manager
T1 Entertainment & Sports
Tel: +1 267-254-3757
E-Mail: kelsey@t1.gg

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2019 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,5 Mio. Automobilen und über 175.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2019 belief sich auf 7,118 Mrd. €, der Umsatz auf 104,210 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen weltweit 133.778 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
Instagram: https://www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/

Cloud 9
Cloud9 wurde 2013 gegründet und hat sich zu einer der bekanntesten eSports-Organisationen der Welt entwickelt. Mit branchenweiten Meisterschaften, beispiellosen Zuschauerstunden und umfangreichen Bonuspaketen für Spieler und Mitarbeiter ist Cloud9 stolz auf seine Führungsrolle in allen Kategorien. Zurzeit setzt Cloud9 professionelle Teams in League of Legends, Counter-Strike: Global Offensive, Overwatch, Rocket League, Fortnite, Rainbow Six Siege, Hearthstone, Super Smash Bros Melee, World of Warcraft, Teamfight Tactics, DOTA 2 und PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS: Mobile ein.
Weitere Informationen über Cloud9 finden Sie hier: http://www.cloud9.gg

Fnatic
Fnatic ist eine in London ansässige globale eSports-Entertainment-Marke mit dem Ziel, eSports- und Kreativtalente zu finden, upzuleveln und noch stärker zu machen. Fnatic wurde 2004 gegründet und ist das erfolgreichste Team der letzten Dekade, mit über 200 Championships in 30 verschiedenen Games. Auf der Grundlage von Entertainment ist Fnatic heute der Kanal, über den die progressivsten Marken mit jungen Leute kommunizieren – mit branchenführenden Inhalten, Erlebnissen und Aktivierungen und Büros und Niederlassungen in Städten von Los Angeles bis Tokio. Fnatic ist Vorreiter im wettbewerbsorientierten Mobile Gaming, und das erste unter den führenden eSports-Teams mit einer Niederlassung in Indien. Als Pioniere an der Schnittstelle von Straßenkultur und eSports mit Merchandise-Kollaborationen ist Fnatic weiterhin branchenführend in Bezug auf die Qualität von Pro- und Fan-Kleidung. Unsere Profis und Kreativen erstellen viele Stunden an Entertainment-Content, die unsere globalen Partner auf unseren Social-Media-Kanälen für eine über 15 Millionen Menschen zählende Fangemeinde aufmerksamkeitswirksam in Szene setzen.
Weitere Informationen finden Sie hier: Fnatic.com
Folgen Sie Fnatic auf Twitter, Facebook, YouTube, Instagram

Funplus Phoenix
FunPlus Phoenix wurde 2017 von dem weltweit führenden Interactive-Entertainment-Unternehmen FunPlus gegründet und erspielte sich einen Platz in der League of Legends Pro League (LPL). Mittlerweile hat FunPlus Phoenix Divisionen für League of Legends, Fortnite, Game for Peace, usw. 2019 gewann FunPlus Phoenix seine erste Meisterschaft, die 2019 LPL Summer Championship, und stellte seine Überlegenheit in den Worlds als das an Nummer eins gesetzte Team unter Beweis. Mit seinem Sieg über G2 Esport gewann FunPlus Phoenix schließlich die 2019 League of Legends World Championship mit einem Team, dessen Mitglieder alle zum ersten Mal bei den Worlds auftraten. Zwei Jahre nach seiner Gründung hat FunPlus Phoenix jetzt Fans in der ganzen Welt und wird weiterhin im eSports-Sektor aktiv sein, mit dem Ziel, sich zu einem der Top-eSports-Teams der Zukunft zu entwickeln.

G2 Esports
G2 Esports ist eines der führenden Entertainment-Assets im eSports-Sektor, mit einigen der weltbesten Turnierspieler und bekanntesten Gaming-Persönlichkeiten. Der Club wurde von dem legendären „League of Legends“-Spieler und anschließenden Teameigner Carlos „ocelote“

Rodriguez und dem langjährigen eSports-Unternehmer und -Investor Jens Hilgers gegründet. G2 hat sich das Ziel gesetzt, den Unterhaltungswert von eSports auf ein neues Niveau zu bringen. Dabei hat G2 mit den besten Partnern kollaboriert, hochwertige Fanartikel produziert, einzigartigen und wegweisenden Content entwickelt und seine Gamer dazu gebracht, alle Hindernisse zu überwinden und mit den Besten der Welt auf Augenhöhe zu konkurrieren. G2 Esports ist seit seiner Gründung einer der erfolgreichsten eSports-Clubs der Welt.

T1
T1 Entertainment & Sports ist ein globales eSports-Joint-Venture, das das ultraerfolgreiche Team „League of Legends Champions Korea (LCK)“ besitzt und betreibt, zusammen mit Teams und Spielern in anderen Profigaming-Segmenten wie Fortnite, Dota 2, PUBG, Super Smash Bros., Hearthstone, Apex Legends, Overwatch und dem in Kürze startenden Valorant. Das LoL-LCK-Team von T1 – früher bekannt unter dem Namen SK Telecom T1 – hat bislang drei LoL World Championships (2013, 2015, 2016) gewonnen. Durch Gaming-Kultur und -Lifestyle, Content-Generierung, Unterhaltung und Merchandising vereint T1 eSports-Enthusiasten auf der ganzen Welt. SK Telecom und Comcast Spectacor gründeten T1 im Oktober 2019 neu und unterhalten Firmensitze in Seoul, Philadelphia und Los Angeles.
Weitere Informationen finden Sie hier: T1.gg.