



Presse-Information
7. April 2021

BMW Esports meets Manga: In „Heroes of Rivalry“ schickt BMW seine Partnerteams auf eine fantastische Abenteuer-Reise und präsentiert OG Esports als Neuzugang.

- **„Dota 2“-Weltmeister OG Esports geht künftig für BMW auf Titeljagd.**
- **Neue Kampagne „Heroes of Rivalry“ bringt das BMW Esports Engagement in die Welt des Manga.**
- **Der japanische Künstler Acky Bright gestaltet acht spannende Episoden.**

München. „United in Rivalry“ startet 2021 ins nächste Level. Auch in dieser Saison ist BMW Partner von einigen der besten Esports-Teams der Welt. Cloud 9, FNATIC, FunPlus Phoenix, G2 Esports und T1 kämpfen im Spiele-Klassiker „League of Legends“ regelmäßig um Siege und Titel. Am Mittwoch wurde OG Esports, das unter anderem in „Dota 2“ zur Weltspitze gehört, als neues „United in Rivalry“-Partnerteam vorgestellt. Damit ist BMW künftig auch außerhalb von „League of Legends“ prominent im Esports vertreten. Gemeinsam gehen die Teams nun auf eine ganz besondere Reise: Im Manga des japanischen Künstlers Acky Bright sind sie die Helden in einer Fantasy-Welt. Die Abenteuer, die dort auf sie warten, können sie bei aller Rivalität nur als Einheit bestehen – „United in Rivalry“ also.

„Die Superhelden in unserem Manga entfalten nicht nur in ihrem Abenteuer eine große Kraft, sie beflügeln auch die Fantasie jedes Einzelnen“, sagt Stefan Ponikva, Vice President Brand Experience BMW. „Den Manga umgibt etwas Magisches: Er berührt die Leute in ihrem Herzen. Und das ist der springende Punkt: Der Manga folgt unserem Ziel, Markenbotschaften mit viel Feingefühl für Bilder, Sprache und Symbole sowie größtmöglicher Empathie in Emotionen zu packen und die Leute zu unterhalten. Das ist in einer Popkultur wie der Esports-Szene viel effektiver, als die nächste Display-Ad zu schalten. Mit dem Manga kommunizieren wir mit einer Zielgruppe, die eigentlich nicht werbeaffin ist, auf Augenhöhe. Und wir sind dort, wo sie sind – auf ihren mobilen Geräten. Mit ‚Heroes of Rivalry‘ zünden wir die nächste Stufe und befeuern den Esports-Hype nicht nur, sondern gestalten ihn aktiv. Ich freue mich riesig auf das zweite Esports-Jahr für BMW.“

Die Geschichte der BMW Esports Teams spielt im bekannten Manga-Genre Isekai, in dem Helden aus der realen Welt in einer parallelen Fantasy-Umgebung Herausforderungen meistern und fiktive Gefahren überstehen müssen. Die aus Japan



Presse-Information

Datum 7. April 2021

Thema BMW Esports meets Manga: In „Heroes of Rivalry“ schickt BMW seine Partnerteams auf eine fantastische Abenteuer-Reise und präsentiert OG Esports als Neuzugang.

Seite 2

und Korea – wo sie als „manhwa“ bekannt ist – stammende Kunstform des Manga erlebt einen weltweiten Boom. Die Fan-Gemeinde wächst rasant, führende Streaming-Dienste investieren umfangreich in den Markt der verwandten Anime. Mangas unterscheiden sich von westlichen Comics deutlich, unter anderem in der gegensätzlichen Leserichtung der etwa hundertseitigen Hefte, die von rechts nach links verläuft. Viele Mangas werden als Episoden in regelmäßig erscheinenden Magazinen veröffentlicht, ehe sie als eigenständige Bände gebündelt werden. „Heroes of Rivalry“ umfasst insgesamt acht Episoden. Sie werden unter anderem auf den BMW Esports Social-Media-Kanälen sowie auf www.bmw.com/heroesofrivalry zu sehen sein.

Konzept und Storyline für „Heroes of Rivalry“ stammen von Jung von Matt aus Hamburg, hinter den Zeichnungen steht der bekannte japanische Illustrator und Manga-Künstler Acky Bright. Er startete als Graffiti-Designer und entwickelte seinen eigenen einzigartigen Stil in Sachen Gestaltung, Illustration, Livepaint und Manga, der ihn von anderen Mangaka unterscheidet und ihm eine treue Fangemeinde einbrachte. Er gründete sein eigenes Studio – Brightworks – für Design- und Werbekampagnen und ist Partner des japanischen Kunstunternehmens Tokyo Direct, das Manga koproduziert, Arbeiten international lizenziert, Künstlerveranstaltungen wie Livepainting ausrichtet und sich bei Social-Networking-Aktivitäten engagiert.

OG Esports feiert ersten Auftritt im „Heroes of Rivalry“ Manga.

Sein sechstes Partnerteam OG Esports präsentierte BMW im Rahmen der „Heroes of Rivalry“-Kampagne den Fans. Die europäische Mannschaft wird im Spiel „Dota 2“ die Farben von BMW vertreten. OG Esports wurde 2015 gegründet und hat in den Jahren 2018 und 2019 jeweils „The International“, das wichtigste und am höchsten dotierte Turnier der Saison, gewonnen. Für diese beiden Triumphe bei der „Dota 2“-WM erhielt das Team ein Gesamtpreisgeld in Höhe von rund 27 Millionen US-Dollar. Neben „Dota 2“ ist OG Esports auch in anderen Spielen – unter anderem „Valorant“ – erfolgreich unterwegs.

„OG Esports sorgt für den nächsten Boost der ‚United in Rivalry‘-Familie“, sagt Ponikva. „Neben ‚League of Legends‘ sind wir nun auch auf ‚Dota 2‘ dabei – noch dazu mit einem absoluten Top-Team. Das ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zur Verwirklichung unserer Vision, tief in die Popkultur des Esports einzutauchen und



Presse-Information
Datum 7. April 2021
Thema BMW Esports meets Manga: In „Heroes of Rivalry“ schickt BMW seine Partnerteams auf eine fantastische Abenteuer-Reise und präsentiert OG Esports als Neuzugang.
Seite 3

unser Engagement in dieser einzigartigen Szene mit ganz eigener Sprache, eigenen Referenzen und Symbolen noch breiter aufzustellen.“

„Ich bin mit einem Poster von einem BMW Motorrad an der Wand aufgewachsen. Jetzt, viele Jahre später, mit BMW zusammenzuarbeiten, ist wie ein Traum, der wahr geworden ist“, meint JMR Luna, CEO von OG Esports. „BMW ist eine wunderbare Marke und ein großartiges Unternehmen. Sie sind als Partner von fünf der größten Esports-Organisationen der Welt in den Esports-Bereich eingestiegen. Es ist eine Ehre für uns, nun ein Teil dieser prestigeträchtigen Gruppe zu sein. Ein großer Dank geht an unsere Fans. Sie haben immer an uns geglaubt und uns unterstützt. OG und BMW werden von nun an hart dafür arbeiten, euch allen noch viele weitere unglaubliche Momente zu bescheren.“

„Dota 2“ ist wie „League of Legends“ ein Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) Game und der Nachfolger der beliebten Modifikation „Defense of the Ancients“ für das Strategiespiel „Warcraft 3“. Das Spiel wurde am 9. Juli 2013 als Free-to-play-Titel veröffentlicht. „Dota 2“ hatte im Januar 2019 weltweit über 11 Millionen monatlich aktive Nutzer. OG Esports war bereits 2017 das erste Team in „Dota 2“, das vier Major-Titel gewann, und 2019 ebenfalls das erste, das seinen Weltmeister-Titel bei „The International“ verteidigen konnte.

Über BMW Esports.

BMW kooperiert seit 2020 als Partner mit fünf der weltbesten Teams im Spiele-Klassiker „League of Legends“. Cloud 9, FNATIC, FunPlus Phoenix, G2 Esports und T1 verteten bei den größten Events der Branche die Farben von BMW. Höhepunkt der ersten gemeinsamen Saison 2020 waren die Worlds, bei denen G2 Esports und FNATIC im Wettkampf mit den besten Teams der Welt die K.o.-Runde der Finals erreichen konnten. Für G2 Esports führte der Weg sogar bis ins Halbfinale. Seit April 2021 gehören auch die „Dota 2“-Spezialisten von OG Esports zum „United in Rivalry“-Aufgebot. Das Esports-Engagement bietet BMW völlig neue Berührungspunkte mit einer dynamischen und schnell wachsenden Community. Esports ist damit ein wichtiges Zukunftsfeld der BMW Marketing-Aktivitäten. Auch im Sim-Racing ist BMW prominent vertreten und hat BMW SIM Racing als eigenständige Säule in sein Rennsport-Programm integriert. Die BMW SIM Cups ziehen die weltbesten Sim-Racer an, die in virtuellen BMW Rennfahrzeugen um Siege, Titel und attraktive Preisgelder



Presse-Information
Datum 7. April 2021
Thema BMW Esports meets Manga: In „Heroes of Rivalry“ schickt BMW seine Partnerteams auf eine fantastische Abenteuer-Reise und präsentiert OG Esports als Neuzugang.
Seite 4

kämpfen. 2021 sind zum ersten Mal BMW SIM Racing Teams am Start. BS+COMPETITION, G2 Esports, Team GB und Team Redline vertreten BMW auf verschiedenen Simulationsplattformen.

Hinweis an die Redaktionen:

Ein Clip zur Vorstellung der Kampagne „Heroes of Rivalry“ steht im BMW Group PressClub zum Download bereit.

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Group

Benedikt Torka
Sprecher BMW Motorsport und Esports
Tel: +49-89-382-32455
E-Mail: benedikt.torka@bmwgroup.com

Internet: www.press.bmwgroup.com

E-Mail: presse@bmw.de

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 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

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/bmw-group/>