

Presse-Information

28. Februar 2025

Luke Donald: „Die Atmosphäre bei der BMW International Open ist immer erstklassig“.

+++ Europas Ryder-Cup-Kapitän schlägt bei der BMW International Open 2025 ab +++ Luke Donald im Exklusiv-Interview: „Alle Spieler freuen sich auf dieses Turnier“ +++ Einziges DP World Tour Event in Deutschland vom 2. bis 6. Juli 2025 (Golfclub München Eichenried) +++

München. Der ehemalige Weltranglistenerte Luke Donald wird zum dritten Mal in Folge und zum siebten Mal insgesamt bei der BMW International Open an den Start gehen. Donald ist der erste Europäer seit dem Schotten Bernard Gallacher (1991, 1993, 1995), der in aufeinanderfolgenden Ryder Cups als Kapitän amtiert. Er wird versuchen, beim Ryder Cup 2025 mit Worldwide Partner BMW (23. bis 28. September, Bethpage Black Course, USA) den vor zwei Jahren in Rom gewonnenen Titel zu verteidigen. Im Interview spricht der 47-jährige Engländer über die anstehende BMW International Open, die speziellen Herausforderungen eines Ryder Cup in den USA und spricht über den Wert der Unterstützung durch BMW.

Luke, Sie haben bei der BMW International Open erstmals im Jahr 2004 gespielt und seither immer wieder gerne in München abgeschlagen. Was macht dieses Turnier aus Spielersicht so besonders?

Luke Donald: „Die BMW International Open ist ein großartiges Event, auf das sich alle Spieler der DP World Tour freuen. Wir werden von BMW hervorragend betreut, vom Fahrservice bis hin zur Spielerlounge: jedes kleine Detail ist gründlich durchdacht.“

Wie sehr freuen Sie sich auf München an sich und auf die deutschen Golf fans?

Donald: „Ich komme wirklich gerne nach München. Es ist eine lebendige Stadt mit viel Kultur und Freizeitmöglichkeiten. Dadurch ist diese Woche sowohl auf als auch abseits des Golfplatzes eine

besondere. Die deutschen Golf Fans sind ein fachkundiges Publikum – angesichts einiger Spieler, die das Land im Laufe der Jahre hervorgebracht hat, ist das kein Wunder. Sie sind kenntnisreich, respektvoll und zeigen allen Spielern ihre Wertschätzung. Die Atmosphäre auf dem Golfplatz ist immer erstklassig.“

Einige Ihrer größten Erfolge als Spieler haben Sie bei der BMW PGA Championship in Wentworth gefeiert, die BMW seit 2005 mitgestaltet. Wie würden Sie die Bedeutung dessen beschreiben, was das Unternehmen für den Golfsport – insbesondere in Europa – über die Jahrzehnte geleistet hat?

Donald: „BMW ist seit sehr vielen Jahren ein bedeutender Partner der DP World Tour und des Ryder Cup. Es besteht kein Zweifel daran, dass der Golfsport enorm von diesem Engagement profitiert hat. Sowohl die BMW International Open als auch die BMW PGA Championship zählen zu unseren herausragenden Turnieren – und daran hat BMW großen Anteil.“

BMW ist auch ein langjähriger und engagierter Partner des Ryder Cup. Was bedeutet diese Unterstützung für das Team Europa und seine Kampagne?

Donald: „Das Engagement von BMW beim Ryder Cup ist für alle Beteiligten von großer Bedeutung. Wir möchten die Faszination des bedeutendsten Teamwettbewerbs im Golf so vielen Menschen wie möglich näherbringen. Auch dabei unterstützt uns BMW mit Leidenschaft und Innovationen. Vor zwei Jahren waren wir zum Beispiel stolz darauf, zusammen mit BMW in einer Weltpremiere den 44. Ryder Cup 2023 live in BMW 7er Fahrzeugen und viele weiteren Modellen zu übertragen.“

Da wir über Ryder Cup und die BMW International Open im Juli sprechen: In welcher Phase wird sich die Kampagne Europas zu diesem Zeitpunkt befinden? Worauf wird in München Ihr Hauptaugenmerk als europäischer Kapitän liegen?

Donald: „Wir haben den Rahmen festgelegt und je näher das Match in Bethpage kommt, desto mehr werden wir uns auf die Details konzentrieren, die uns die beste Chance auf einen Triumph in New York geben. Wir werden weiterhin bestimmte Spieler im Auge behalten, versuchen, Zeit mit ihnen zu verbringen und daran arbeiten, erneut ein großartiges Umfeld für das Team Europa zu schaffen.“

Nachdem Sie das Team zu einem großartigen Sieg in Rom geführt haben, stehen Sie nun vor der Herausforderung eines Ryder-Cup-Auswärtsspiels. Ändert das Ihre Herangehensweise und wie gehen Sie mit dieser Herausforderung um?

Donald: „Es steht außer Frage, dass es eine schwierige Aufgabe ist, europäischer Kapitän bei einem Ryder Cup in den USA zu sein. Aber ich habe mich in meiner Karriere nie vor Herausforderungen gedrückt. Im Gegenteil, genau das motiviert mich. Jeder Ryder Cup erfordert seinen eigenen Ansatz, da ist der diesjährige keine Ausnahme. Aber wir werden alles tun, um sicherzustellen, dass unser Team die bestmögliche Chance hat, erfolgreich zu sein.“

Einige Dinge werden sich dennoch auch in den USA wie zu Hause anfühlen, zum Beispiel der BMW Courtesy Car Service. Können Sie trotz des Drucks während dieser Woche und der vielen Gedanken, die Ihnen sicherlich durch den Kopf gehen werden, eine entspannende Fahrt vom und zum Platz genießen?

Donald: „Der BMW Fahrservice sucht wirklich seinesgleichen. Dank der Zuverlässigkeit von BMW haben wir in einer extrem intensiven Woche eine Sorge weniger.“

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum

28. Februar 2025

Thema

Luke Donald: „Die Atmosphäre bei der BMW International Open ist immer erstklassig“.

Seite

4

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

Unternehmenskommunikation

Tim Holzmüller

Pressesprecher BMW Group Sport Engagement, Immobilien

Telefon: +49 151 601 33309

E-Mail: tim.holzmueller@bmwgroup.comInternet: www.press.bmwgroup.com/deutschlandE-Mail: presse@bmw.de

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-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2023 belief sich auf 17,1 Mrd. €, der Umsatz auf 155,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2023 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.comLinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>X: <https://www.x.com/bmwgroup>