

Presse-Information

1. Juli 2026

Philipp Lahm: „Jeder von uns hat Stärken, man muss sie nur herausfinden“.

+++ EAGLES FOR EDUCATION: BMW Group unterstützt bei der BMW International Open weiterhin die Philipp Lahm Stiftung +++ Bewegung, gesunde Ernährung und Persönlichkeitsentwicklung stehen im Fokus +++ Pro gespieltem Eagle bei der BMW International Open werden die Philipp Lahm Sommercamps mit 1.000 Euro unterstützt +++

München. Auch in diesem Jahr arbeitet die BMW Group mit ihrer Initiative EAGLES FOR EDUCATION im Rahmen der BMW International Open mit der Philipp Lahm Stiftung für Sport und Bildung zusammen. Die BMW Group unterstützt die Stiftung bei der Umsetzung der Philipp Lahm Sommercamps mit 1.000 Euro pro gespieltem Eagle sowie vor Ort mit BMW Botschafterinnen und Botschaftern. „Gemeinsam mit der BMW Group arbeiten wir daran, Kinder für die Zukunft und für ihr Leben zu stärken. Kinder haben das ganze Leben noch vor sich – und sie sind unsere Zukunft“, sagte Lahm bei einer Pressekonferenz im Rahmen des BMW International Open Pro-Am Turniers. „Unser Ziel ist es, ihnen Hilfestellungen in den drei Bereichen Bewegung, gesunde Ernährung und Persönlichkeitsentwicklung zu geben.“

80 Kinder nehmen jeweils an einem Sommercamp teil, die seit 2009 im Umland von München stattfinden. Die BMW Group ist seit 2025 dabei auch mit Botschafterinnen und Botschaftern vertreten, um den Kindern Mobilität auf spielerische Art näher zu bringen – und dies nicht nur im Hinblick auf Fahrzeuge, sondern auch die Menschen. Die Kinder bekommen zum Beispiel schwere Westen angezogen, um zu erfahren, wie sich Übergewicht anfühlt. Sie können aber auch ihre Ideen, wie Mobilität der Zukunft aussehen kann, bauen.

„Jeder von uns hat Stärken, man muss sie nur herausfinden. In den Sommercamps haben die Kinder eine Woche Zeit, ihr Talent spielerisch herauszufinden, und dann gehen sie gestärkt für die Zukunft nach Hause“, sagt Lahm, der jedes Camp auch selbst besucht und sich mit den Kindern austauscht. „Dazu kommt: Wir alle wissen, wie wichtig gemeinsame Erlebnisse sind, und diese Erlebnisse bekommen die Kinder im Sommercamp. Wir wollen das in einer Zeit, in der sich alles zunehmend individualisiert, so vielen Kindern wie möglich ermöglichen.“

Unternehmenskommunikation

Presse-Information

Datum 1. Juli 2026

Thema Philipp Lahm: „Jeder von uns hat Stärken, man muss sie nur herausfinden“.

Seite 2

Die Pressekonferenz mit Philipp Lahm finden Sie im Virtual Media Center zur Ihrer freien redaktionellen Nutzung unter Verweis auf die BMW International Open: <https://virtualmediacenter.com/bmwinternationalopen>

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/deutschland

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 2025 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,46 Mio. Automobilen und über 202.500 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2025 belief sich auf 10,2 Mrd. €, der Umsatz auf 133,5 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2025 beschäftigte das Unternehmen weltweit 154.540 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>