

# A BMW szponzorként és szakmai támogatóként lép be az e-sport világába



## A bajor prémiumgyártó az öt legnagyobb virtuális csapattal kötött iránymutató együttműködést.

A BMW elkötelezett partnerként támogatja a számítógépes játékok, online platformok és verseny-szimulátorok osztatlan térnyerését, amely a technológia fejlődésével párhuzamosan, kiváltképp a most felnövő generáció körében ugrásszerű növekedésnek indult. A bajor prémiumgyártó első ízben 2017-ben, a League of Legends Párizsban megrendezett európai döntőjének hivatalos partnereként vonta magára a virtuális sport iránt rajongó emberek figyelmét, majd a verseny-szimulátorok köré szervezett SIM Racing 2019-es szezonjának BMW Weltben megrendezett BMW SIM LIVE premierjével meg is szilárdította a helyét az e-sport világában. A BMW most az öt legbefolyásosabb és legsikeresebb virtuális csapat szakmai támogatásával fokozza tovább jelenlétét a műfajban.

Az e-sport elképesztő ütemű fejlődésen ment keresztül az utóbbi években, a világ minden országából egyre több játékos mérkőzik meg egymással az online térben.

„Az e-sport mára meghatározó iparágga fejlődött fel. Belépésünkkel olyan hosszú távon fenntartható, globális partnerré kívánunk válni, amely szakmai támogatásáról biztosítja a csapatokat és a műfaj egészét, a napjainkra jellemző bizonytalanság alatt és után egyaránt” – fogalmazott **Jens Thiemer, a BMW márkamenedzsmenti részlegének vezetője**. „A világ legjobb csapataival fogunk össze, hogy járműtervezési és innovációs szaktudásunkat kiaknázva hosszú távon segítsünk formálni az iparág jövőjét. Elköteleződésünk egy újabb fontos mérföldkő a márka történetében: az e-sport kivételesen hatékonyan egészítheti ki marketingtevékenységeinket, sőt mi több, minden résztvevő számára érzelmeiben gazdag gyártóvá válhatunk” – tette hozzá.

## **A BMW és az öt legsikeresebb e-sport csapat**

Hogy még tovább szilárdítsa jelenlétét az iparágban, a BMW a világ öt legnagyobb e-sport szervezetével kötött hosszú távú együttműködést: az egyesült államokbeli Cloud 9, a nagy-britanniai Fnatic, a kínai Funplus Phoenix, a németországi G2 Esports és a dél-koreai T1 csapattal. Mindegyikük több mint 200 játékosal nevez be az évente megrendezett League of Legends versenyre. A 2009-ben elindított virtuális megmérettetés minden kétséget kizáróan a világ legnépszerűbb és legjelentősebb online játéktervévé nőtte ki magát, amelybe naponta egyidejűleg több mint nyolcmillió játékos kapcsolódik be a világ minden pontjáról. A League of Legends (LoL) tavalyi párizsi döntőjét hozzávetőlegesen 44 millió rajongó követte figyelemmel élő online streamben otthonról. Az online térben ezen felül számos egyéb platform is látogatható, így például a Dota 2, a FIFA, a Fortnite vagy a Rocket League, amelyeket a jövőben ugyancsak szakmai támogatásáról biztosíthat a BMW. A bajor prémiumgyártó nem csupán szponzorként kíván a támogatott csapatok mellé állni, hanem erőteljes partnerként is, amely segít minél szélesebb közönséghez eljuttatni az e-sport tevékenységeit. „Hosszú távú célunk, hogy tovább bővítsük sportolói csapatunk portfólióját” – mondta Jens Thiemer.

### **„United in Rivalry”**

Az e-sport világot mindig is meghatározta a csapatok versenyszelleme és az örökös rivalizálás, miközben minden csapat egyformán osztozik a játék iránti határtalan szenvedélyben. A résztvevőket a „United in Rivalry” (szabad fordításban „Együtt a versengésben”) mottó fogja össze, napjaink bizonytalanságában és globális kihívásai közepette minden eddiginél jobban. A csapatok a #unitedinrivalry hashtag alatt osztják meg az Instagramon, a Twitteren, a Facebookon, a WeChat-en és a többi közösségimédia-felületen versenyeket, amellyel nem csupán szórakoztatják rajongóikat, de népszerűsítik is az e-sport iparágát. A csapatok maximálisan betartják a virtuális világ etikettjét, tisztelik egymást és otthonról versenyeznek. A #unitedinrivalry hashtaget így a #unitedathome (szabad fordításban „Együtt otthonról”) hashtag egészíti ki.

„Nagyon izgatottak vagyunk, amiért a BMW-vel tudjuk gyarapítani együttműködéseinket és ezzel még tovább fokozzuk teljesítményünket. Szeretettel köszöntjük a velünk együtt partnerségre lépő csapatokat, akikkel

fantasztikus versenyeket vívunk majd” – mondta **Jack Etienne, a Cloud 9 társalapítója és elnök-vezérigazgatója.**

„A Fnatic-nál elkötelezettek vagyunk a technológia és az innováció kiaknázásával elérhető maximális teljesítmény és maximális élmény mellett. Ezek azok az értékek, amelyek tökéletes partnerré avanszálnak minket a BMW szemében, és amelyek mentén minden játékosunkat újabb szintre emelhetjük. Úttörőként, a legnagyobb tehetségekkel és a legjobb csapatokkal felvértezve izgatottan várjuk a BMW-vel közös munkát, amely mentén együtt építjük az e-sport jövőjét” – így **Glen Calvert, a Fnatic technikai vezetője.**

„Egészen fantasztikus, hogy egy olyan világhírű márka, mint a BMW, a Funplus Phoenix oldalán lép be az e-sport világába. A BMW évszázados történelemmel, elismerésre méltó technológiai szaktudással és világméretű hírnével büszkélkedhet. Együttműködésünk újabb lendületet ad az iparágnak és csúcsteljesítményt garantál ebben az új korszakban” – fogalmazott **Chun Li, a Funplus Phoenix elnök-vezérigazgatója.**

„A G2 Esports a játékon belül és kívül egyaránt úttörőnek számít, amely napról napra igazolást nyer hihetetlen versenyképességünkkel, szórakoztató tartalmainkkal és a rajongóinknak közvetített energiáinkkal. A BMW oldalán egy hatalmas tömeghez szóló birodalmat építünk, amelyben a legjobb innovációk szolgálják ki közösségünk tagjait. Együttműködésünk messze túlmutat a szponzoráción, hiszen egy közös törekvés arra, hogy reflektorfénybe gurítsuk az e-sport erejét és fontosságát” – nyilatkozta **Carlos „ocelote” Rodriguez, a G2 Esports elnök-vezérigazgatója.**

„A legelítettebb e-sport szervezetekkel együtt a T1 is izgatott, hogy a BMW-vel léphet partnerségre és ezzel új szintre emelheti az iparág innovációs és szórakoztató erejét. A T1 teljes családja izgalommal telve vág bele a közös munkába, amely új tartalmakban, új termékekben és új programokban gyümölcsozik majd” – tette hozzá **Joe Marsh, a T1 elnök-vezérigazgatója.**

### **Az információk megosztása és a technológia átörökítése**

A BMW e-sport csapatokkal kiépített együttműködése rendkívül széleskörű és messze túlmutat a szponzoráción. Mint ilyen, a BMW többek között mérnökei szaktudását és járműtervezői tapasztalatát is megosztja az e-sport öt

legnagyobb csapatával, hogy együtt olyan hardverek és olyan szoftverek legyártására legyenek képesek, amelyek leginkább kiszolgálják a játékosok igényeit.

### **A csapatok látványos BMW modelleket használnak majd**

Együttműködése részeként a BMW hivatalos autókat is biztosít a csapatok számára, akik feltűnő fényezéssel, egyedülálló motívumokkal és saját logójukkal látják el a járműveket. A látványos BMW modelleket a csapatok és a BMW tervezői közösen dolgozzák ki. A négykerekeket a csapatok egyediségét hirdetik, a látványos fényezéseknek köszönhetően pedig mindegyiket könnyen felismerhetik a játékosok, illetve a szervezetek.

\*\*

#### **További információ:**

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: [Andras.Salگو@bmw.hu](mailto:Andras.Salگو@bmw.hu)

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

[www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html](http://www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html)

#### **A BMW Group**

A BMW, a MINI, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcégként a BMW Group 15 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2019-ben a BMW Group több mint 2,5 millió darab gépkocsit és több mint 175 000 darab motorkerékpárt értékesített világszerte. 104,210 milliárd eurós összbevételével a vállalat a 2019-es pénzügyi évben 7,118 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2019. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 133 778 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

[www.bmw.hu](http://www.bmw.hu)

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/>