



Informacja prasowa
16 kwietnia 2020 r.

„United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

- **Partnerstwo z pięcioma najlepszymi zespołami na świecie pod hasłem „United in Rivalry” i „United at Home”**
- **Wszechstronne zaangażowanie na najwyższym poziomie gamingowym**
- **Promocja e-sportu poprzez transfer technologii; wykorzystanie know-how i kompetencji BMW**
- **Pojazdy zespołowe w unikalnym foliowaniu opracowanym wspólnie przez BMW i zespoły**

Monachium. Marka BMW istotnie zwiększa obecnie swoje zaangażowanie w świecie gier komputerowych, internetowych i symulacyjnych (e-sport) zyskujących coraz bardziej na popularności zwłaszcza wśród członków grupy docelowej Next Generation. BMW wywołało sensację w świecie wirtualnego sportu po raz pierwszy już w 2017 roku, występując jako oficjalny partner europejskiego finału mistrzostw „League of Legends” w Paryżu. Swoją pozycję w świecie e-sportu marka ugruntowała ostatecznie w 2019 roku dzięki udanemu sezonowi SIM-racingowemu, który zakończył się premierą BMW SIM LIVE w BMW Welt w Monachium. Jednak przede wszystkim BMW wspiera teraz również jedne z najpopularniejszych i najlepszych zespołów e-sportu oraz ogólnie branżę e-sportu.

Segment e-sportu jest od lat obszarem o imponującym tempie wzrostu. Coraz więcej graczy różnych narodowości rywalizuje ze sobą zarówno w symulacjach sportowych, jak i pozasportowych online, ale także w popularnych wydarzeniach offline na całym świecie.

„E-sport pokazuje nam, w jaki sposób sportowa rozrywka może się nadal rozwijać i odgrywać ważną rolę pomimo dzisiejszych wyzwań. Poprzez nasze zaangażowanie w e-sport chcemy stać się trwałym, globalnym partnerem wspierającym zespoły i całą dyscyplinę – przed, w trakcie i po tych niepewnych czasach,” mówi **Jens Thiemer, starszy wiceprezes ds. klientów i marki BMW.** „Wspólnie z najlepszymi zespołami na świecie staramy się wykorzystać

BMW Group Polska

Adres:
ul. Wołoska 22A
02-675 Warszawa

Telefon
*48 (0)22 279 71 00

Faks
+48 (0)22 331 82 05

www.bmw.pl



Informacja prasowa

Data 16 kwietnia 2020 r.

Temat „United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

Strona 2

nasze umiejętności w zakresie projektowania i innowacji, aby pomóc w długofalowym kształtowaniu tej dyscypliny. Nasze zaangażowanie w e-sport jest ważnym krokiem i po raz pierwszy oferuje zupełnie nowe punkty kontaktu z dynamiczną i szybko rozwijającą się społecznością. Traktujemy e-sport jako ważny obszar naszych przyszłych działań marketingowych wspierających BMW w dążeniu do bycia emocjonującą marką, z którą ludzie się identyfikują”.

BMW partnerem pięciu najbardziej utytułowanych zespołów e-sportowych.

Aby na dłuższą metę stać się nowym liczącym się podmiotem w branży e-sport, BMW już teraz jest partnerem pięciu najlepszych organizacji e-sportowych na świecie. Cloud 9 (USA), Fnatic (UK), Funplus Phoenix (CN), G2 Esports (DE) i T1 (KR) mają po maksymalnie 200 zawodników, którzy grają głównie w klasyczną grę „League of Legends”. Ta wprowadzona na rynek pod koniec 2009 roku gra fantasy typu multiplayer jest bezsprzecznie najbardziej popularną i wpływową grą online, w której codziennie loguje się na całym świecie nawet osiem milionów graczy. Dla niezliczonych fanów „League of Legends” (LoL) jest uważana za króla e-gamingu. Ubiegłoroczny finał LoL Worlds w paryskiej AccorHotels Arena oglądało na żywo około 44 milionów fanów na całym świecie. Zespoły rywalizują również w innych dyscyplinach, takich jak „Dota 2”, „FIFA”, „Fortnite” czy „Rocket League” w turniejach o porównywalnej skali na całym świecie, które są również wspierane i sponsorowane przez BMW. Marka BMW jest nie tylko aktywnym sponsorem tych najlepszych zespołów, ale także mocno angażuje się w udostępnianie tej dyscypliny szerszej publiczności. „Naszym długofalowym celem jest to, aby drużyny z naszego portfolio stały się szeroko znanymi markami w całej branży sportowej i rozrywkowej,” wyjaśnia Jens Thiemer.

„United in Rivalry”, „United at Home” – „Zjednoczeni w rywalizacji”, „Zjednoczeni w domu”.

Silny duch rywalizacji zespołów i ich historycznie rozwinięta rywalizacja między sobą to zjawiska dobrze znane na scenie e-sportowej. Organizacje te podzielają oczywiście również bezgraniczną pasję do e-gamingu i związanych z nim działań. W ten sposób są „zjednoczeni w rywalizacji”, co jest szczególnie ważne



Informacja prasowa

Data 16 kwietnia 2020 r.

Temat „United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

Strona 3

w dzisiejszych czasach niepewności i globalnych wyzwań. W ramach partnerstwa z BMW i zgodnie z obyczajami branży będą rzucać sobie wyzwania i wzajemnie się mobilizować przed zawodami – wykorzystując hashtag #unitedinrivalry na takich kanałach jak Instagram, Twitter, Facebook czy WeChat oraz na różnych platformach streamingowych na całym świecie. To wzajemne zagrzewanie się do rywalizacji służy nie tylko zwiększeniu własnej motywacji, ale przede wszystkim dostarczeniu rozrywki fanom. Oczywiście zespoły zawsze działają zgodnie z obowiązującymi w branży zasadami fair play i wzajemnego szacunku i oczywiście wszyscy biorą udział w zawodach z domu. Dlatego oprócz #unitedinrivalry używany będzie również hashtag #unitedathome.

„Cieszymy się niezmiernie z rozszerzenia naszego partnerstwa z BMW i jego promocji na świecie. Łączy nas zobowiązanie do doskonałości i najwyższej jakości. Obejmuje to również pracę z wybitnymi zespołami – razem z nimi i z BMW przeniesiemy ideę rywalizacji na nowy poziom!” – **Jack Etienne, dyrektor generalny i współzałożyciel Cloud9.**

„W Fnatic chodzi o maksymalną wydajność i rozrywkę poprzez technologię i innowacje. To jest coś, co nas łączy, dlatego też BMW jest idealnym partnerem dla naszego projektu mającego na celu wprowadzenie każdego gracza na świecie na wyższy poziom. Jako pionier w branży motoryzacyjnej BMW ma długą tradycję w sportach wyczynowych i we współpracy z wiodącymi talentami i zespołami. Bardzo się cieszymy, że wspólnie z BMW będziemy kształtować przyszłość e-sportu i rozrywki” – **Glen Calvert, dyrektor operacyjny Fnatic.**

„Fakt, że światowej klasy marka zdecydowała się wejść razem z Funplus Phoenix do sektora e-sportu, jest dla nas fantastycznym wydarzeniem. BMW to sto lat historii, budzące podziw technologie i światowy prestiż. To partnerstwo będzie motorem innowacji i dążenia do doskonałości w tej nowej erze” – **Chun Li, dyrektor generalny Funplus Phoenix.**

„W G2 Esports jesteśmy pionierami w dziedzinie gamingu i nie tylko. Widać to po naszych niesamowitych sukcesach turniejowych, po naszej ofercie rozrywkowej



Informacja prasowa

Data 16 kwietnia 2020 r.

Temat „United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

Strona 4

i energii, którą codziennie przekazujemy naszym fanom. BMW da G2 siłę do realizacji naszej wizji budowy ogromnego imperium rozrywki, które wdraża najlepsze innowacje w branży e-sportu. Nie chodzi przy tym o sponsoring, ale o partnerstwo, którego celem jest zwrócenie uwagi na siłę i wpływy e-sportu” –

Carlos „ocelote” Rodriguez, dyrektor generalny G2 Esports.

„Wraz z jednymi z najlepszych organizacji e-sportowych na świecie T1 jest entuzjastycznie nastawione do pomysłu wyniesienia razem z BMW innowacji i rozrywki w branży gamingowej na zupełnie nowy poziom. Faker i cała rodzina T1 cieszą się na rozwój treści, produktów i programów, które zademonstrują fanom i entuzjastom e-sportu na całym świecie nasze wspólne wartości – ducha rywalizacji i najlepsze wyniki” – **Joe Marsh, dyrektor generalny T1.**

Wymiana i transfer technologii w celu promocji e-sportu.

Współpraca pomiędzy BMW a zespołami e-sportowymi jest bardzo szeroka i wykracza daleko poza czysty sponsoring. BMW zapewnia zespołom wiedzę i doświadczenie swoich inżynierów i projektantów w zakresie opracowywania sprzętu i oprogramowania idealnie dostosowanego do potrzeb graczy.

Przyciągające uwagę modele BMW jako przyszłe samochody zespołowe.

Zaangażowanie BMW obejmuje również dostarczanie oficjalnych samochodów zespołowych. Każda organizacja będzie miała samochód zespołowy ze specjalnym, przyciągającym wzrok foliowaniem łączącym komiksowe motywy z logo danej organizacji. Takie charakterystyczne foliowanie jest kolejnym elementem ścisłej współpracy i zostało opracowane wspólnie przez zespoły i BMW. W ten sposób samochody będą już na pierwszy rzut oka rozpoznawalne jako przynależne do poszczególnych zespołów. Będą podkreślać ich mocne strony i doskonale sprawdzą się w funkcji reprezentacyjnej dla zawodników i organizacji – na przykład przy spektakularnych nagraniach związanych z akcjami #unitedinrivalry i #unitedathome.



Informacja prasowa

Data 16 kwietnia 2020 r.

Temat „United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

Strona 5

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2019 firma BMW Group sprzedała ponad 2,5 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień poniedziałek, 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 133 778 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu dostaw, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

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>

Cloud 9

Cloud9 założone zostało w 2013 roku i stało się w jedną z najbardziej znanych organizacji e-sportowych na świecie. Dzięki mistrzostwom branżowym, bezprecedensowej liczbie godzin oglądanych przez widzą i obszernym pakietom bonusowym dla graczy i pracowników Cloud9 jest dumne ze swojej pozycji lidera we wszystkich kategoriach. Obecnie Cloud9 angażuje profesjonalne zespoły w League of Legends, Counter Strike: Global Offensive, Overwatch, Rocket League, Fortnite, Rainbow Six Victories, Hearthstone, Super Smash Bros Melee, World of Warcraft, Teamfight Tactics, DOTA 2 i PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS: Mobile.

Więcej informacji o Cloud9 można znaleźć na stronie: <http://www.cloud9.gg>



Informacja prasowa

Data 16 kwietnia 2020 r.

Temat „United in Rivalry” – BMW nawiązuje współpracę z wiodącymi na świecie zespołami e-sportu.

Strona 6

Fnatic

Fnatic to globalna marka rozrywki e-sportowej z siedzibą w Londynie, której celem jest wyszukiwanie, podnoszenie kwalifikacji i wspieranie e-sportowych i kreatywnych talentów. Fnatic zostało założone w 2004 roku i jest najbardziej utytułowanym zespołem ostatniej dekady mającym na koncie ponad 200 zwycięstw w mistrzostwach w 30 różnych grach. Bazując na rozrywce, Fnatic stworzyło obecnie kanał, poprzez który najbardziej postępowe marki komunikują się z młodymi ludźmi – z wiodącymi w branży treściami, doświadczeniami i aktywnościami oraz biurami i oddziałami od Los Angeles po Tokio. Fnatic jest pionierem w dziedzinie zorientowanych na rozrywkę gier mobilnych i pierwszym wśród wiodących zespołów e-sportowych z filią w Indiach. Jako pionier na styku kultury ulicznej i e-sportów ze współpracą merchandisingową Fnatic nadal jest liderem w branży w zakresie wysokiej jakości odzieży dla profesjonalistów i kibiców. Nasi profesjonalści i twórcy przygotowują wielogodzinne treści rozrywkowe, które nasi globalni partnerzy udostępniają na naszych kanałach w mediach społecznościowych, skupiając uwagę dla ponad 15 milionów fanów.

Więcej informacji na stronie: [Fnatic.com](https://fnatic.com)

Funplus Phoenix

FunPlus Phoenix zostało założone w 2017 roku przez wiodącą na świecie firmę interaktywnej rozrywki FunPlus i wywalczyło sobie miejsce w League of Legends Pro League (LPL). Obecnie FunPlus Phoenix ma już dywizję League of Legends, Fortnite, Game for Peace, itp. W 2019 roku, FunPlus Phoenix zdobyło swoje pierwsze mistrzostwo, 2019 LPL Summer Championship, udowadniając swoją przewagę w mistrzostwach Worlds jako zespół numer jeden. W roku 2019 FunPlus Phoenix pokonało w końcu G2 Esport, wygrywając Mistrzostwa Świata League of Legends 2019 drużyną, której wszyscy członkowie startowali w rozgrywkach Worlds po raz pierwszy. Po dwóch latach istnienia FunPlus Phoenix ma obecnie fanów na całym świecie i będzie nadal aktywnie działać w sektorze e-sportu, aby stać się we przyszłości jednym z najlepszych zespołów gamingowych.

G2 Esports

G2 Esports jest jedną z wiodących organizacji rozrywkowych w sektorze e-sportu mającą jednych z najlepszych graczy turniejowych na świecie i najbardziej znanych osobistości świata gamingu. Klub został założony przez legendarnego zawodnika „League of Legends” i późniejszego właściciela zespołu, Carlosa „ocelote” Rodrigueza oraz wieloletniego przedsiębiorcę i inwestora branży e-sportowej Jensa Hilgersa. G2 stawia sobie za cel wyniesienie wartości rozrywkowej e-sportu na nowy poziom.

W celu podniesienia walorów rozrywkowych e-sportu, G2 współpracowało z najlepszymi partnerami, produkowało wysokiej jakości gadżety dla fanów, opracowywało unikalne i przełomowe treści oraz umożliwiło graczom pokonanie wszystkich przeszkód i konkurowanie z najlepszymi na świecie. G2 Esports jest od chwili założenia jednym z najbardziej utytułowanych klubów e-sportowych na świecie.

T1

T1 Entertainment & Sports to globalna spółka joint venture branży e-sportu, która jest właścicielem i operatorem odnoszącego ogromne sukcesy zespołu „League of Legends Champions Korea (LCK)”, a także zespołów i graczy z innych segmentów profesjonalnego gamingu, w tym Fortnite, Dota 2, PUBG, Super Smash Bros., Hearthstone, Apex Legends, Overwatch i startującego niebawem Valorant. Zespół LoL-LCK z T1 – wcześniej znany jako SK Telecom T1 – wygrał do tej pory trzy mistrzostwa świata LoL (2013, 2015, 2016). Poprzez kulturę gamingową i styl życia, generowanie treści, rozrywkę i merchandising, T1 łączy entuzjastów e-sportu na całym świecie. SK Telecom i Comcast Spectacor założyły T1 w październiku 2019 roku i utrzymują biura w Seulu, Filadelfii i Los Angeles.

Więcej informacji na stronie: [T1.gg](https://t1.gg).