



Presse-Information

9. Juli 2015

BMW wird „Global Partner“ des 35. America's Cup. Technologie-Partnerschaft mit ORACLE TEAM USA.

München. BMW ist künftig als „Global Partner“ beim Veranstalter des 35. America's Cup, der America's Cup Event Authority (ACEA), mit an Bord. Damit hebt der Premium-Automobilhersteller sein Engagement als Partner des Yachtsports rund um den Globus auf eine neue Stufe.

Der America's Cup ist die älteste Trophäe des internationalen Sports und gilt zugleich als das herausforderndste Segelrennsport-Event, das die besten Athleten mit der besten Technologie zusammenbringt. Das Duell zwischen dem Titelverteidiger ORACLE TEAM USA und dem besten Herausforderer, das 2017 vor den Bermuda-Inseln stattfindet, wird ein weiteres Kapitel in der 164-jährigen Geschichte dieses einzigartigen Wettbewerbs schreiben.

BMW unterstützt zudem das ORACLE TEAM USA als „Technology Partner“. Die Mission des Teams lautet, den America's Cup zum dritten Mal in Folge zu erringen.

Ian Robertson, Vorstand Vertrieb und Marketing BMW, Vertriebskanäle BMW Group, sagt: „Der America's Cup verkörpert viele Elemente, die auch Teil der DNA von BMW sind: Pioniergeist und die Bereitschaft, keine Herausforderung zu scheuen. Leidenschaft für Innovationen sowie Ingenieurskunst und Teamwork sind für den Erfolg entscheidend – dies treibt auch BMW an. Darum engagieren wir uns in der Königsklasse des Yachtsports.“

Russell Coutts, CEO der ACEA, sagt: „Sowohl der America's Cup als auch BMW stehen für High-Tech und präzise Ingenieurskunst. Angetrieben von Innovationsgeist, setzen sie Maßstäbe in ihren jeweiligen Bereichen. BMW ist eine der bekanntesten und stärksten Marken weltweit, mit großartigen Visionen und einer bahnbrechenden Einstellung, wovon der America's Cup nur profitieren kann. BMW steht für herausragende Ingenieurskunst, Design und Qualität. Das passt perfekt zum America's Cup. Wir sind sehr stolz, BMW als globalen Partner des Events an Bord zu haben.“

Als „Technology Partner“ wird BMW dem ORACLE TEAM USA seine Ingenieurskompetenz zur Verfügung stellen, beispielsweise im Bereich der Aerodynamik. „BMW war ein wichtiger Technologie-Partner für uns, als wir den America's Cup 2010 in Valencia gewonnen haben“, sagt Skipper Jimmy Spithill,

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

der das Team in den vergangenen zwei Wettbewerben zum Sieg geführt hatte. „Wir wissen, dass BMW Ingenieure zu den besten der Welt zählen und einen wertvollen Beitrag leisten werden unsere Yacht schneller zu machen. Dieser wird uns den entscheidenden Vorteil im Kampf um den Sieg bringen.“

Die Partnerschaft zwischen dem 35. America's Cup, dem ORACLE TEAM USA und BMW umfasst zahlreiche Bereiche:

Sowohl BMW als auch das ORACLE TEAM USA sind in den Bereichen Technologie und Innovationen Vorreiter und werden in verschiedenen Feldern kooperieren.

BMW wird ab sofort und bis zum America's Cup Match 2017 in das globale Marketing, Branding, die Kommunikation und Aktivitäten rund um den 35. America's Cup eingebunden. Das BMW Logo wird auf der Yacht, auf dem Flügelsegel und der Teamkleidung des ORACLE TEAM USA sowie am Heck aller Herausforderer und auf den Wendemarken des Regattakurses zu sehen sein. Im Rahmen der TV-Übertragungen stellt BMW über Einspielungen die Leistungsdaten der Yachten und der Sportler bereit. Mit diesen Bildern werden die Fans Teil der Action an Bord.

BMW wird in den Louis Vuitton America's Cup World Series Race Villages 2015, 2016 sowie 2017 in Bermuda eine Fahrzeugflotte bereitstellen, um Gäste und Teammitglieder zu shuttleln. Die Flotte umfasst aktuelle Modelle der gesamten BMW Produktplatte wie z.B, den BMW 7er, den revolutionären Plug-in-Hybrid Sportwagen BMW i8 und den vollelektrischen BMW i3.

Für BMW ist das America's-Cup-Engagement der vierte Auftritt bei diesem prestigeträchtigen Wettbewerb. Als erster Premium-Automobilhersteller hatte BMW mit dem ORACLE BMW Racing Team am 31. America's Cup 2002/03 in Auckland (Neuseeland) teilgenommen. Es folgten zwei weitere Kampagnen mit dem BMW ORACLE Racing Team, das 2010 in Valencia den 33. America's Cup gegen den Schweizer Titelverteidiger Alinghi gewann.

Hinweis an die Redaktionen: Online finden Sie die aktuellen Pressemeldungen, Pressemappen, für redaktionelle Zwecke rechtstheures Bildmaterial zu den BMW Sport Engagements unter: www.press.bmwgroup-sport.com

BMW Sportkommunikation

Nicole Stempinsky

Tel: +49 (0)89 – 382 51584

E-Mail: Nicole.Stempinsky@bmw.de

Internet: www.bmw-yachtsport.com

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 30 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2014 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 2,118 Millionen Automobilen und 123.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern belief sich auf rund 8,71 Mrd. €, der Umsatz auf 80,40 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2014 beschäftigte das Unternehmen weltweit 116.324 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>