Mercedes-Benz After Work Golf Cup: Mercedes-Benz teet auf ? Laureus wird Charitypartner bei Deutschlands größter Golfturnierserie

Mercedes-Benz After Work Golf Cup: Mercedes-Benz teet auf - Laureus wird Charitypartner bei Deutschlands größter Golfturnierserie

- Saisonauftakt war am 7. Mai im OPEN.9 Golf Eichenried mit Franz Beckenbauer, Marcel Siem und Moritz Lampert
- Die Laureus Sport for Good Stiftung wird Charity-Partner der After-Work-Serie
- Deutschlandweit finden bis September knapp 3.000 Turniere in über 260 Partneranlagen statt
- Hauptpreis ist der Mercedes-Benz GLA; Preise im Gesamtwert von über 250.000 ?
Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup ist erfolgreich in die neue Golfsaison gestartet. Bei der 9-Loch-Turnierserie heißt es von April bis September wochentags ab jeweils 17.00 Uhr wieder driven, chippen und putten. Mit diesem einfachen, aber überzeugenden Konzept ist der Mercedes-Benz After Work Golf Cup mit bundesweit knapp 3.000 Turnieren in über 260 Partneranlagen innerhalb seiner dreijährigen Geschichte zu Deutschlands größter Turnierserie gewachsen. Bei über 75.000 Turnierrunden werden in diesem Jahr mehr als 30.000 Golfer an der Serie teilnehmen. Dabei ist der Mercedes-Benz After Work Golf Cup besonders bei Golfern mit begrenzter Freizeit beliebt, wie die hohe Nachfrage zeigt.
"Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup hat seit Beginn unserer Partnerschaft eine fulminante Entwicklung genommen, auf die wir sehr stolz sind", so Friederike Balck, Leiterin Marketing Mercedes-Benz Cars Vertrieb Deutschland. "Ich freue mich besonders, dass diese positive Entwicklung auch bei den Teilnehmern ankommt und wir in diesem Jahr Preise im Gesamtwert von 250.000 Euro und einen Mercedes-Benz GLA als Hauptgewinn ausloben können."
Die Auftaktveranstaltung zur Saison 2014 fand am 7. Mai im OPEN.9 Golf Eichenried nahe München statt. Die beiden Laureus-Botschafter Franz Beckenbauer und Marcel Siem eröffneten die Saison des Mercedes-Benz After Work Golf Cup offiziell zusammen mit Profi-Golfer und Mercedes-Benz Markenbotschafter Moritz Lampert.
"Mercedes-Benz und Laureus verbindet seit vielen Jahren eine enge Partnerschaft für den guten Zweck", schildert das Mitglied der Laureus-Academy Franz Beckenbauer den Hintergrund. "Dass diese Partnerschaft durch die Integration von Laureus in die größte deutsche Golfturnierserie noch ausgebaut wird, ist eine tolle Sache."
Golf-Pro Marcel Siem ergänzt: "Ich freue mich natürlich, wenn wir Golfer einen Beitrag leisten und uns am Engagement von Laureus beteiligen. Als Botschafter für Mercedes-Benz und Laureus weiß ich das große Engagement für sozial benachteiligte Jugendliche sehr zu schätzen. Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup bietet durch seine Vielzahl an Turnieren eine optimale Plattform, um den Laureus-Gedanken vorstellen zu können."
Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup überzeugt. So steigt die Anzahl der Teilnehmer von Jahr zu Jahr und auch die Zahl der teilnehmenden Golfclubs: Von etwa 90 Partneranlagen im Jahr 2011 wuchs die Anzahl innerhalb von drei Jahren bereits auf 260; das sind mehr als ein Drittel aller Golfclubs in Deutschland.
Informationen zum Mercedes-Benz After Work Golf Cup
Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup ist das jüngste Golf-Engagement des Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland und ergänzt als neueste Säule die seit Jahren etablierte MercedesTrophy und die Mercedes-Benz Clubturniere. After Work Golf ist modern, unkonventionell und liegt im Trend; die Turniere finden wochentags in den Monaten April bis September statt.
Damit trägt der Mercedes-Benz After Work Golf Cup dem Trend zu alternativen Spielformen gegenüber den traditionellen 18-Loch-Golfrunden Rechnung. Nähere Informationen finden Sie unter www.awgc.de . Die Partner der erfolgreichen 9-Lochserie sind neben Mercedes-Benz der Sportartikelhersteller Mizuno, die Mercedes-Benz Bank und der E-Trolley-Hersteller Motocaddy.
Mercedes-Benz und Golf
Bereits seit den 1980er Jahren engagiert sich Mercedes-Benz im professionellen Golfsport. Seit 2008 war Mercedes-Benz internationaler Partner des Masters in Augusta und ist seit 2014 einer der drei Global Sponsors. Durch die Verbindung mit der PGA of America ist die Marke mit dem Stern "Official Vehicle" bei der PGA Championship, der Senior PGA Championship und dem Ryder Cup, wenn dieser in den USA ausgetragen wird. 2011 wurde das Golf-Engagement von Mercedes-Benz um die Partnerschaft mit dem ältesten Golfturnier der Welt, der Open Championship, ergänzt. Darüber hinaus fungieren einige der Stars der Golfszene als Markenbotschafter: Bernhard Langer, Adam Scott, Martin Kaymer, Louis Oosthuizen, Marcel Siem, Moritz Lampert und Caroline Masson schlagen unter anderem gemeinsam mit Mercedes-Benz ab.
Der Fokus von Mercedes-Benz Deutschland liegt allerdings traditionell im Amateurbereich - so profitieren die Kunden direkt vom Golf-Engagement der Premiummarke. Seit über zwei Jahrzehnten ist der Automobilhersteller aus Stuttgart mit eigenen Turnieren aus den Turnierkalendern etlicher Golfclubs nicht mehr wegzudenken. Neben den Mercedes-Benz Clubturnieren, an denen alle Golfer des jeweiligen Clubs teilnehmen können, bietet die alljährliche MercedesTrophy - eine reine Einladungsturnierserie für Mercedes-Benz Kunden - sportliche Herausforderung für ambitionierte Golfer.
Bewegtbild von der Veranstaltung steht Ihnen unter folgendem Link zur Verfügung: http://www.downloads.ucom.de/media/Mercedes_Benz/MB_AWGC
Bildunterschrift 2:
Marcel Siem beim Abschlag; im Hintergrund Moritz Lampert, Fredericke Balck (Mercedes-Benz Deutschland) und Franz Beckenbauer (v.l.) bei der Auftaktveranstaltung des After Work Golf Cup 2014. Fotonummer: 1699520

Presse-Ansprechpartner:
Claudia Merzbach
Sportkommunikation
Tel.: +49 711 17-95379
Fax: +49 711 17-94807
Konstanze Fiola
Leiterin Kommunikation Vertrieb Deutschland (MBVD)
Tel.: +49 30 2694-2012
Fax: +49 30 2694-2021
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=564392" width="1" height="1">

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

ehemals DaimlerChrysler AGDaimlerChrysler ist in der Automobilbranche einzigartig: Das Angebot reicht vom Kleinwagen über Sportwagen bis hin zur Luxuslimousine ? und vom vielseitig einsetzbaren Kleintransporter über den klassischen Schwer-Lkw bis hin zum komfortablen Reisebus. Zu den Personenwagen-Marken von DaimlerChrysler zählen Maybach, Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge und smart. Zu den Nutzfahrzeug-Marken

gehören Mercedes-Benz, Freightliner, Sterling, Western Star, Setra und Mitsubishi Fuso. DaimlerChrysler Financial Services bietet Finanz- und andere fahrzeugbezogene Dienstleistungen an. Die Strategie von DaimlerChrysler basiert auf vier Säulen: Globale Präsenz, herausragende Produkte, führende Marken sowie Innovations- und Technologieführerschaft. DaimlerChrysler hat eine globale Belegschaft und eine internationale Aktionärsbasis. Mit 384. 723 Mitarbeitern erzielte DaimlerChrysler im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 142,1 Mrd. Euro.