



## Mercedes-Benz After Work Golf Cup: Beliebte 9-Lochserie knackt 3.000er Turniermarke

Mercedes-Benz After Work Golf Cup: Beliebte 9-Lochserie knackt 3.000er Turniermarke - Wachstum des After Work Golf Cup ungebrochen - 63.000 Turnierrunden bei 3.000 Turnieren auf 260 Golfanlagen - Vorzeitige Vertragsverlängerung des Titelsponsors bis Ende 2017 - Abschlussevent: exklusive 9-Lochrunde mit European Tour Golfproette Caroline Masson - Auslosung der Jahresgewinne unter allen registrierten Spieler der Gesamtserie - Die Beliebtheit des Mercedes-Benz After Work Golf Cup sprengt alle Grenzen. Die Turnierserie ist im dritten Jahr der Partnerschaft mit Mercedes-Benz weiter stark gewachsen. Im Laufe der Saison 2014 wurden bei 3.000 Turnieren über 63.000 Turnierrunden gespielt. Insgesamt ist die Turnierserie damit in zwei Jahren mehr als 50 Prozent gewachsen. "Wir freuen uns sehr, dass unser Turnierangebot von den Golferinnen und Golfern so überwältigend genutzt wird. Die hohe Nachfrage zeigt, wie relevant das 9-Lochformat für den Golfsport in Deutschland ist", freut sich Friederike Balck, Leiterin Marketing Mercedes-Benz Cars Vertrieb Deutschland (MBD). "Gerade auch die hohe Zahl an jungen Golferinnen und Golfern beweist, wie wichtig der AWGC auch für die deutschen Golfclubs und deren Zukunft ist und damit einen Beitrag zur Förderung des Golfsports in Deutschland leistet." - Ralph Leyh, Vorstand der Internationalen Golf AG und Turnierveranstalter, fügt hinzu: "Es gibt momentan viele Diskussionen über die Zukunftsfähigkeit unseres Sports und noch mehr Ideen sowie Ansätze zur Attraktivierung des Spiels. Wir sind überzeugt, dass es manchmal einfacher ist, als man denkt: Halber Weg, doppelter Spaß heißt unser Motto. Und das, ohne den Grundgedanken und die Regeln des Golfsports auszuhebeln". - Der seit 2011 erfolgreich eingeschlagene Weg soll in den kommenden Jahren konsequent weiter verfolgt werden. Mercedes-Benz hat dafür frühzeitig die Weichen gestellt und das Titelsponsoring schon jetzt bis Ende 2017 verlängert. - Den diesjährigen Abschluss des After Work Golf Cup 2014 stellte eine ganz besondere 9-Lochrunde im HARTL-Ressort in Bad Griesbach dar. Sechs Gewinner, die unter anderem über die Facebook-Seite der jungen Serie ermittelt wurden, spielten eine 9-Loch-Turnierrunde gegen die Mercedes-Benz Markenbotschafterin Caroline Masson. - Ein weiteres Highlight war die Ziehung der Jahrespreise durch die Profigolferin. Unter allen registrierten Spielerinnen und Spielern der gesamten Saison wurde der Hauptpreis der Serie, ein Mercedes-Benz GLA im Wert von über 40.000 Euro gezogen. Die glückliche Siegerin hatte im Golfclub Haus Bey e.V. am AWGC teilgenommen. - Zweiter Preis ist eine Reise in die Champagne mit Besuch der legendären Domaine Pommery. Der Drittplatzierte darf sich auf ein Wochenende inkl. Logen-Tickets für ein Bundesligaspiel des VfB Stuttgart und ein Meet & Greet mit einem Bundesligaprofi freuen, zur Verfügung gestellt vom neuen Partner des AWGC, der Mercedes-Benz Bank. Darüber hinaus dürfen sich weitere Gewinner über ein Wochenende als VIP bei der DTM und einen Motocaddy S3 PRO Lithium DHC freuen. - Information zum Mercedes-Benz After Work Golf Cup - Der Mercedes-Benz After Work Golf Cup ist das jüngste Golfengagement des Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland und ergänzt die seit Jahren etablierte MercedesTrophy sowie die Mercedes-Benz Clubturniere. After Work Golf ist modern, unkonventionell und liegt im Trend; die Turniere finden wochentags ab 17.00 Uhr 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 Golfunden Rechnung. Nähere Informationen finden sich unter: [www.awgc.de](http://www.awgc.de) - Mercedes-Benz engagiert sich seit 1987 im Golfsport - Das Engagement von Mercedes-Benz im professionellen Golfsport begann 1987 und ist seit über 25 Jahren fester Bestandteil der Sportsponsoring-Strategie. Nach "The Masters Tournament" und der "PGA Championship" ist Mercedes-Benz seit 2011 auch Partner beim ältesten und internationalsten Golfturnier der Welt: "The Open Championship". Darüber hinaus fungieren einige der Stars der Golfszene als Markenbotschafter: Unter anderem schlagen Bernhard Langer, Martin Kaymer, Adam Scott, Marcel Siem, die Solheim Cup-Gewinnerin Caroline Masson und der aufstrebende Moritz Lampert 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. Ergänzt wird dieses Golfengagement vom Mercedes-Benz After Work Golf Cup, der sich vor allem an jüngere und berufstätige Golfer richtet. - Kontakt - Konstanze Fiola - Leiterin Kommunikation Vertrieb Deutschland (MBVD) - Tel.: +49 30 2694-2012 - Fax: +49 30 2694-2021 - [http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n\\_pnr\\_=575934](http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=575934)

### Pressekontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

### Firmenkontakt

Mercedes

70327 Stuttgart

Herausgeber einer fahrzeugbezogenen Tank- und Servicekarte für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge und Transporter