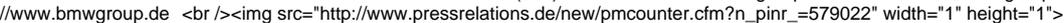




BMW Masters eröffnet die Final Series, mit der die European-Tour-Saison 2014 ihren Höhepunkt erreicht.

BMW Masters eröffnet die Final Series, mit der die European-Tour-Saison 2014 ihren Höhepunkt erreicht. Wenn in der kommenden Woche die mit Spannung erwartete BMW Masters im Lake Malaren Golf Club (28. Oktober bis 2. November) beginnt, wird auch ein Großteil des siegreichen Ryder Cup Team Europe in Shanghai seine Klasse zeigen. Zum 78-köpfigen Starterfeld beim mit sieben Millionen US-Dollar dotierten Auftaktturnier der hochkarätigen European Tour Final Series zu gehören, hat in der Golfwelt einen hohen Stellenwert. Die BMW Masters hat sich in kurzer Zeit zu einem der bedeutendsten Events der European Tour entwickelt. Mit einem Weltklassefeld, dem hohen Preisgeld und dem Lake Malaren Golf Club als exzellentem Austragungsort ist die BMW Masters ein Höhepunkt im asiatischen Golfkalender und genießt weltweites Interesse", sagt Thorsten Mattig, Leiter BMW Sponsoring und Markenkooperationen. "Die BMW Masters in einem unserer wichtigsten Märkte nimmt innerhalb unserer globalen Golfsport-Strategie eine zentrale Rolle ein. Wir sind stolz darauf, unseren Kunden und den Zuschauern ein Golferlebnis der Extraklasse zu bieten." Beim Ryder Cup in Gleneagles war der große Teamgeist der Schlüssel zum triumphalen Erfolg der Europäer über die US-Auswahl. Einen knappen Monat später sind die Ryder-Cup-Helden wieder Konkurrenten und werden sich im Kampf um die begehrte BMW Masters Trophäe nichts schenken. In Justin Rose, Henrik Stenson, Ian Poulter, Graeme McDowell, Victor Dubuisson, Thomas Björn, Stephen Gallacher und Jamie Donaldson, der in Gleneagles den entscheidenden Punkt für Europa holte, treffen sich acht Ryder-Cup-Helden in Shanghai wieder. Auch Skipper Paul McGinley sowie seine kongenialen Vize-Kapitäne Miguel Ángel Jiménez und Jose María Olazábal schlagen bei der BMW Masters ab. Zum Favoritenkreis zählen zudem der viermalige Major-Sieger Ernie Els sowie die beiden US-Amerikaner Ryan Palmer und Chris Kirk (Zweiter des FedExCup 2014). Die deutschen Farben vertreten BMW Golfsport Botschafter Max Kieffer und Marcel Siem. McDowell der in Gleneagles alle seine drei Matches siegreich bestritt, richtet nun alle Konzentration auf Shanghai. "Die Final Series hat sich zu einem aufregenden Abschluss der European Tour entwickelt. Und die BMW Masters ist ein fantastisches Eröffnungs-Event", sagte der U.S. Open Champion von 2010. "Seit BMW vor drei Jahren das Turnier ins Leben gerufen hat, kommt dem Saison-Endspurt eine ganz andere Bedeutung zu. Die European Tour hat das Ende der Saison mit den vier aufeinander folgenden Turnieren umstrukturiert - und es gibt keinen besseren Auftakt als die BMW Masters." Neben den etablierten Stars der European Tour werden auch zahlreiche aufstrebende chinesische Nachwuchshoffnungen in Shanghai an den Start gehen. In die Gruppe der Lokalmatadore gehört der erst 19-jährige Li Haotong, der in diesem Jahr die China Masters gewann und damit zum jüngsten Turnier-Sieger der One Asia Tour avancierte. Von Spielern wie ihm ist in der Zukunft viel zu erwarten. Thomas Björn meint: "Einige chinesische Spieler beweisen regelmäßig ihr großes Potenzial, und es werden mehr. Die BMW Masters gibt diesen Spielern eine große Chance und hat sich zu einer festen Größe entwickelt. Im Golf sind so viele Marken vertreten, aber BMW steht wirklich außergewöhnlich fest hinter unserem Sport. Wir sind dankbar, dass wir BMW an unserer Seite haben." Ernie Els hat, ähnlich wie Björn, im Golfsport schon alles erlebt. Er hat zweimal die Open Championship und zweimal die U.S. Open gewonnen und erkennt Qualität, wenn er sie sieht. Aus diesem Grund mag er es so sehr, bei BMW Turnieren anzutreten. "Ich habe im Laufe der Jahre an so vielen BMW Turnieren teilgenommen, und sie sind alle in wundervoller Art und Weise organisiert", sagt er. "Sie haben sich weltweit zu Premium-Events entwickelt, nicht nur für die Spieler sondern auch für die Zuschauer. BMW geht die Dinge etwas anders an - und das funktioniert sehr gut." Angesichts des Weltklassefelds ist es schwer, einen Sieger vorherzusagen. Eines aber ist sicher: Titelverteidiger Gonzalo Fernández-Castaño wird nur schwer zu schlagen sein. Der Spanier hat bereits zwei BMW Turniere (BMW Asian Open 2006, BMW Masters 2013) in Shanghai gewonnen und peilt in diesem Jahr den Titel-Hattrick an. "In Shanghai habe ich zwei BMW Turniere gewonnen, außerdem wurde ich zweimal Zweiter bei der China Open. Ich weiß auch nicht warum, aber aus irgendeinem Grund spiele ich dort sehr gut", meint Fernández-Castaño. "Dass ich vor einem Jahr das erste Turnier der European Tour Final Series überhaupt (die BMW Masters) gewinnen konnte, macht mich sehr stolz. Dies ist wahrscheinlich mein größter golferischer Erfolg." BMW Group Petuelring 130 München Deutschland Telefon: +49 (0)89 382 - 0 Mail: bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com URL: <http://www.bmwgroup.de> 

Pressekontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

bmwgroup.de
bmwgroup.customerservice@bmwgroup.com

Drei Marken, ein Anspruch: immer noch besser zu werden. Dank unserer kompromisslosen Ausrichtung am Premiumgedanken und am Nachhaltigkeits-Prinzip begeistert die BMW Group heute weltweit mehr Menschen denn je. Wir stehen vor enormen Herausforderungen: Die Welt verändert sich mit hoher Geschwindigkeit. In vielen Ländern bleibt individuelle Mobilität im Fokus politischer Regulierung und nationaler Industriepolitik. Der Wertewandel in der Gesellschaft erfordert neue Mobilitätslösungen. Volatilität ist längst Teil unseres unternehmerischen Alltags. Die hohe Staatsverschuldung und die Euro-Krise verunsichern Märkte und Verbraucher. Mit der Strategie Number ONE richten wir die BMW Group in einem veränderten Umfeld auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung aus - technologisch, strukturell und kulturell. Im Jahr 2007 haben wir damit die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt und setzen Maßnahmen in vier Säulen der Strategie um: Wachstum, Zukunft gestalten, Profitabilität und Zugang zu Technologien und Kunden. Unsere Aktivitäten sind dabei weiter auf die Premiumsegmente der internationalen Automobilmärkte ausgerichtet. Die strategische Zielsetzung reicht bis in das Jahr 2020 und ist klar definiert: Die BMW Group ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen für individuelle Mobilität.