



BMW Masters: Luke Donald will in Shanghai wieder angreifen

BMW Masters: Luke Donald will in Shanghai wieder angreifen
Der ehemalige Weltranglistenerste ist in diesem Jahr noch ohne BMW Titel - und möchte die letzte Chance unbedingt nutzen. Wochen der Entscheidung auf der European Tour: Die hochkarätige "Final Series" feiert bei der BMW Masters (24. bis 27. Oktober im Lake Malaren Golf Club) ihre Premiere. In Shanghai mit von der Partie ist auch der Vorjahresdritte Luke Donald. Dank seines zuletzt deutlichen Formanstiegs hofft der 35-Jährige, der 2011 und 2012 insgesamt 56 Wochen die Weltrangliste anführte, im "Race to Dubai" ein gewichtiges Wort mitsprechen zu können. Vor zwei Jahren hatte der Engländer die Saisonwertung der European Tour gewonnen. Im hochklassigen Feld der diesjährigen BMW Masters sind damit in Rory McIlroy (NIR, 2012), Donald, Martin Kaymer (GER, 2010) und Lee Westwood (ENG, 2009) alle bisherigen Sieger des "Race to Dubai" vertreten - ebenso wie der aktuell Führende Henrik Stenson (SWE) und dessen schärfster Verfolger Graeme McDowell (NIR).
"Mit BMW Turnieren verbinde ich nur gute Erinnerungen. Das hat natürlich mit der angenehmen Atmosphäre zu tun, für die BMW immer sorgt", sagt Donald. "Zudem werden für mich die beiden Siege bei der BMW PGA Championship in meiner englischen Heimat immer einen besonderen Stellenwert haben. Auch die BMW Championship in meinem Heimatclub Conways Farms war ein besonderes Erlebnis für mich, zumal ich mich mit einem fantastischen Finish noch für die TOUR Championship qualifizieren konnte. Bei der BMW Masters habe ich im vergangenen Jahr hinter Peter Hanson und Rory McIlroy einen sehr guten dritten Platz erreicht. Ich würde mir natürlich wünschen, dass es diesmal sogar noch ein wenig besser wird. Ich spiele gerne in China, der Platz ist sehr gut - es wäre ein schöner Ort, um einen so prestigeträchtigen Titel zu gewinnen." Es ist noch nicht lange her, da war Donald im Golfsport das Maß aller Dinge. 2011 hatte er neben dem "Race to Dubai" auch die Geldrangliste der PGA TOUR gewonnen, war die Nummer eins der Welt und nahm bei der BMW PGA Championship, dem Flagship-Event der European Tour, den Siegerscheck entgegen. 2012 folgten unter anderem ein packendes Duell mit McIlroy um die Führung in der Weltrangliste, die souveräne Titelverteidigung in Wentworth und der Ryder-Cup-Sieg beim "Wunder von Medinah". In dieser Saison ist dem genialen Meister des kurzen Spiels allerdings noch kein Turniersieg geglückt. Doch spätestens seit der BMW Championship, dem dritten Playoff-Turnier der PGA TOUR in Donalds Wahlheimat Chicago, zeigt seine Formkurve wieder steil nach oben.
In der aktuellen Rangliste des "Race to Dubai" belegt der smarte Sympathieträger den 28. Rang. Angesichts der lediglich zehn Turniere, bei denen Donald 2013 bisher am Start war, ein respektables Ergebnis. Zudem gibt es in diesem Jahr noch eine ganze Menge zu gewinnen. In der "Final Series", die bei der BMW Masters ihre Premiere feiert, sind vier Turniere mit außergewöhnlich hohem Stellenwert und Preisgeld zusammengefasst. Das Rennen nach Saisonfinale in Dubai biegt nun auf die Zielgerade. Donald, der viele Fans in der ganzen Welt hat, wird dabei auch in China von den langezogenen "Luuuuuuuuuuke"-Rufen nach vorne gepeitscht werden. Zu rechnen ist mit ihm im Lake Malaren Golf Club allemal.
BMW Group
Petuelring 130
80788 München
Deutschland
Telefon: +49 (0)9 382 - 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.