



Presse-Information
2. Juni 2013

BMW Sports & Classic Rallye: Vier ereignisreiche Tage, ein letztes Highlight in den Alpen.

BMW Sport-Stars drücken DTM-Fahrern in Spielberg die Daumen – Gute Ausgangslage für das dritte Rennen des Jahres.

Spielberg. Das DTM-Rennen in Spielberg (AT) am Nachmittag markiert zugleich das Ende der BMW Sports & Classic Rallye 2013. Hinter den Teilnehmern liegen vier ereignisreiche Tage, 780 Kilometer am Steuer von historischen BMW Fahrzeugen und ein interessanter Austausch mit Sportlerinnen und Sportlern aus unterschiedlichen Disziplinen.

Neben den acht BMW DTM-Fahrern waren unter anderem BMW Group Sportbotschafterin Katarina Witt (DE), BMW Laufsport Botschafter Jan Fitschen (DE) sowie die Bob- und Schlittensportler Felix Loch (DE, Rodeln), Manuel Machata (DE, Bob), Francesco Friedrich (DE, Bob), Natalie Geisenberger (DE, Rodeln), Anja Huber (DE, Skeleton) und Bob-Bundestrainer Christoph Langen (DE) dabei. Am BMW Museum in München (DE) gestartet, bewegten sie faszinierende Fahrzeuge aus unterschiedlichen Abschnitten der BMW Historie in Richtung Spielberg, Schauplatz des dritten DTM-Laufs 2013.

Prinz Leopold von Bayern (DE) überzeugte am Steuer des offenen BMW 328 trotz zum Teil heftigen Regens mit seiner Ausdauer – und zog eine positive Bilanz nach der ersten BMW Sports & Classic Rallye. „Bei dieser Veranstaltung war wirklich für jeden etwas dabei“, sagte der BMW Markenbotschafter. „Ich liebe natürlich die historischen BMW Automobile, in denen wir die Strecke nach Österreich zurückgelegt haben. Außerdem war es spannend zu sehen, wie sich Spitzensportler aus dem Motorsport, dem Wintersport und dem Laufsport begegnen und sofort auf derselben Wellenlänge liegen. Das Highlight war der Besuch in Spielberg, wo die Nicht-Motorsportler DTM-Luft schnuppern konnten. Es war eine rundum gelungene Veranstaltung, trotz des schlechten Wetters auf der Route.“

BMW Motorsport Direktor Jens Marquardt freute sich über den Besuch der BMW Sport-Stars an der Rennstrecke und meinte: „Unsere Fahrer hatten viel Spaß auf der BMW Sports & Classic Rallye und haben die Etappen hinter dem Lenkrad sehr genossen. Jeder bei uns im Team freut sich ungemein, wenn sich Olympiasieger, Weltmeister und Europameister aus anderen Disziplinen für den Motorsport begeistern und unser DTM-Projekt einmal aus der Nähe erleben möchten. Bisher hat sich der Besuch ja für uns durchaus als positives Omen erwiesen.“



Datum 2. Juni 2013
Thema Vier ereignisreiche Tage, ein letztes Highlight in den Alpen.
Seite 2

Im Qualifying am Samstag hatte Bruno Spengler (CA) die Poleposition errungen, dicht gefolgt von Marco Wittmann (DE). Augusto Farfus (BR) machte als Vierter die viel versprechende Ausgangslage für das Rennen am Nachmittag perfekt. „Jetzt will ich natürlich auch, dass einer der Jungs den Sieg feiert“, meinte Skeleton-Weltmeisterin Huber. „Ich bin heute selbst im BMW M3 GT2 Renntaxi auf die Strecke gegangen. Das war eine sensationelle Erfahrung. Jetzt drücke ich den BMW Fahrern für das Rennen nachher die Daumen. Und natürlich sind die DTM-Piloten herzlich eingeladen, auch mal wieder bei uns am Eiskanal vorbeizuschauen.“

Für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zur BMW Sports & Classic Rallye sowie Pressemeldungen und Pressemappen zu den BMW Group Sportaktivitäten finden Sie unter: www.press.bmwgroup-sport.com

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

BMW Sportkommunikation

Ingo Lehbrink (Motorsport)
Tel.: +49 176 203 402 24
E-Mail: Ingo.Lehbrink@bmw.de
Internet: www.bmw-motorsport.com

Nicole Stempinsky (Wintersport)
Tel.: +49 151 174 177 25
E-Mail: Nicole.Stempinsky@bmw.de
Internet: www.bmw-golfsport.com

David Biebricher (Laufsport)
Tel.: +49 176 601 229 79
E-Mail: David.Biebricher@bmw.de
Internet: www.bmw-laufsport.de

Die BMW Group.

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI und Rolls-Royce der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 28 Produktions- und Montagestätten in 13 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern. Im Jahr 2012 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,85 Millionen Automobilen und über 117.000

BMW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Datum 2. Juni 2013

Thema Vier ereignisreiche Tage, ein letztes Highlight in den Alpen.

Seite 2

Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2012 belief sich auf rund 7,82 Mrd. Euro, der Umsatz auf rund 76,85 Mrd. Euro. Zum 31. Dezember 2012 beschäftigte das Unternehmen weltweit 105.876 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. Entsprechend ist die BMW Group seit acht Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.