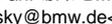




## 25. BMW International Open: "Es ist angerichtet. BMW feiert 25 Jahre im Profigolf ? Jubiläumsturnier in München.

25. BMW International Open: "Es ist angerichtet." BMW feiert 25 Jahre im Profigolf - Jubiläumsturnier in München. München. 1989: Deutschland ist noch ein geteiltes Land, die Torschützenkönige der Fußball-Bundesliga heißen Thomas Allofs, Roland Wohlfarth und Nick Faldo feiert seinen ersten Masters-Sieg. Und in München wird erstmals die BMW International Open ausgetragen. Für Ausrichter BMW und den Golfsport ist es der Anfang einer Partnerschaft, die Maßstäbe setzen wird. 2013 feiert das Turnier seinen 25. Geburtstag (18. bis 23. Juni, Golfclub München Eichenried). Der Startschuss in das Jubiläumsjahr fiel heute in München bei der Auftaktpresse-konferenz. In BMW Classic Fahrzeugen fuhren die Offiziellen im BMW Museum vor, unter ihnen auch Golflegende Paul Azinger. Der US-Amerikaner kam als Ehrengast anlässlich der bevorstehenden Jubiläumsveranstaltung nach München: "Zinger" ist - neben dem Dänen Thomas Björn - der einzige Spieler in der 25-jährigen Turniergeschichte, der sich zweimal in die Siegerlisten eintragen konnte. 1990 und 1992 gewann Azinger - und zwar jeweils im Stechen. "Die BMW International Open", erinnert sich Azinger, "war nach der Open Championship das erste Turnier, das ich in Europa gespielt habe. Und neben den beiden Titeln habe ich viele sehr schöne Erinnerungen an die Tage in München." Azinger war voll des Lobes: "Das Engagement von BMW im Golfsport ist fantastisch. Wir Spieler können dafür gar nicht genug dankbar sein." Azinger fuhr in einer himmelblau-weißen Isetta - liebevoll "Knutschkugel" genannt - zur Pressekonferenz. Neben ihm am Steuer: Magnus Wiese, Leiter Events, Ausstellungen und Sportmarketing: "Wir haben mit der BMW International Open etwas Großes aufgebaut und seit 25 Jahren den Golfsport geprägt. Das ist eine Erfolgsgeschichte", sagte Wiese. Kein anderes Turnier auf der European Tour weist eine so kontinuierliche Partnerschaft als Veranstalter auf. Wiese erinnerte sich an das für ihn persönlich emotionalste Erlebnis der Turniergeschichte: "Der Sieg von Martin Kaymer 2008 war für uns alle ein sehr spezieller Moment." Keith Waters, Chief Operating Officer der European Tour, würdigte nicht nur die Bedeutung des Turniers, sondern auch die der Marke BMW für die Entwicklung der European Tour: "Die Langlebigkeit und Kontinuität unserer Partnerschaft mit BMW ist außergewöhnlich, und wir sind sehr glücklich seit 25 Jahren ein Unternehmen an unserer Seite zu wissen, dass in allem, was es tut, stets um Qualität und Innovation bemüht ist. Wir haben eine starke und kraftvolle Partnerschaft mit BMW." Auch die besten Spieler der Welt - angeführt vom Weltranglistenzweiten Rory McIlroy und BMW Markenbotschafter Martin Kaymer - sendeten ihre Glückwünsche zum 25. Jubiläum der BMW International Open. Neben dem bisher einzigen deutschen Sieger in der Geschichte des Turniers, dem Champion von 2008, Martin Kaymer, werden im Sommer in München auch der US-amerikanische Longhitter Dustin Johnson, British-Open-Sieger Ernie Els aus Südafrika sowie der spanische Weltklassemann Sergio García das mit europäischen Spitzenspielern gespickte Feld anführen. "Bis zum Startschuss der BMW International Open ist noch etwas Zeit", erklärte Turnierdirektor Kaussler, "aber wir haben bereits jetzt schon ein sehr attraktives Teilnehmerfeld beisammen. Und bis zum Turnier werden wir sicher noch den ein oder anderen prominenten Namen bekannt geben können - wir freuen uns auf die Jubiläumsausgabe!" Korbinian Kofler, Geschäftsführer des Golfclubs München Eichenried, erläuterte die baulichen Veränderungen des Meisterschaftsplatzes: "Wir haben sehr viele Änderungen auf dem Platz durchgeführt, damit haben wir nun mehr Fläche für Grüns, Spielbahnen und die Zuschauer gewonnen - so können diese das Spielgeschehen noch direkter verfolgen." Insgesamt wurden vier Spielbahnen in Eichenried anspruchsvoller gestaltet. An Loch 2 und 6 wurden die Abschläge verlängert, auf den Spielbahnen 16 und 18 wurden die Wasserhindernisse an den jeweiligen Grüns vergrößert, so dass diese in Zukunft schwerer anzuspielen sind. Zum Abschluss der Pressekonferenz überreichte Magnus Wiese den Ehrengästen ein ganz besonderes Präsent: einen silbernen Ballmarker, auf dem anlassgemäß eine "25" eingraviert ist. Im Anschluss versuchte sich Stargast Paul Azinger beim "Nearest to the BMW 326". Er pitchte souverän den Golfball in einen historischen BMW 326 (Baujahr 1936-1941). Vier von fünf Versuchen landeten zielsicher im Innenraum des Cabriolets. Im Anschluss besichtigten Paul Azinger und Keith Waters die umgestaltete Bahn 16 im verschneiten Eichenried. Dabei stellten die Beiden das legendäre Stechen des Jahres 1990 nach, das Azinger seinerzeit gegen Titelverteidiger David Feherty (Nordirland) zu seinen Gunsten hatte entscheiden können. "Ich kann mich noch gut erinnern, sagte Azinger am Dienstag, "ich spielte im Flight vor Titelverteidiger Feherty und verzog meinen Schlag auf der 18 weit nach links - eigentlich ?out of bounds. Doch der Ball flog in die Zuschauermenge und sprang zurück ins Spiel - das war mein Glück. Ich schaffte noch das Birdie und damit der Einzige ins Stechen gegen Feherty. Und das habe ich dann für mich entscheiden können." Hinweis an die Redaktionen: Bewegtbild von der heutigen Pressekonferenz und dem Duell an Loch 16 wurde filmisch dokumentiert. Das Video steht Ihnen in Kürze zum Download bereit. Aktuelle Pressemeldungen, Pressemappen und für redaktionelle Zwecke rechtfreies Bildmaterial zu den BMW Group Sportaktivitäten finden Sie unter: [www.press.bmwgroup-sport.com](http://www.press.bmwgroup-sport.com) Bei Fragen zu dieser Presseinformation wenden Sie sich bitte an: BMW Group / Nicole Stempinsky / Tel.: +49-89-382-51584 / Fax: +49-89-382-28567 / E-Mail Adresse: [nicole.stempinsky@bmw.de](mailto:nicole.stempinsky@bmw.de) 

### Pressekontakt

BMW Group

80788 München

### Firmenkontakt

BMW Group

80788 München

Die Aktivitäten der BMW Group umfassen neben dem Automobilgeschäft die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Motorrädern sowie umfassende Finanzdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden: Automobile. Mit den Marken BMW, MINI und Rolls-Royce Motor Cars ist die BMW Group der einzige Automobilhersteller weltweit, der mit allen Marken und über alle relevanten Segmente hinweg eine reine Premiummarken-Strategie verfolgt, vom exklusiven Kleinwagen bis zur absoluten Top-Limousine. Motorräder. Auch bei den Motorrädern verfolgt die BMW Group eine Premiummarken-Strategie. Unser Anspruch: In den Bereichen Technologie, Umweltschutz und Sicherheit führende Produkte im oberen Segment der motorisierten Zweiräder zu entwickeln, zu produzieren und mit einem umfassenden Service im Markt zu betreuen. Finanzdienstleistungen. Wir verstehen

Finanzdienstleistungen als Schlüsselfaktor in einer mobilen Welt. Hierbei setzen wir auf ein konzentriertes Produktportfolio, in dem wir jede Detailfrage mit Expertenwissen beantworten können. Unsere Tätigkeitsfelder im Einzelnen: Finanzierung und Leasing, Vermögensmanagement, Händlerfinanzierung, Flottengeschäft. Unsere weiteren Geschäftsbereiche: IT-Beratung und Systemintegration (Softlab GmbH) und Versicherungen (Bavaria Wirtschaftsagentur GmbH). Die Unternehmenszentrale in München steuert die Aktivitäten der BMW Group weltweit. Im ?Vierzylinder am Olympiapark laufen die Fäden aus mehr als 150 Ländern zusammen.