



Hahnenkamm-Rennen Kitzbühel 2009

Traditionen bewahren das grösste Skispektakel der Welt

Jede Sportart hat ihre Eckpfeiler. Der Skiweltcup ist ohne Kitzbühel undenkbar. Das Hahnenkamm-Rennen ist in jedem Jahr ein Höhepunkt, egal ob danach noch Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele folgen. So auch die 69. Hahnenkamm-Rennen 2009 vom 23. bis 25. Januar.

Ein Event, das den grösstmöglichen Spektakel bietet, das von 40 TV-Stationen in alle Welt übertragen wird und auch jene fesselt und in den Bann zieht, die sonst mit Skirennsport nichts am Hut haben. Ein solches Rennen hat für den Sport einen unbezahlbaren Wert.

Dieser Aura kann sich auch Rolex nicht entziehen. Seit über 80 Jahren ist der Name der Schweizer Uhrenfirma mit sportlichen und künstlerischen Spitzenleistungen verbunden. Gezielte Unterstützung und Verbundenheit – wie beispielsweise im alpinen Skirennsport seit der Gründung des Weltcups – machen Rolex zu mehr als nur einem Sponsor, sondern einem echten Partner.

Zu einer solchen Veranstaltung gilt es Sorge zu tragen. Traditionen soll man pflegen, nicht bekämpfen. Aus der Not (Schneemangel) ist in den letzten beiden Jahren der Slalom nicht mehr auf dem traditionellen Ganslernhang, sondern nach dem Startstück auf dem unteren Teil der Abfahrt gefahren worden. Um diese Notmassnahme zu vermeiden, hat der Kitzbüheler Ski-Club eine neue Vierersesselbahn gebaut und den Ganslernhang zurück ins Programm genommen. Auch für die nächste Zukunft. Unter dem Motto, „Alte Piste, neues Ambiente“ ist der Start nach oben verlegt und der Zielbereich ausgebaut worden.

Vom Bauernrennen zum „The Race“

Start auf 1665 Metern über Meer, Ziel auf 805 Metern, Streckenlänge 3312 Meter. Was sich hinter diesen nackten Zahlen verbirgt, ist das grösste Skispektakel der Welt. Die Hahnenkamm-Abfahrt auf der Streif. Immer wieder hat man versucht, mit Superlativen diesem Rennen gerecht zu werden. Es ist nicht gelungen. Deshalb nennt man diese jährliche Sport-Show auf der furchterregendsten Piste im Zirkus ganz einfach: „The Race“. Das sagt alles.

Der Beginn war bescheiden: Zwischen den Kriegen, 1931, ist am Hahnenkamm erstmals ein Skirennen gefahren worden. Aus diesem „Bauernrennen“ ist bis heute ein Millionenunternehmen geworden. Was Wimbledon fürs Tennis oder Monte Carlo für die Formel 1 ist „Kitz“ für den Skirennsport. Einmalig und nicht wegzudenken. Klar, dass da nur das Beste gut genug ist: Mit Infront einer der grössten Sportrechte-Händler der Welt, mit der Agentur WWP von Harti Weirather und Hanni Wenzel als Betreuer der Top-Sponsoren eine Agentur von Weltruf und mit Rolex die Schweizer Uhrenmanufaktur, deren Image genau das verkörpert, was die Rennfahrer auf der Streif brauchen: Präzision, Eleganz, Zuverlässigkeit – kurz gesagt, Perfektion.

Mit dem erfahrenen Kitzbüheler Ski-Club und dem ORF als Hostbroadcaster sowie 500 Millionen TV-Zuschauern wird die Show perfekt aufgezogen und in Stuben auf der ganzen Welt vermittelt. Mit gegen 1000 Journalisten und Fotografen, mit Fans aller Couleurs, Kuhglocken-gebimmel wie bei einem Alpaufzug, mit Reichen und Aristokraten, Jungen und Alten, vermischt sich in Kitzbühel die ganze Sozial-Palette nur für eines: Sie nehmen Platz für die Top-Show am Berg.

Auf der Streif siegen nur die Besten

Auf der schwersten Abfahrt der Welt können nur die Besten gewinnen. Und so bilden diese Siegernamen so etwas wie die Allzeit-Hitparade: Von Killy, Sailer, Schranz und Collombin bis Klammer, Read, Zurbriggen, Heinzer, Strobl, Maier, Eberharter, Rahlves, Walchhofer oder Cuche.

Aber in Kitzbühel gabs nicht nur Rennen und Sieger. In der aussergewöhnlichen Arena spielte sich auch Aussergewöhnliches ab. 1985 hat Pirmin Zurbriggen am Freitag und am Samstag die beiden ersten Abfahrten seiner Karriere gewonnen. Aber beim zweiten Rennen verletzte sich der Schweizer Skistar in der Kompression nach dem Zielschuss am Meniskus. Der Sieger verliess die Arena an Krücken und mit dem Krankenwagen. Es ist bis heute die einzige Siegerehrung in der Geschichte des Weltcups, die ohne den Sieger stattfand.

Rolex und der Sport. Wer würde als Rolex-Testimonial besser passen als Hermann Maier? Ein Mann mit unvergleichlichem Charisma, mit einer spürbaren Aura, mit weltweitem Ansehen.

Auf der Streif siegen nur die Besten. Aber es gibt ihn nicht, diesen einen, idealen Skirennfahrer. Während ein Maier seine Erfolge dank seiner unermesslichen Kraft, seiner Aggressivität, seiner Risikobereitschaft erzielte, war ein Jean-Claude Killy das pure Gegenteil – und ebenso erfolgreich. Killy fuhr mit Eleganz, mit grösster Präzision und ausgeprägtem Gefühl für Piste, Kurs und Rennverlauf. Der Franzose hatte übrigens Verträge mit zwei verschiedenen Skifirmen – das eine Produkt fuhr er in Europa, das andere in Nordamerika. Killy wurde 1968 dreifacher Olympiasieger in Grenoble und trat im Alter von erst 24 Jahren zurück. Jean-Claude Killy war OK-Präsident der Olympischen Spiele 1992 in Albertville und ist geschätztes Mitglied des Internationalen Olympischen Komitees.

Die Schlüsselstellen der Streif

Ob mit der Kraft eines Maiers oder der feinen Technik eines Killy – die Schlüsselstellen der Streif sind mit beiden Qualitäten zu meistern. Schon 100 Meter nach dem Start lauert die Mausefalle. 85 Prozent Steilheit, Sprünge bis zu 60 Metern. Die Fahrer müssen nach der Landung bereit sein, die Kompression und sofort folgende Linkskurve aufzufangen. Denn schon zehn Sekunden später folgt der Steilhang: Blankes Eis, ein einziger Kampf mit Material, Piste und gegen physikalische Grundsätze – schafft man die Ausfahrt in den Brückenschuss, oder landet man in den Fangnetzen?

Über Alte Schneise, Seidlalm und Lärchenschuss erreicht der Rennfahrer den Hausberg. Zuerst der Sprung über die Hausbergkante und erstmals der direkte Kontakt mit über 40'000 Fans. Nach der Ladung folgt die heikle Linkskurve in die Traverse, die dem Fahrer kaum Halt gibt, es geht nur darum, die Kante zum Zielsprung zu erreichen. Danach geht's mit Tempo 150 Richtung Ziel. Hier ist vor einigen Jahren nochmals ein Sprung eingebaut worden. Den Zuschauern stockte der Atem, als Kristian Ghedina 2004 dort in der Luft eine Grätsche machte!



Einmalig auch das Stadion

Wenn es Kitz nicht gäbe, man müsste es erfinden. Ein Abfahrtsstadion fast mitten im 8500 Seelen-Städtchen. Keiner benötigt ein Auto, keiner eine Seilbahn, weder Ski noch Board werden benötigt, um ins „Theater“ zu gelangen, wo „The Race“ aufgeführt wird. Während sich die VIPs auf den Tribünen niederlassen, in Woldecken hüllen und sich freuen, von einer der Dutzenden TV-Kameras eingefangen zu werden, halten sich die Fanclubs entlang der Strecke mit dem Wettkampf „Wer sorgt für am meisten Stimmung“ warm. Wenn der Start um 11.30 Uhr ist, stehen die ersten schon drei Stunden vorher da.

Bei keinem anderen Skirennen der Welt sind so viele Medien vor Ort. Zeitungen, Magazine, TV-Anstalten, die sonst bei keinem Skianlass dabei sind, kreuzen in Kitz oft in Zweier-, Dreier- oder Vierer-Besetzung auf. Die Stimmung im Medienkorridor ist entsprechend angespannt. Nirgends ist es so schwierig, mit dem Sieger zu sprechen, es ist aber auch nirgends so schwer.

Der Faszination Kitzbühel kann sich keiner entziehen. Man kann auch sagen: An Kitzbühel kann man sich nicht gewöhnen, es bleibt auch bei jeder Neuaufführung einmalig.

Infos: www.hahnenkammnews.com



Programm

Hahnenkamm-Rennen Kitzbühel 2009

Dienstag, 20. Januar 2009

11.30 Uhr 1. Abfahrtstraining

Mittwoch, 21. Januar 2009

11.30 Uhr 2. Abfahrtstraining

Donnerstag, 22. Januar 2009

11.30 Uhr 3. Abfahrtstraining

Freitag, 23. Januar 2009

11.30 Uhr HAHNENKAMM SUPER-G

18:30 Uhr Preisverteilung HAHNENKAMM SUPER-G &
Startnummernverlosung HAHNENKAMM ABFAHRT; beim Zielhaus

Samstag, 24. Januar 2009

11.30 Uhr HAHNENKAMM ABFAHRT

anschl. KitzCharityTrophy; Rasmusleitn

18:30 Uhr Preisverteilung HAHNENKAMM ABFAHRT &
Startnummernverlosung HAHNENKAMM SLALOM; beim Zielhaus

Sonntag, 25. Januar 2009

10.15 Uhr HAHNENKAMM SLALOM 1. Dg.

13:15 Uhr HAHNENKAMM SLALOM 2. Dg.

anschl. Preisverteilung HAHNENKAMM SLALOM
und HAHNENKAMM KOMBINATION; im Zielgelände Slalom

Allfällige Änderungen der Jury vorbehalten



Rolex und der Sport

Präzise, wasserdicht und robust: Seit ihrer Einführung 1926 wird die Rolex Oyster mit Pioniergeist assoziiert. Optimal angepasst an den Lebensstil einer sich im schnellen Wandel befindenden Gesellschaft, in der Freizeit eine immer bedeutendere Rolle spielte, war diese Armbanduhr von vornherein dazu bestimmt, die traditionelle Taschenuhr nach und nach zu ersetzen.

Die Welt des Sports bot ein außergewöhnliches Feld zur Erprobung und Ausbreitung dieses Uhrenmodells beispielloser Qualität. Hans Wilsdorf, dem Firmengründer von Rolex, gelang 1927 ein erster Volltreffer, indem er Mercedes Gleitze, eine junge Engländerin, mit einer Rolex Oyster ausstattete, als sie den Versuch unternahm, den Ärmelkanal schwimmend zu durchqueren. Er reservierte sogar die Titelseite der Daily Mail, um dieses Ereignis einem Massenpublikum bekannt zu machen. Obwohl die Armbanduhr mehr als zehn Stunden im eisigen Meerwasser verbrachte, ging sie anschließend weiterhin genau, ein Beweis für ihre unbezweifelbare Wasserdichtigkeit und Robustheit. Damit hatte der junge Unternehmer die sogenannte „Testimonial“-Kampagne erschaffen.

Seit den 1930er-Jahren war die fortschreitende Entwicklung der Oyster untrennbar mit erfolgreichen Sportlern verbunden, die sich für die damalige Zeit neuartigen Disziplinen zuwandten und darin auszeichneten, wie zum Beispiel der Fliegerei, dem Motorsport oder dem Alpinismus.

1933 überflog Stewart Blacker den Mount Everest; 1947 durchbrach Chuck Yeager als erster Pilot die Schallmauer; 1935 erzielte Sir Malcolm Campbell als erster Rennfahrer in seinem Bluebird die Rekordgeschwindigkeit von 301 Meilen pro Stunde (ungefähr 484 Stundenkilometer). 1953 gelang der von Sir John Hunt, Sir Edmund Hillary und Tenzing Norgay geführten Expedition die Erstbesteigung des Mount Everest. Bei all diesen außergewöhnlichen Leistungen haben weltweit bekannte Persönlichkeiten die technischen Qualitätsmerkmale der Oyster unter Beweis gestellt.

Im Laufe der Jahre kamen zu den ursprünglichen Sportarten weitere hinzu. Gegenwärtig beteiligt sich Rolex neben den Alpin-Ski Kitzbühel Hahnenkamm-Rennen an den folgenden fünf Disziplinen: Golf, Segeln, Tennis, Pferdesport und Motorsport. Sie alle vereinigen Präzision und Ausdauer mit der Überwindung der eigenen Grenzen.

Rolex: ein Kurzporträt

Rolex gilt weltweit als führende Schweizer Uhrenmanufaktur und genießt einen beispiellosen Ruf für Qualität und Know-how.

Die Entstehungsgeschichte von Rolex

Der Ursprung von Rolex reicht an den Anfang des 20. Jahrhunderts zurück. Zu dieser Zeit, als Taschenuhren noch in Mode waren, setzte Hans Wilsdorf, ein erst 24-jähriger junger Mann aus Bayern, seine Ambitionen auf die Zukunft der Armbanduhr. Der Pioniergeist des Firmengründers ist der Stoff einiger der interessantesten Kapitel in der Geschichte der zeitgenössischen Uhrmacherkunst und war der Auslöser von zwei bedeutenden Innovationen. 1926 präsentierte Rolex die Oyster, die erste wasser- und staubdichte Armbanduhr der Welt, und 1931 wurde der erste automatische, mit Perpetual-Rotor ausgestattete Selbstaufzug erfunden. Im Laufe der Jahre entwickelte Rolex eine umfangreiche Kollektion mit einer starken Markenidentität, einem hohen Wiedererkennungswert und spezifischen Qualitätsmerkmalen. Mittlerweile besteht die Kollektion aus 170 Modellen, die in 3200 möglichen Kombinationen erhältlich sind. Darüber hinaus trägt die Cellini Kollektion dazu bei, den treuen Kunden der legendären Qualität von Rolex eine noch größere Uhrenausswahl zu bieten. Zuverlässigkeit und Leistung begründen den weltweit ausgezeichneten Ruf von Rolex.

Ein internationales Unternehmen

Heute, unter der Leitung von Bruno Meier, ist Rolex in gut 100 Ländern auf der Welt präsent. Das Unternehmen stellt den Vertrieb der Armbanduhren und die Qualität der Wartung durch ein Netzwerk von 28 Niederlassungen und mehreren Tausend offiziellen Rolex Fachhändlern sicher.

Eine Armbanduhr von Rolex ist auf Beständigkeit angelegt. Die Einzelkomponenten des Uhrwerks werden nach wie vor von Hand zusammengefügt. Somit profitiert jede Armbanduhr vom Know-how des Unternehmens und von der jahrzehntelangen Erfahrung auf dem Gebiet der Uhrmacherkunst. Ein einzigartiger Kundenservice stellt außerdem sicher, dass die Armbanduhren dauerhaft präzise funktionieren. Dieser Service basiert auf der Kompetenz von 4000 von Rolex geschulten Uhrmachern, die in den Niederlassungen oder für Rolex Fachhändler auf

der ganzen Welt tätig sind. Als international etablierte und angesehene Marke mit zeitlosem Erscheinungsbild setzt Rolex seinen Siegeszug fort, indem das Unternehmen neue Märkte erschließt und seine weltweite Präsenz ausbaut.

Modernste Spitzentechnologie

Auf steigenden Bedarf reagieren zu können und gleichzeitig die neuesten Technologien zu integrieren, erfordert die ständige Weiterentwicklung der Fertigungsanlagen. Mitte der 1990er- Jahre entschied sich Rolex für die vertikale Integration seiner Produktionsstätten und sicherte sich damit die Kontrolle über die Fertigung der gesamten Uhrenkomponenten.

Die Unabhängigkeit des Unternehmens war auf diese Weise gewährleistet. Im Interesse der Kontinuität und Effizienz hat Rolex alle seine Geschäftstätigkeiten innerhalb der Schweiz an vier funktionalen Standorten konzentriert.



Standort Genf

Die Rolex Zentrale in Genf ist Sitz der Verwaltung des Unternehmens. Darüber hinaus werden hier sowohl der endgültige Zusammenbau und der Vertrieb der Armbanduhren als auch der Kundenservice abgewickelt.

In Chêne-Bourg sind alle Tätigkeiten vereint, die sich auf die Entwicklung und die Fertigung der Zifferblätter und der edelsteinbesetzten Schmuckelemente beziehen.

Am Standort Plan-les-Quates werden sämtliche Arbeiten durchgeführt, die mit der Entwicklung, Fertigung und der Qualitätskontrolle aller Gehäuse und Armbänder zusammenhängen.

Standort Biel

Am Produktionsstandort Biel findet die Fertigung und Montage der Uhrwerke von Rolex statt.

Rolex: ein Synonym für Exzellenz

Der Name Rolex wird mit Spitzenleistungen assoziiert. 1927 unternahm die junge Engländerin Mercedes Gleitze den Versuch, den Ärmelkanal schwimmend zu durchqueren. Dabei trug sie eine Oyster. Als sie das Wasser nach mehr als 10 Stunden verließ, funktionierte die Armbanduhr nach wie vor perfekt. Daraufhin setzte das Unternehmen eine ganzseitige Anzeige in die Daily Mail und verkündete darin den Erfolg der wasserdichten Armbanduhr und den Anfang des „Triumphzugs der Rolex Oyster um die ganze Welt“. Dieses Ereignis markierte den Anfang einer dauerhaften Beziehung zwischen Rolex und herausragenden Persönlichkeiten, die die Qualität der Armbanduhren bezeugen und Markenbotschafter sind. Diese Verbindungen bereiteten den Weg für zahlreiche Partnerschaften und Sponsoringaktivitäten in so verschiedenartigen Bereichen wie Kunst und Kultur, Tennis, Golf, Segelsport, Pferdesport und Motorsport.



Ihre Kontakte

Internationale Medieninformationen

Marc Schlüssel

Key Partners (KPMS)
20, Avenue Edouard Dubois
CH - 2000 Neuchâtel | Schweiz

Tel: +41 32 724 28 29

Fax: +41 32 724 28 33

Mobile: +41 79 445 68 63

Email: info@hahnenkammnews.com

www.hahnenkammnews.com

Medieninformationen auf Deutsch

Anna Maria Gregorini

Key Partners (KPMS)
D - 82319 Starnberg | Deutschland

Mobile: +49 160 9513 9597

Email: anna-maria@kpms.com