PALCO23

MEDIA

BMW entra de lleno en eSports con el patrocinio de cinco clubes europeos

La automovilística ha firmado alianzas con Cloud, Fnatic, Funplus Phoenix, T1 y G2 Esports, con sede en Alemania, pero de origen español.

Palco23
17 abr 2020 - 09:40

Los eSports aprovechan como nadie el renovado potencial que las marcas ven en una de las pocas industrias del entretenimiento que sigue activa pese al Covid-19.
BMW ha firmado con cinco clubes de eSports de forma simultánea “para establecerse firmemente como un nuevo jugador importante”. Los términos económicos del acuerdo no se han hecho públicos.

El contrato le da visibilidad en algunos de los mayores mercados, pues la lista de equipos la forman Cloud 9 (Estados Unidos), Fnatic (Reino Unido), Funplus Phoenix (China), G2 Esports (Alemania) y T1 (Corea del Sur), que en total suman 200 jugadores y son ampliamente conocidos por su recorrido en las competiciones de *League of Legends* (LoL).

La multinacional germana defiende esta inversión porque el de los deportes electrónicos es “un campo que ha ido creciendo en popularidad continuamente,

https://www.palco23.com/media/bmw-entra-de-lleno-en-esports-con-el-patrocinio-de-cinco-clubes-europeos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

especialmente entre el grupo objetivo de la próxima generación". Su primera experiencia fue en 2017 como socio de las finales de la European League of Legends, mientras que en 2019 se volcó en citas de *simracing*.

"Los deportes electrónicos nos muestran cómo el entretenimiento deportivo puede seguir prosperando y desempeñar un papel clave teniendo en cuenta los desafíos actuales", ha argumentado Jens Thiemer, vicepresidente senior de clientes y marca en BMW. "Consideramos que los deportes electrónicos son una adición prometedora y creciente a nuestras actividades de márketing", ha añadido.

La compañía se aferra sobre todo a los datos de consumo de LoL, cuyas finales mundiales en París atrajeron a una audiencia media de 44 millones de personas en todo el mundo. Además, los equipos seleccionados le permitirán contactar con seguidores de otros campeonatos basados en videojuegos como *Dota 2*, *Fifa*, *Fortnite* o *Rocket League*.

https://www.palco23.com/media/bmw-entra-de-lleno-en-esports-con-el-patrocinio-de-cinco-clubes-europeos

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.