

Hyundai bietet Fans vier Wochen Grund zum Jubeln

- **Null-Prozent-Finanzierung für Neuwagen während der WM**
- **Fan Parks und Feste in Hamburg, Dortmund, Dresden, Offenbach und Berlin**
- **Neues aus Südafrika: Jürgen Klinsmann berichtet auf Facebook**

Neckarsulm. Während der FIFA Fußballweltmeisterschaft™ haben die Fans nicht nur ob der hoffentlich zahlreichen Tore der deutschen Mannschaft Grund zum Jubeln: Auch Hauptsponsor Hyundai läuft mit seiner bundesweiten WM-Kampagne „Wir sind Südafrika“ zu Top-Form auf.

Jubelgrund Nummer eins: Während des vierwöchigen sportlichen Großereignisses in Südafrika bietet die Marke allen Fans eine attraktive Null-Prozent-Finanzierung für die Sondermodellmannschaft „FIFA WM Edition“. Die Mannschaftsaufstellung beginnt mit dem fünftürigen Kleinwagen i10 1.1, geht über den praktischen Kleinwagen i20 1.2 und endet mit den Erfolgsmodellen der Kompaktklasse: dem i30 1.4 und seinem Kombiablerger i30cw 1.4. Die monatlichen Raten starten bei 59 Euro für den i10 1.1 Classic bei einer Anzahlung von 1.678 Euro und einer Laufzeit von 60 Monaten. Das Finanzierungsangebot gilt für vom 11. Juni bis zum 10. Juli 2010 abgeschlossene Kaufverträge und umfasst eine Laufleistung von 10.000 Kilometer pro Jahr. Der Preisvorteil der FIFA WM Editionsmodelle liegt bei bis zu 2.370 Euro (i30 FIFA WM Edition mit Zusatzpaket).

Gemeinsam friedlich feiern: Hyundai Fan Parks und FIFA Fan Fest

Jubelgrund Nummer zwei: Mit vielen tausend Menschen ausgelassen und friedlich feiern, ist dank Hyundai auch in diesem Jahr wieder möglich. Wie schon bei der WM 2006 in Deutschland engagiert sich die koreanische Marke bei einer Vielzahl großer Public Viewing Veranstaltungen. Als Titelsponsor der Hyundai Fan Parks in Dortmund (Friedensplatz), Dresden (Königsufer), Hamburg (Heiligengeistfeld) und Offenbach (Ring Center) ermöglicht das Unternehmen bundesweit die Übertragung der WM-Spiele auf der Großbildleinwand für bis zu 70.000 Fans pro Standort. Dabei ist die Marke nicht nur mit einem umfangreichen

Signalisation in den Städten vertreten, sondern stellt auch ein attraktives Programm auf die Beine. So sorgt Hyundai unter anderem mit Fanschminken, einer Fahrzeugausstellung und der Suche nach dem Fan of the Match, dem attraktivsten und auffälligsten Fan des Tages, für gute Stimmung.

Zusätzlicher Höhepunkt auf dem Fan Park in Hamburg: In der Hansestadt macht die bundesweite Roadshow der Marke für vier Wochen auf dem Heiligengeistfeld Station. Der in drei Sektionen unterteilte Stand umfasst unter anderem eine Fan-Arena, in der die Besucher Videobotschaften aufnehmen können, einen ix35-Fahrsimulator und die neuesten Spiele der Sony Playstation. Eine afrikanische Lodge sorgt mit Bastelstationen für beste Unterhaltung bei den Kleinsten und informiert über das soziale Engagement der Marke in Südafrika.

Den Rang als größten Fan Park macht Hamburg nur Berlin streitig: Bis zu eine Million Menschen werden auf der Fanmeile der Hauptstadt erwartet. Beim dem von der FIFA organisierten Fan Fest ist Hyundai wie schon 2006 als einer der vier Top-Partner mit von der Partie und will mit einer Reihe von Attraktionen für viel Gesprächsstoff bei den Berlinern sorgen: zum Beispiel mit dem „Klinsmann-Diver“. Auf einem speziell gefertigten, rollenden Board können die Besucher den legendären Jubelschrei von Ex-Nationalspieler und Hyundai WM-Botschafter Jürgen Klinsmann nachahmen. Ein daraus für jeden Fan kostenfrei erstelltes Daumenkino hält den Moment für Freunde und Familie fest. Weiteres Highlight auf der Fanmeile wird der Hyundai Goal Counter sein. Der rund zwölf Meter hohe Turm zeigt die in Südafrika erzielten Tore an und verbindet den Torjubel mit dem guten Zweck: Denn für jeden Treffer spendet Hyundai 100 Euro für die Harry Gwala Secondary School in Khayelitsha, die das Unternehmen bereits seit 2003 unterstützt. Fanschminken, Tischkicker, ein attraktives Gewinnspiel rund um den neuen Cityroader ix35 und die Suche nach dem Fan of the Match runden das attraktive Rahmenprogramm ab.

In allen vier Austragungsorten der Hyundai Fan Parks und beim FIFA Fan Fest in Berlin sind zudem Service-Teams unterwegs und laden Autofahrer per Gutschein zum kostenfreien Express Check ihres Fahrzeugs beim Hyundai-Händler ein. Dort werden Batterie, Stoßdämpfer, Ölstand, Beleuchtungsanlage, Keil-/Flachriemen, Kühlsystem, Abgasanlage, Scheibenwaschwasser und Wischerblätter sowie die Bereifung einschließlich Reserverad überprüft.

Das lokale Engagement am Firmensitz der Marke als Titelsponsor des Hyundai WM Fandorfs Heilbronn mit einer Kapazität von bis zu 25.000 Menschen komplettiert den großen Open-Air-Sommer.

Jürgen Klinsmann postet: Facebook-Seite bietet exklusive WM-Einblicke

Jubelgrund Nummer drei: Nicht nur jubeln, sondern mitreden können alle Hyundai-Facebook-Fans, denn Sie haben beispielsweise Antworten auf die Frage: Wie fühlt sich die deutsche Mannschaft kurz vor ihrer ersten Partie gegen Australien und wer sitzt im Mannschaftsbus eigentlich wo? Markenbotschafter Jürgen Klinsmann verrät es in seinem WM-Tagebuch. Darin berichtet der ehemalige Nationaltrainer exklusiv über seine Erlebnisse in Südafrika, den Verlauf des Turniers und seine Erfahrungen während der WM 2006. Darüber hinaus posten die Hyundai-Werbefiguren Chris und Morgan auf der Seite regelmäßig Neuigkeiten und Trends vom Internationalen FIFA Fan Fest in Berlin und den vier Hyundai Fan Parks.

Online-Aktion Ticket-Pate erfolgreich gestartet

Unterdessen ist die am 11. Mai gestartete Online-Aktion „Ticket-Pate“ auf www.wir-sind-suedafrika.de erfolgreich angelaufen. Wer sich noch bis 18. Juni registriert und verrät, warum er sich mit dem Hyundai-WM-Slogan „Wir sind Südafrika“ identifiziert, tut Gutes: Denn jeder hochgeladene Beitrag trägt dazu bei, den größten Wunsch der Schülerinnen und Schüler der Harry Gwala Secondary School zu erfüllen: ein WM-Spiel live im Green Point Stadion in Kapstadt zu erleben.

Die Harry Gwala Secondary School liegt in einem der ärmsten und größten Townships Südafrikas, in Khayelitsha. Seit einer Händlerreise 2003 unterstützt Hyundai Motor Deutschland das Institut mit rund 700 Schülern finanziell und mit Sachspenden. In der Schule wurden bisher zahlreiche Bücher und Computer angeschafft, die Sicherheitstechnik ausgebaut und Hockey-Plätze errichtet. Nächstes Projekt ist der Ausbau der bestehenden Sporthalle zur Mehrzweckhalle,

die ebenfalls für Veranstaltungen und Zusammenkünfte der Townshipbewohner genutzt werden soll.

Weitere Informationen zur Hyundai-WM-Kampagne gibt es auch unter www.wir-sind-suedafrika.de.

Überblick Null-Prozent-Finanzierung FIFA WM Edition

Finanzierung ¹	i10 FIFA WM Edition	i20 FIFA WM Edition	i30 FIFA WM Edition	i30cw FIFA WM Edition
Effektiver Jahreszins:	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Gebundener Sollzinssatz:	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Nettodarlehensbetrag:	6.712,00	7.752,00	10.592,00	11.552,00
Finanzrate:	59,00	65,00	89,00	99,00
Anzahlung:	1.678,00	1.938,00	2.648,00	2.888,00
Restrate:	3.231,00	3.917,00	5.341,00	5.711,00
Unverbindliche Preisempfehlung der Hyundai Motor Deutschland GmbH:	8.390,00	9.690,00	13.240,00	14.440,00

¹ Ein freibleibendes Finanzierungsangebot der FFS Bank GmbH, gültig für alle Verträge im Zeitraum 11.06. bis 10.07.2010 und Zulassung auf den Kunden im Zeitraum 11.06. bis 13.08.2010, 60 Monate Laufzeit. Bonität vorausgesetzt. Zzgl. Überführung, Barverkaufspreise sind beim Handel zu erfragen.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Claudia Kasper, Tel.: (07132) 487-255; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: claudia.kasper@hyundai.de

Informationen und Fotos auch im Pressebereich von www.hyundai-presselounge.de