

Hyundai stimmt Fans mit Facebook-Kampagne auf Südafrika ein

- Engagement startet am 28. Mai mit einem attraktiven Quiz
- Im Mittelpunkt: das Hyundai WM-Tagebuch von Jürgen Klinsmann
- Präsenz auf Internet-Plattform rundet WM-Kampagne „Wir sind Südafrika“ ab

Neckarsulm. Pünktlich zur wachsenden WM-Euphorie startet Hyundai heute eine eigene Fanseite auf der Internet-Plattform Facebook. Zum Start der Kampagne können die User über das Quiz „Wie Südafrika bist Du?“ ihr WM- und Südafrika-Wissen unter Beweis stellen und mit ein bisschen Glück eines von 50 WM-Anpfiff-Sets bestehend aus einem WM-Ball, einer WM-Tasse und originellen WM-Frühstücksbrettchen gewinnen.

Im Zentrum der Kampagne steht das Hyundai-WM-Tagebuch von Markenbotschafter Jürgen Klinsmann. Darin berichtet der ehemalige Nationalspieler und -trainer direkt aus Südafrika von seinen Erlebnissen rund um die FIFA WM 2010™. Darüber hinaus posten die Hyundai-Werbefiguren Chris und Morgan auf der Seite regelmäßig vom Internationalen FIFA Fan Fest in Berlin und den vier Hyundai Fan Parks in Hamburg, Dortmund, Dresden und Offenbach. Ziel des Engagements ist der Aufbau einer Online-Community zur Steigerung der Sympathie- und Bekanntheitswerte der Marke Hyundai.

„Unser Engagement auf Facebook verlängert die Hyundai WM-Kampagne „Wir sind Südafrika“ hinein in das Social Web. Für Hyundai ein wichtiger Schritt, den wir auch in Zukunft konsequent verfolgen wollen“, erklärt Sevilay Gökkaya, Bereichsleiterin Marketing & PR bei der Hyundai Motor Deutschland GmbH.

Für die Kampagne verantwortlich ist die Agentur Wunderknaben Kommunikation GmbH mit Sitz in Erkrath.

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