



Hyundai Heimspiel

30. September 2013

Hyundai schafft Bundesliga-Atmosphäre für Amateur-Fußballer

- **Hyundai weitet Fußball-Engagement auf Amateursport aus**
- **Amateure fühlen sich einen Tag lang wie Profis**
- **Kommunikation über zahlreiche Online-Kanäle**

Neckarsulm. Als Partner der FIFA und UEFA sponsert Hyundai bereits seit dem Jahr 2000 den internationalen Fußball. Aber auch Amateurvereine und damit den Breitensport will die Marke jetzt in deren Vereinsleben unterstützen: Mit der Aktion „Hyundai Heimspiel“ ermöglicht das Unternehmen einer Mannschaft bis zur 4. Liga ihr Liga- oder Pokalspiel zu einem einzigartigen Erlebnis für Verein und Fans zu machen. Bis zum 14. Oktober können sich interessierte Mannschaften bewerben, um eines ihrer Heimspiele zwischen dem 1. und 30. November in professioneller Atmosphäre zu veranstalten.

Einmal als Kreisligaspieler mit Ballkindern ins Stadion laufen, vom Stadionsprecher mit Namen aufgerufen werden und nach dem Spiel für Interviews zur Verfügung zu stehen - diesen Traum vieler Fußball-Amateure erfüllt Hyundai mit seiner neuen Aktion „Hyundai Heimspiel“. Zu dem Gewinnpaket zählt neben der Ausrichtung des Heimspiels im Stadion der Mannschaft eine nationale Berichterstattung über das Spiel auf dem Onlinesportportal spox.com, ein hochwertiger Trikotsatz sowie Fanshirts für die Ballkinder und Zuschauer. Zusätzlich können sich die Spieler über eine VIP-Reise zu einem der WM-Vorrundenspiele der deutschen Nationalmannschaft zum Fanfest in Berlin freuen. Ihre Bewerbung reichen interessierte Mannschaften auf [www.hyundai.de/heimspiel](http://www.hyundai.de/heimspiel) bis zum 14. Oktober ein und begründen, warum ihr Spiel es verdient, als erstes „Hyundai Heimspiel“ live Online übertragen zu werden. Eine Jury, bestehend aus Vertretern von Hyundai und Redakteuren von spox.com, entscheidet, welche Mannschaft sich im November über Profi-Atmosphäre und mediale Aufmerksamkeit freuen darf.

Mit der Aktion erweitert die Marke ihre im August verlängerte Partnerschaft mit der Perform Group und den zugehörigen Sportportalen spox.com, goal.com und sportal.de. Beworben wird die Aktion auf



hyundai.de, spox.com, sportal.de sowie deren Facebook Kanälen. Spox.com startet zusätzlich bereits während der Anmeldephase die redaktionelle Begleitung. Um die über 10.000 Vereinsoffiziellen im Amateurfußball auf die Aktion aufmerksam zu machen, erfolgt außerdem ein Newsletterversand über die Plattform anschlussstor.de. Gleichzeitig ist das „Hyundai Heimspiel“ eine Ergänzung zum bereits erfolgreich angelaufenen Hyundai Bundesliga-Tippspiel auf der Hyundai Facebook-Seite und spox.com.

\*\*\*

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Bernhard Voß, Tel.: (07132) 487-254; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: [bernhard.voss@hyundai.de](mailto:bernhard.voss@hyundai.de)

Stephanie Wester, Tel.: (07132) 487-255; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: [stephanie.wester@hyundai.de](mailto:stephanie.wester@hyundai.de)

Informationen und Fotos auch unter [www.hyundai-presselounge.de](http://www.hyundai-presselounge.de)

\*\*\*

#### **Über Hyundai Motor Deutschland**

Hyundai Motor Deutschland ist seit 1991 als Tochterunternehmen des südkoreanischen Konzerns für den Vertrieb der Modelle in Deutschland zuständig. In Deutschland wurden 2012 erstmals über 100.000 Fahrzeuge verkauft. Der erreichte Marktanteil betrug 3,3 Prozent. Damit war Hyundai drittstärkster Importeur im Land, weltweit ist das Unternehmen mittlerweile fünftgrößter Automobilhersteller. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design gepaart mit hoher Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung.

Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden fast 95% aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Rund 70% dieser Modelle werden auch in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut.

Als langjähriger Partner der FIFA und der UEFA, sowie der Caritas ist Hyundai sowohl im sportlichen als auch sozialen Bereich engagiert.