

Presse-Information

27. April 2018

„Hyundai World Football Heritage“ – mit Hyundai zum WM-Finale

- Hyundai Motor bringt 32 Fußballfans zum WM-Finale nach Moskau
- Lukas Podolski ist Botschafter der Aktion „Hyundai World Football Heritage“
- Hyundai verbindet emotionale Fußballmomente von Fans auf der ganzen Welt

Als offizieller Automobilsponsor der FIFA WM 2018™ in Russland initiiert Hyundai Motor im Vorfeld der Weltmeisterschaft den weltweiten Wettbewerb „Hyundai World Football Heritage“.

Bis zum 13. Mai 2018 können Fußballfans Fotos oder Videos einsenden, die die Fußballkultur ihres Landes oder einen besonderen Moment in ihrem Fan-Leben zeigen. Die Teilnahme erfolgt über die offizielle Webseite worldcup.hyundai.com oder in den sozialen Medien über den Hashtag [#myfootballheritage](https://twitter.com/myfootballheritage). Aus jeder der 32 für das Turnier qualifizierten Fußballnationen wird ein Gewinner gewählt. Diese Gewinner besuchen das Endspiel der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018™ am 15. Juli im Luschniki-Stadion in Moskau.

In Zusammenarbeit mit dem FIFA-Weltfußballmuseum werden während der Fußball-Weltmeisterschaft im Hyundai Motorstudio Moskau von 8. Juni bis 20. Juli 2018 die 32 ausgewählten Einreichungen aus dem „Hyundai World Football Heritage“ Programm sowie weitere Videos und Erinnerungsstücke aus der Geschichte der Weltmeisterschaftsturniere ausgestellt. So verbindet Hyundai emotionale Momente und Erinnerungen von Fußballfans auf der ganzen Welt miteinander.

Prominenter Botschafter von [#myfootballheritage](https://twitter.com/myfootballheritage) ist unter anderen der ehemalige deutsche Nationalspieler Lukas Podolski. In einer Reihe von viralen Videos berichten er und die Fußballstars Thierry Henry und Cafu von den emotionalsten Momenten aus ihrer Zeit als aktive Nationalspieler. Für die Ausstellung im Hyundai Motor Studio Moskau stellen sie außerdem persönliche Andenken zur Verfügung.

„Als offizieller Partner der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018™ ist es uns besonders wichtig, Fans einzigartige Erlebnisse rund um das Turnier zu ermöglichen. Mit dem Wettbewerb Hyundai World Football Heritage erreicht Hyundai weltweit zahlreiche Fußballfans über die digitalen Kanäle und

sozialen Medien. Wir freuen uns, den Gewinnern mit dem Besuch des Finalspiels ein besonders emotionales Erlebnis zu ermöglichen“, so Markus Schrick, Geschäftsführer von Hyundai Motor Deutschland. In Deutschland haben Fans zusätzlich die Möglichkeit über Probefahrtaktionen beim Handel und Medienkooperationen Tickets für Spiele der Fußballweltmeisterschaft zu gewinnen. Weitere Informationen dazu unter www.hyundai.de

Hyundai begann seine Zusammenarbeit mit der FIFA im Jahr 1999 und wird bis 2022 weiter als offizieller Automobilpartner der FIFA fungieren.

Ansprechpartnerin für redaktionelle Rückfragen

Stephanie Wester, Tel.: (069) 380 767-472; Fax: (069) 823 798-702; E-Mail: stephanie.wester@hyundai.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Hyundai Motor Deutschland mit Sitz in Offenbach am Main ist seit 2012 eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. In Deutschland hat Hyundai im Jahr 2017 mit einem Marktanteil von 3,2 Prozent, 108.518 Zulassungen und einem Privatkundenanteil von 50 Prozent eine hohe Qualität der Zulassungen erreicht. Damit hat sich Hyundai in den Top drei der Importmarken etabliert und bleibt stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai wurde vom Automotive Brand Contest für seine nachhaltige und konsequente Entwicklung in Deutschland als Marke des Jahres ausgezeichnet. Kunden bestätigen Hyundai außerdem ein attraktives Design und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden 95 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Als langjähriger Partner der FIFA sowie der Caritas ist Hyundai im sportlichen und im sozialen Bereich engagiert.

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