

# Presse-Information

23. November 2018

## **Hyundai Kampagne „The Extra Mile“ stellt Fans in den Mittelpunkt**

- Europaweit angelegte und länderspezifisch umgesetzte Fan-Kampagne
- Fußballanhänger erzählen, wie sie ihrem Club folgen
- Gewinnerreise führt zu vier Hyundai Partnerclubs in Europa

Hyundai startet mit „The Extra Mile“ eine Kampagne speziell für die Fans der europäischen Fußballclubs mit denen Hyundai zu Beginn dieser Saison eine Sponsoring-Partnerschaft geschlossen hat: Hertha BSC, AS Rom, Atletico Madrid und FC Chelse. Dabei werden die jeweiligen Fans aufgefordert, zu erzählen, was sie auf sich nehmen, um ihrer Lieblingsmannschaft zu folgen.

„The Extra Mile“ stellt, wie auch alle anderen Hyundai Fußball-Aktivitäten, die Fans und ihre Geschichten in den Mittelpunkt und sorgt für Emotionen weit über den Rasen hinaus. „Das besondere Engagement und die Leidenschaft der Fans bekommen eine eigene Bühne. Fußballanhänger sind für uns bei Hyundai die eigentlichen Helden und spielen eine zentrale Rolle“, beschreibt Till Wartenberg, Direktor Marketing Hyundai Motor Deutschland, die Idee. Mit ihren dokumentierten Erlebnissen können die Teilnehmer attraktive Preise gewinnen. Die Kampagne folgt auf die Ankündigungen der Vereinsfußball-Partnerschaften in ganz Europa, die mit einer Reihe von emotionalen Videos für und mit Fans gestartet wurden.

### **900 Kilometer mit dem Rad zum Olympiastadion**

In Deutschland können die Fans von Hertha BSC im Laufe der aktuellen Saison in Wort und Bild oder mit einem Video erzählen, wie sie die Extra-Meile für die Herthaner gehen: zum Beispiel zwölf Jahre kein einziges Spiel verpassen, zu einem Auswärtsspiel in die Ukraine reisen oder gar auf die Hochzeit der eigenen Tochter verzichten. Die Monatssieger werden mit Clubpreisen belohnt, die von Spieltickets bis hin zu Clubartikeln reichen. Am Ende der laufenden Saison wird aus jedem der vier Hyundai Partnerclubs ein Gesamtsieger ausgelost. Diese Gewinner nehmen an einer europäischen Fußball-Traumreise zu Spielen aller vier Partnervereine teil.

Anlässlich des Kampagnenstarts wurden Fans aus allen Hyundai Partnerclubs ausgelost, um ihre eigenen Anekdoten von extremer Loyalität und Fan-Hingabe zu präsentieren und zum Mitmachen anzuregen. Für den Berliner Club erzählen zum Auftakt die Hertha-Dauerkarteninhaber Bea und Andy ihre Geschichte. Das Paar wohnt in der Nähe von München und legte mit dem Fahrrad die

nahezu 900 Kilometer bis nach Berlin zurück. Die Tour dauerte zwölf Tage.

Ab sofort können die Beiträge zum Thema „The Extra Mile“ über alle Hyundai Social Media-Plattformen eingereicht werden. Ausführliche Informationen zu der Kampagne sind zudem unter <https://www.hyundai.de/The-Extra-Mile> zusammengefasst.

### **Hyundai verfolgt „For the Fans“-Ansatz**

Andreas-Christoph Hofmann, Vice President Marketing & Product, Hyundai Motor Europe sagt über die neue Initiative: „The Extra Mile‘ zeigt die unglaubliche Leidenschaft und das Engagement der Fans in unseren europäischen Clubpartnerschaften und füllt unsere ‚for the fans‘-Kampagne mit Leben. Hyundai hat immer einen ‚Fan First‘-Ansatz verfolgt, und diese neue Initiative wird es uns ermöglichen, Einzelpersonen und Gruppen zu präsentieren, die eine einzigartige Bindung zu ihren Clubs haben. Wir freuen uns auf die Einsendungen und bieten den Fans eine Plattform, um zu zeigen, wie sie die Extra-Meile für ihre Lieblingsmannschaft gehen.“

Hyundai ist seit 1999 FIFA Top-Partner, war 18 Jahre bei der UEFA engagiert und unterstützt intensiv Nationalmannschaften in vielen Ländern sowie einzelne Vereine in Europa, darunter Olympique Lyon und seit dieser Saison AS Rom, Atletico Madrid, FC Chelsea und Hertha BSC. Bis 2021 wird der Trikot-Ärmel des Berliner Vereins das Markenlogo von Hyundai in allen Bundesliga-Spielen präsentieren.

Zum Auftakt der „For the Fans“-Kampagne hatte Hyundai ein Fußballspiel zwischen Berliner und Brandenburger Hertha-Fans organisiert, das von Top-Stürmer Salomon Kalou als Schiedsrichter geleitet wurden. Als Trainer an der Seitenlinie fungierten Hertha-Kapitän Ivad Ibišević und Nationalspieler Marvin Plattenhardt.

\*\*\*

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Bernhard Voß, Tel.: (069) 380767-470; Fax: (069) 823 798 702; E-Mail: [bernhard.voss@hyundai.de](mailto:bernhard.voss@hyundai.de)

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 823 798 702; E-Mail: [nicole.welscher@hyundai.de](mailto:nicole.welscher@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](http://www.hyundai-presselounge.de).