

# Presse-Information

09. März 2020

## Hyundai ecoChallenge belohnt umweltfreundliche Fußballteams

- Hyundai Deutschland und Sportplatz Media kooperieren für mehr Nachhaltigkeit
- Fußballmannschaften können mit Umweltfreundlichkeit punkten und gewinnen
- Fahrgemeinschaften in Teamsport-App SpielerPlus buchen

Bei der Hyundai ecoChallenge belohnen Hyundai Motor Deutschland und SPM Sportplatz Media diejenigen Fußballmannschaften, die die CO<sub>2</sub>-Belastung im Spiel- und Trainingsbetrieb verringern. Je mehr Fahrgemeinschaften über die Teamsport-App SpielerPlus gebildet werden, desto höher ist der Hyundai ecoScore. Sobald ein Team in einem Monat 100 Punkte erreicht, kommt es in den Lostopf und kann auf tolle Preise hoffen.

Zu gewinnen gibt es zum Beispiel einen Hyundai Mannschaftsbus oder ein hochwertiges Kamerasystem von Sporttotal für Live-Übertragungen auf dem eigenen Sportplatz. Zudem stattet Hyundai während der Saison jeden Monat ein Team mit einem kompletten Mannschaftsset, bestehend aus 18 Trikotsets, Trainingsanzügen und Warm-Up-Shirts aus. Die Hyundai ecoChallenge läuft seit Anfang März. Mit dem Projekt liefern Hyundai und SPM ein Modell, welches generationsübergreifend die Nachhaltigkeit und zugleich den Vereinssport fördert. Hyundai nutzt mit der Teamsport-App SpielerPlus aus dem SPM Portfolio den direkten Zugang zur Zielgruppe der Amateursportler und leistet gleichzeitig einen positiven Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung. Noch bis zum 31. Mai 2021 können Mannschaften an der Hyundai ecoChallenge teilnehmen.

„Hyundai ist derzeit der einzige Automobilhersteller, der alle wichtigen alternativen Antriebe in Serie anbietet: Elektro-, Hybrid-, Plug-in-Hybrid- und Brennstoffzellenantrieb. Mit der Hyundai ecoChallenge ist es gelungen, zwei für Hyundai wichtige Themen optimal zu vereinen: Fußball im Amateurbereich und Nachhaltigkeit“, freut sich Jürgen Keller, Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland.

„Heutzutage ist es für Marken nicht mehr so einfach, allen gesellschaftsrelevanten Entwicklungen gerecht zu werden und gleichzeitig erfolgreiches Marketing zu betreiben. Wir sind stolz, dass wir mit Hyundai einen starken und authentischen Partner gewinnen konnten, der den Teamsport fördert und dazu noch einen ökologischen Fußabdruck hinterlässt.“, so Niklas Fahrenholz, Marketingleiter von Sportplatz Media.

\*\*\*

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; 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 2019 mit 129.508 Zulassungen einen Marktanteil von 3,6 Prozent erreicht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai erhielt bei den Automotive Innovation Awards 2019 zwei Preise für die zukunftsorientierte Ausrichtung seiner Antriebstechnologien. Auch der Rat für Formgebung zeichnet Hyundai Technologien mit dem German Innovation Award aus. Kunden bestätigen Hyundai 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 70 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Im Fußball engagiert sich Hyundai in allen Bereichen – von den Amateuren bis zu den Profis.

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

### **Über SPM Sportplatz Media GmbH**

SPM Sportplatz Media ist Vermarkter, Softwareentwickler und Innovationstreiber im Segment Sportmedien. Das Unternehmen ermöglicht Werbetreibenden einen einzigartigen Zugang zur attraktiven Zielgruppe der aktiven Sportler, insbesondere Fußballer. Die SPM SPORT-,FUSSBALL-, & eSPORT-KOMBI, ist Deutschlands größtes Sportmedien-Netzwerk und öffnet die Türen zu aktiven Sportlern, Teams, Fans, Vereinen und Verbänden. Derzeit bietet das Netzwerk eine monatliche Reichweite von rund 860 Mio. Seitenaufrufen, 14 Mio. Unique User, 2,6 Mio. Social Media-Follower, bis zu 1,45 Mio. Exemplaren Druckauflage und den direkten Zugang zu rund 50.000 Vereinen. SPM erreicht die jeweiligen Zielgruppen crossmedial via Video, Display, Mobile/App, Social Media, Print sowie Out of Home. Mit der App „SpielerPlus“ ist SPM mit über 2 Mio. monatlich aktiven Nutzern Marktführer im Bereich Teamorganisations-Apps. Die App bietet Werbetreibenden die Möglichkeit einer geschlossenen, exklusiven Zielgruppenansprache nach Sportarten, Geo, Alter, u.v.m. Zudem ist SPM Entwickler und technischer Dienstleister für Crowdfunding-Systeme, z.B. fairplaid.org. und bietet mit deinsportplatz das marktführende Whitelabel Sportportal-CMS für Sportmedien, Regionalverlagen und Verbände. Zusammen mit der retresco GmbH ist SPM mit der textengine für Sportberichte Marktführer im Bereich automatischer Erstellung von Fußball-Spielberichten.