

Presse-Information

28. Juni 2018

Hyundai Motor ist neuer globaler Automobilpartner von Hertha BSC

- Hyundai Motor ist bis 2021 Automobilpartner des erfolgreichen Bundesligavereins
- Hyundai Logo bei Bundesligaspielen auf dem linken Ärmel der Hertha Trikots
- Zusammenarbeit startet zur Saison 2018/2019

Hyundai Motor ist neuer Ärmelsponsor und Automobilpartner von Hertha BSC, das gaben der Automobilhersteller und der Verein heute bekannt. Von der Saison 2018/2019 an, wird das Hyundai Markenlogo bei Bundesligaspielen auf dem linken Ärmel der Trikots des Vereins zu sehen sein.

„Wir freuen sehr über diese neue Partnerschaft und sind stolz darauf als Hertha BSC in den kommenden Jahren neben Top-Clubs wie dem FC Chelsea und Atlético Madrid Teil der Ausrichtung von Hyundai in Europa zu sein“, erklärt Ingo Schiller, Geschäftsführer Hertha BSC.

Zum ersten Mal geht Hyundai damit auf dem deutschen Fußballmarkt eine Partnerschaft in der 1. Bundesliga ein. Fußballsponsoring auf höchstem Niveau unter anderem mit Fußball Welt- und Europameisterschaften, ist bereits seit über 20 Jahren auf nationaler und internationaler Ebene fester Bestandteil der Hyundai Markenstrategie. In Europa ist Hertha BSC nach dem FC Chelsea (Premier League, Großbritannien) und dem Club Atlético de Madrid (Primera División, Spanien) die dritte hochklassige Zusammenarbeit, die die Marke Hyundai in diesem Sommer verkündet.

„In der beliebtesten Sportart der Deutschen erhalten wir durch die Partnerschaft mit Hertha BSC ein weiteres starkes Standbein, das die Sichtbarkeit und Bekanntheit unserer Marke in Deutschland erhöhen wird. In unserer Sponsoringstrategie ist die Partnerschaft mit Hertha BSC die dritte Säule neben unserem Engagement im Amateurfußball mit sporttotal.tv und der internationalen Partnerschaft mit der FIFA. Wir freuen uns auf heiße Bundesligaduelle und darauf, Leidenschaft und Emotionen auf und neben dem Platz bei Spielern und Fans gleichermaßen zu befeuern. Wir werden einzigartige Erlebnisse mit unserer Marke verbinden“, so Markus Schrick, Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland.

Der Hauptstadtverein Hertha BSC und Hyundai werden eng zusammenarbeiten und attraktive Aktionen für die Hertha-Fangemeinde initiieren. Zudem wird Hyundai bei Spielen mit seinem Logo auf dem linken Ärmel der Hertha-Trikots sichtbar sein und von weiteren umfangreichen

Werbemaßnahmen im Stadion sowie von umfassenden Aktivierungsrechten profitieren. Außerdem beinhaltet das Sponsoringpaket auch verschiedene digitale Rechte und Aktionen mit der Profimannschaft von Hertha BSC. Hyundai stellt einen umfangreichen Fahrzeugpool zur Verfügung, um den Betrieb des Vereins zu unterstützen und die Hyundai Modellpalette vorzustellen. Die Vereinbarung gilt zunächst bis zum Jahr 2021.

„Gemeinsam mit Hertha BSC wollen wir diese Partnerschaft mit Leben füllen. Der Verein und sein fester Platz in der 1. Bundesliga in Verbindung mit dem Olympiastadion als Spielstätte, die eine solch große Strahlkraft aufweist, bietet uns als Marke zahlreiche kreative Ansatzpunkte für Marketing- und Sponsoringaktivitäten, die vor allem den Hertha Fans zu Gute kommen werden“, ergänzt Till Wartenberg, Direktor Marketing Hyundai Motor Deutschland.

Hyundai Motor ist bereits seit 1999 offizieller Automobilpartner der FIFA und war 18 Jahre lang als Partner der UEFA aktiv. Außerdem hat die Marke auf nationaler Ebene zahlreiche hochkarätige Partnerschaften abgeschlossen, wie die mit Olympique Lyon in Frankreich sowie die in den vergangenen Wochen angekündigten Partnerschaften mit dem FC Chelsea und Atlético Madrid.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen Hyundai Motor Deutschland

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

Stephanie Wester, Tel.: (069) 380767-472; 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

Über Hertha BSC

Hertha BSC kann auf eine über 125jährige abwechslungsreiche Geschichte zurückblicken und ist damit einer der ältesten Vereine der Bundesliga. Der größte Verein Berlins zählt aktuell rund 35.000 Mitglieder. Zu Beginn der 1930er Jahre wurde Hertha BSC zweimal in Folge Deutscher Meister. Dreimal erreichten die Berliner das DFB-Pokal-Finale. Im Jahre 1979 standen die Blau-Weißen im Halbfinale des UEFA-Pokals, 2000 zog der Hauptstadtclub in die Zwischenrunde der Champions League ein. Das Olympiastadion – die Heimspielstätte der Blau-Weißen – ist seit 1963 der Austragungsort der Heimspiele und fasst 74.629 Zuschauer. Unter Trainer Pál Dárdai ist Hertha BSC kontinuierlich auf dem Weg zu einem etablierten Bundesligisten unter den Top 10 der Liga. Nach Platz 7 in der Saison 2015/16 erreichte Hertha BSC in der Spielzeit 2016/17 Platz 6 und qualifizierte sich damit für die Gruppenphase der Europa League. Am Ende der Saison 2017/18 belegte Hertha BSC den 10. Platz.