

Hyundai-Fan-Parks lockten bundesweit 2,67 Millionen

Besucher

Mit einem Fassungsvermögen von rund 500.000 Menschen war der Hyundai-Fan-Park Berlin das größte Public Viewing der Fußball-EM in Europa. Insgesamt sahen 2,5 Millionen Menschen an sieben Veranstaltungstagen die drei deutschen Vorrundenspiele, das Viertelfinale und beide Halbfinalpartien sowie das Finale zwischen Spanien und Italien, das mit einem großen Feuerwerk gefeiert wurde.

Neben der Fanmeile am Brandenburger Tor war Hyundai zudem als Partner der Fan-Parks in Heilbronn und Dortmund aktiv, die mit 93 375 bzw. 75.000 Zuschauern Rang 6 und 10 der größten Public Viewings in Deutschland belegten.

Hyundai war bereits zum dritten Mal bei einem Public Viewing in Berlin als Hauptsponsor vertreten und hat sich 2012 zudem das Namensrecht und die größte je dagewesene Präsenz einer Marke am Brandenburger Tor gesichert. So war das Unternehmen auf 70 Prozent aller Flächen zu sehen und bot an allen sieben Veranstaltungstagen ein buntes Rahmenprogramm, darunter den so genannten Klinsmann-Diver, ein Modul, das den legendären Torjubel von Markenbotschafter Jürgen Klinsmann nachahmt und von mehr als 1500 Fans vor Ort genutzt wurde.

Europaweit erreichte die Marke mit ihrem Engagement in den Fan-Parks Madrid, Paris, Turin sowie Moskau und Prag weitere 1,73 Millionen Menschen. Hyundai ist seit 1999 Hauptsponsor der UEFA. Die erfolgreiche Partnerschaft läuft bis einschließlich 2017 und umfasst auch die kommende Europameisterschaft 2016 in Frankreich. (ampnet/jri)