

Presse-Information

Stand: 31.01.2022

Hyundai und der FC Chelsea: Das perfekte Paar

- Hyundai veröffentlichte die fünfte Folge der zweiten Staffel seines Podcasts *Are We There Yet?*
- Guy Laurence, Geschäftsführer des Chelsea Football Club, und Matt Dunnakey, Marketingleiter bei Hyundai Motor UK, sprachen mit der Moderatorin Suzi Perry über den Erfolg der Zusammenarbeit der beiden Global Player
- Die beiden Gäste geben Einblicke in ihr früheres Leben und finden Gemeinsamkeiten: so wurden sie beide von ihren Fussballmannschaften in der Schule abgelehnt, und bei beiden spielte das Klavier eine Rolle.
- Hören und abonnieren Sie den Podcast [hier](#)

Hyundai veröffentlichte die fünfte Folge der zweiten Staffel seines Podcasts *Are We There Yet?* Guy Laurence, Geschäftsführer des Chelsea Football Club, und Matt Dunnakey, Marketingleiter bei Hyundai Motor UK (HMUK), sprechen mit Gastgeberin Suzi Perry in "*Hyundai und Chelsea FC: The Perfect Match*" über die Partnerschaft zwischen Hyundai und Chelsea, die Notwendigkeit der aktuellen Veränderungen in Richtung Nachhaltigkeit und wie man Fussballprofis dazu bringt, Elektroautos zu fahren.

In der zweiten Staffel, Folge fünf, geben Guy Laurence und Matt Dunnakey Einblicke in ihr früheres Leben und ihre bisherige Karriere. So verraten sie beide, wie sie von den Fussballteams der Schule abgelehnt wurden. Ausserdem erfahren die Zuhörer, dass Guy und Matt ihre Liebe zum Klavier teilen - und wer von ihnen einst als Pianist in einem Hotel angestellt war, das Richard Branson gehört.

Der FC Chelsea zählt zu den erfolgreichsten Fussballvereinen Englands und hat mehr als dreissig Titel gewonnen, darunter sechs Meisterschaften und acht europäische Trophäen. Hyundai steht seit 2018 als Chelseas Global Automotive Partner an der Seite des Vereins. Guy Laurence, ein lebenslanger Fan, kam 2018 als Chief Executive zu Chelsea. In dieser Funktion ist er für das Tagesgeschäft verantwortlich, einschliesslich der kontinuierlichen Entwicklung der kommerziellen Aktivitäten der «Blauen» auf der ganzen Welt, mit einem Schwerpunkt auf der Wertsteigerung des Clubs.

Laurence erklärt, wie wichtig es für Chelsea ist, mit Marken zusammenzuarbeiten, die Führungsstärke und Innovation demonstrieren. Er verriet, dass Hyundai, seit es 2018 globaler Automobilpartner des Vereins wurde, sein Know-how als führendes Unternehmen im Bereich Elektrifizierung und Nachhaltigkeit weitergeben konnte. Im Gegenzug kann Hyundai seine Botschaft an die weltweite Fangemeinde von Chelsea und der Premier League vermitteln und die Mobilität des Teams weiter elektrifizieren.

Guy Laurence: "Unsere Philosophie ist ganz einfach: Wir wollen mit Marken zusammenarbeiten, die entweder führend auf ihrem Gebiet sind oder Innovationen hervorbringen. Und Hyundai ist, einfach ausgedrückt, beides. Wir haben viele Gemeinsamkeiten, z. B. im Bereich der Nachhaltigkeit. Deshalb hatten wir das Gefühl, dass wir viel von Hyundai lernen können. Aber wir konnten auch dabei helfen, die Arbeit, die sie im Bereich der Elektromobilität leisten, bei ihren Kunden und potenziellen Kunden zu verbreiten - es passt also gut."

Matt Dunnakey studierte zwar Jura, doch seine Leidenschaft für Autos - insbesondere für Oldtimer, von denen er drei besitzt - führte ihn in die Automobilindustrie, wo er seit 23 Jahren arbeitet. Im Jahr 2020 kam er als Marketingleiter zu Hyundai Motor UK. In dieser Funktion ist er für die gesamte Marketingstrategie von Hyundai Motor UK verantwortlich. Sein Ziel ist es, die Beziehung zwischen Hyundai und Chelsea durch Aktivitäten, die Nachhaltigkeit und die gemeinsamen Werte der Marken fördern, langfristig zu entwickeln und auszubauen. Während des Podcasts betonte Dunnakey, dass die Partnerschaft zwischen Hyundai und Chelsea in den letzten Jahren aufgrund der gemeinsamen Ziele gefestigt wurde.

Matt Dunnakey: "Wir sind als Marke schon seit 20 Jahren im Fussball präsent. Aber die Beziehung zu Chelsea wurde erst in den letzten paar Jahren gefestigt. Der Grund dafür war eine Angleichung der Werte, eine Angleichung der Ziele und die Tatsache, dass die Marken wirklich versuchen, zu gewinnen. So geht es nicht nur darum, ein Logo auf ein Hemd zu drucken, sondern auch um die öffentliche Wahrnehmung. Wir zeigen, dass wir in die gleiche Richtung gehen, und dass wir die gleichen Ziele haben. Wir sind beide sehr leidenschaftlich, wenn es um Nachhaltigkeit und um den Ertrag geht, und wir stellen beide unsere Kunden an die vorderste Stelle, also passen wir wirklich perfekt zusammen."

In den letzten Jahren haben die beiden Organisationen eine Reihe von Aktionen zu diesem Thema durchgeführt, darunter das ["Electric Blues"-Training](#) mit dem IONIQ 5 von Hyundai und die [Kampagne "Turn the Blues Green"](#), bei der der Automobilhersteller den Spielerinnen des Chelsea Women's Teams, dem aktuellen Meister der FA Women's Super League und des Women's FA Cup, eine Flotte von KONA Electric zur Verfügung stellte. In der jüngsten Folge von *Are We There Yet?* sprachen die beiden Gäste auch über die Bedeutung der Nachhaltigkeit. Laurence betonte, dass Chelseas Partnerschaft mit Hyundai eine Plattform für den Wissenstransfer darstellt und dass sie bereits ein Resultat vorweisen können. So wurde verhindert, dass 12'000 alte Sitze aus dem Stamford Bridge Stadion nicht auf der Mülldeponie landeten.

Nochmals Laurence: "Letzte Saison haben wir 12'000 Sitze aus dem Stadion entfernt und ersetzt. Ich bin mir nicht sicher, ob wir uns die Mühe gemacht hätten, diese ohne die Diskussion mit Hyundai korrekt zu entsorgen. Uns war zuvor nicht bewusst, welche Alternativen möglich sind. Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie uns die Partnerschaft mit Hyundai auf dem Weg zur Nachhaltigkeit unterstützt."

Abonnieren Sie den Hyundai-Podcast *Are We There Yet?* und hören Sie sich jetzt die neueste Folge an, um mehr darüber zu erfahren, was die Partnerschaft zwischen Hyundai und Chelsea so erfolgreich macht.

Die Episode 5 der zweiten Staffel von *Are We There Yet?* ist jetzt live und für Hörer auf [Spotify](#), [Apple](#), [Google](#), [Podcasts](#), [Stitcher](#), [Acast](#) und anderen Podcast-Streaming-Plattformen verfügbar. Sie wird von Fresh Air Production produziert.

* * *

Über Guy Laurence

Guy Laurence ist seit Februar 2018 Chief Executive des Chelsea Football Club. Er trägt die Gesamtverantwortung für das Tagesgeschäft des Vereins, einschließlich der Weiterentwicklung der kommerziellen Aktivitäten von Chelsea in Großbritannien und auf der ganzen Welt, mit Schwerpunkt auf der Steigerung der Einnahmen des Vereins.

Bevor er zu Chelsea kam, war Laurence Präsident und CEO von Rogers Communications, einem der größten Kommunikations- und Medienunternehmen Kanadas. Zuvor hatte er mehrere leitende Positionen bei Vodafone, einem der größten Telekommunikationsunternehmen der Welt, inne, unter anderem als CEO von Vodafone UK.

Über Matt Dunnakey

Matt Dunnakey ist seit 23 Jahren in der Automobilbranche tätig. Bevor er im Jahr 2020 zu Hyundai Motor UK kam, arbeitete er für verschiedene andere Marken in Großbritannien, Europa und China.

Als Marketingleiter bei Hyundai Motor UK ist Dunnakey für die Überwachung der Marketingstrategie des Unternehmens verantwortlich. Er spielt auch eine Schlüsselrolle bei der Aktivierung und Erweiterung der erfolgreichen Beziehung zwischen Hyundai und dem FC Chelsea.

* * *

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen**Hyundai Schweiz**

Nicholas Blattner, Tel.: +41 44 816 43 45; Fax: +41 44 816 43 09; E-Mail: nicholas.blattner@hyundai.ch

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Hyundai Medienseite: news.hyundai.ch