



**Hyundai Motor präsentiert „Be There With Hyundai“-Kunstwerke,
die die Nationalmannschaftsbusse für die FIFA Fußball-
Weltmeisterschaft 2026™ zieren**

- **Hyundai Motor präsentiert, aus seiner weltweiten Initiative, Kunstwerke von Kindern „Be There With Hyundai“ auf den offiziellen Nationalmannschaftsbussen**
- **48 Gewinner verwandeln die Busse in fahrende Schaufenster für jugendliche Kreativität, globale Verbundenheit und gemeinsame Leidenschaft über Ländergrenzen hinweg**
- **Fans können sich mit den Kunstwerken der Kinder beschäftigen, indem sie die Busse fotografieren und die Bilder unter dem Hashtag #BeThereWithHyundai teilen und damit die Chance auf exklusive Preise haben**
- **Als Teil der Kampagne „Next Starts Now“ erweckt das Programm die Träume und Fantasien von Kindern zum Leben**

Die Hyundai Motor Company (HMC) hat in Zusammenarbeit mit der FIFA die Designs der offiziellen Nationalmannschaftsbusse für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ vorgestellt, die die Gewinnerkunstwerke ihrer globalen Jugendinitiative „Be There With Hyundai“ zeigen. Die Designs verwandeln die sichtbarsten Berührungspunkte des Turniers in eine Hommage an die Kreativität der Jugend auf der Weltbühne.

Im Dezember 2025 wurde die Initiative „Be There With Hyundai“ ins Leben gerufen, die Kinder im Alter von 5 bis 12 Jahren aus aller Welt dazu einlud, ihre Liebe zum Fußball durch eigene Kunstwerke zum Ausdruck zu bringen, welche ihre Begeisterung für das Turnier widerspiegeln. Der Wettbewerb mit dem Titel „The Greatest Cheer“ ermutigte junge Fans, ihre Jubelmomente für ihre Lieblingsnationalmannschaft visuell darzustellen und auszudrücken.

„Mit ‚Be There With Hyundai‘ haben wir eine Plattform geschaffen, auf der die Stimmen und kreativen Träume von Kindern die größte Bühne der Welt erreichen. Als Teil unserer WM-Kampagne ‚Next Starts Now‘ soll diese Initiative die Träume der nächsten Generation Wirklichkeit werden lassen, indem wir ihnen einen bedeutungsvollen Platz im Turnier selbst einräumen. Diese Reise von der Inspiration zur Realität bestärkt Hyundai in der Überzeugung, dass die nächste Generation entscheidend ist, um eine bessere, stärker vernetzte Zukunft für alle zu gestalten.“

Sungwon Jee, Executive Vice President und Global Chief Marketing Officer, Hyundai Motor Company.

Besonderes Highlight aus Österreich

Aus einem weltweiten Pool an Einsendungen wurden insgesamt 48 Gewinnerentwürfe ausgewählt, die jeweils eine qualifizierte Nationalmannschaft repräsentieren. Für Österreich ging Ferdinand Meindl-Grausam als Sieger hervor: Sein Entwurf schmückt den österreichischen Mannschaftsbus. Ferdinand wird in Begleitung seines Vaters zur FIFA-Weltmeisterschaft 2026™ reisen und an einem Spiel der Gruppenphase teilnehmen.

„Als Vater zu erleben, wie Ferdinands Zeichnung den Bus unserer Nationalmannschaft ziert, ist überwältigend. Es zeigt ihm, dass Kreativität und Leidenschaft Türen öffnen und uns allen, wie sehr der Fußball verbindet“.

Philipp Meindl-Grausam

Was zeichnet die Designs der offiziellen Nationalmannschaftsbusse aus?

Das gesamte Busdesignkonzept und die kreative Ausrichtung wurden von der FIFA entwickelt und kuratiert, wobei Hyundai die endgültigen Busaußenansichten mit den Gewinnerentwürfen vorstellte.

Das Außendesign der Busse kombiniert:

- Originalkunstwerke von Kindern, die prominent über die Fenster verteilt sind
- Visuelle Identitätselemente der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™
- Eine repräsentative Farbpalette, das ikonische „Unity“-Muster und Symbolik zur Würdigung der Gastgeberländer

Zusammen spiegeln diese Elemente den globalen Charakter des Turniers wider und verwandeln jedes Fahrzeug auf jeder Fahrt zu den Spiel- und Trainingsorten in ein fahrendes Symbol für jugendliche Kreativität, globale Verbundenheit und gemeinsame Leidenschaft über Ländergrenzen hinweg.

Welche Erlebnisse warten auf die Gewinner?

Jedes Gewinnerkind erhält zusammen mit einer Begleitperson eine exklusive Einladung zur FIFA-Weltmeisterschaft 2026™.

Das Preispaket umfasst:

- Tickets für ein Spiel der Gruppenphase
- Hin- und Rückflug
- Unterkunft

„Die Kunstwerke auf den Bussen der Nationalmannschaften zu sehen, ist mehr als nur eine kreative Leistung, es ist ein Moment des Glaubens und der Inspiration für diese Kinder und ihre Familien und spiegelt wider, was Fußball für Menschen auf der ganzen Welt bedeuten kann. Diese Initiative würdigt die Kraft des Fußballs, Generationen und Kulturen zu verbinden, und erinnert gleichzeitig die nächste Generation von Sportlern und Fans daran, dass ihre Stimmen, Ideen und ihre Kreativität auf der Weltbühne einen Platz haben.“

Nick Brown, Direktor für kommerzielle Partnerschaften, FIFA

Wie können Fans während der Weltmeisterschaft an der Kampagne „Be There With Hyundai“ teilnehmen?

Während des gesamten Turniers können Fans die Gewinnerkunstwerke bewundern, die auf den offiziellen Nationalmannschaftsbussen in den Austragungsstädten und Stadien in den Vereinigten Staaten, Kanada und Mexiko zu sehen sind.

Sie können:

- die Nationalmannschaftsbusse mit den „Be There With Hyundai“-Kunstwerken der Kinder fotografieren
- Bilder in den sozialen Medien mit dem Hashtag #BeThereWithHyundai teilen
- an einem Gewinnspiel teilnehmen, bei dem es exklusive Preise der HMC zu gewinnen gibt

Um die Kampagne „Be There With Hyundai“ weiter zu feiern, hat Hyundai Motor ein spezielles Video mit dem globalen Botschafter Son Heung-min veröffentlicht, das darauf abzielt, die Initiative bei Fans weltweit bekannt zu machen.

Was ist der größere Kontext von „Be There With Hyundai“?

Seit dem Start bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ ist „Be There With Hyundai“ das Flaggschiff unter den Fanbindungsprogrammen von HMC. Im Laufe von fast zwei Jahrzehnten hat sich die Initiative weiterentwickelt, um kulturelle Momente und sich wandelnde Erwartungen der Fans widerzuspiegeln:

- 2006–2018: Slogan-Wettbewerbe für die Nationalmannschaft (bis zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Russland 2018™)
- 2022: Nachhaltigkeitsversprechen (FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Katar 2022™)
- 2026: Erster globaler Malwettbewerb für Kinder (FIFA-Weltmeisterschaft 2026™)

Der diesjährige Wettbewerb geht über die Förderung von Erfolgserlebnissen und Motivation bei Kindern hinaus; er spiegelt die globale Kampagne „Next Starts Now“ von HMC und das Engagement des Unternehmens wider, gemeinsam mit der nächsten Generation auf eine bessere Zukunft hinarbeiten. Durch die Initiative zeigt die Marke, dass junge Stimmen und kreative Visionen für den Aufbau einer besseren Zukunft unverzichtbar sind. Sie positioniert die Jugend nicht als passive Zuschauer, sondern als aktive Mitgestalter der Welt, die sie morgen erben und führen werden.

Rückfragen bitte an:

Rasin Kamali

M: +43 664/80 741 7411

Email: rasin.kamali@hyundai.at

Jutta Ullrich

Tel. +43 1 61040-2306

Email: jutta.ullrich@hyundai.at