



Kia und Lothar Matthäus präsentieren in Berlin den UEFA-Pokal für einen guten Zweck

- **Chance für Selfies und Autogramme: „UEFA Europa League Trophy Tour Driven by Kia“ gastiert am 30. März auf dem Marlene-Dietrich-Platz**
- **Sammlung von Fußballschuhen für Flüchtlinge in Jordanien**
- **Schuh-Spender können Reise zum UEL-Finale in Baku gewinnen**

Frankfurt, 22. März 2019 – Welcher Fußballfan hätte nicht gern ein Selfie mit einer so begehrten Trophäe wie dem UEFA-Pokal oder einer Legende wie Lothar Matthäus? Beide Wünsche können am Samstag, 30. März, in Berlin erfüllt werden. Denn dann gastiert auf dem Marlene-Dietrich-Platz (Potsdamer Platz) die „UEFA Europa League Trophy Tour Driven by Kia“. Kia ist seit Saisonbeginn offizieller Partner der UEFA Europa League und veranstaltet zusammen mit dem europäischen Fußballverband erstmals diese Europa-Tournee des Pokals durch acht Metropolen. Sie endet in Aserbaidschans Hauptstadt Baku, wo am 29. Mai das Finale der UEFA Europa League ausgetragen wird. Die Aktion dient zugleich einem guten Zweck: Auf der Tour werden Fußballschuhe für syrische Flüchtlinge in Jordanien gesammelt.

Wer Fußballschuhe besitzt, die nicht mehr benötigt werden, kann sie am Stand der „Trophy Tour“ abgeben, der von 10 bis 18 Uhr geöffnet ist. Im Gegenzug kann jeder Schuh-Spender an einem Gewinnspiel teilnehmen, dessen Hauptpreis eine Reise nach Baku für zwei Personen samt Finaltickets ist (Flüge und zwei Übernachtungen inklusive, Teilnahmebedingungen und weitere Informationen auf der Facebook-Seite der Aktion). Es könnte sogar ein Finale mit deutscher Beteiligung werden, denn mit Eintracht Frankfurt hat es auch ein Bundesligist bis ins Viertelfinale geschafft. Wer am 30. März keine Gelegenheit hat, zum Marlene-Dietrich-Platz zu kommen, kann die Fußballschuhe ab sofort bis zum 19. April im Kia-Autohaus Dürkop in Berlin-Prenzlauer Berg (Goethestraße 5/7) abgeben und damit ebenfalls an dem Gewinnspiel teilnehmen.



Die gespendeten Schuhe werden in Kooperation mit der UEFA-Stiftung für Kinder ins jordanische Flüchtlingslager Zaatari gebracht und dort an syrische Flüchtlinge aller Altersgruppen verteilt. In dem Lager, das 2012 als Provisorium entstanden ist, leben inzwischen rund 80.000 Menschen. Damit ist es eines der größten Flüchtlingslager der Welt, das sich mehr und mehr zu einer festen Siedlung entwickelt. Fußball spielt in Zaatari sowohl für die Kinder als auch für die Erwachsenen eine wichtige Rolle. Daher hat die UEFA-Stiftung dabei geholfen, Fußballplätze zu schaffen. Doch woran es mangelt, sind Schuhe.

„Ich möchte möglichst viele Fußballfans ermutigen, hierher zu kommen und nicht mehr benötigte Fußballschuhe zu spenden. Denn dadurch können auch Menschen, die unter weniger glücklichen Umständen leben, das Spiel spielen, das wir alle lieben“, sagt Lothar Matthäus. Der Rekordnationalspieler wird am Stand der „Trophy Tour“ von 12 bis 14 Uhr für Autogramme und Selfies zur Verfügung stehen. „Ich freue mich, alle Fans zu treffen. Das ist eine gute Gelegenheit, den Pokal zu sehen und sich an einer großartigen Sache zu beteiligen.“ Matthäus stand selbst schon dreimal im Finale des Turniers, das damals noch UEFA Cup hieß: 1980 mit Borussia Mönchengladbach, 1991 mit Inter Mailand und 1996 mit dem FC Bayern München. Zweimal, 1991 und 1996, durfte er sich anschließend als Sieger feiern lassen – und den Pokal gen Himmel recken.

Die UEFA Europa League, an der sich 48 Clubs aus 27 Ländern beteiligen, ist der weltweit größte Wettbewerb im Profifußball. In der Saison 2018/19 werden 205 Spiele ausgetragen, die insgesamt ein TV-Publikum von rund einer Milliarde Zuschauern erreichen. Kia, langjähriger Partner der FIFA und UEFA bei Welt- und Europameisterschaften, ist seit dieser Saison erstmals offizieller Partner der UEFA Europa League. Die zunächst für drei Jahre vereinbarte Kooperation läuft bis zum Saisonfinale 2021.



Über Kia Motors

Die Kia Motors Corporation, gegründet 1944, ist der älteste Fahrzeughersteller Koreas und der zehntgrößte Automobilhersteller weltweit. Die Marke mit dem Slogan „The Power to Surprise“ vertreibt ihre Fahrzeuge in 180 Ländern, verfügt weltweit über 14 Automobilwerke und beschäftigt mehr als 51.000 Mitarbeiter. Kia Motors engagiert sich stark im Sportsponsoring und ist langjähriger Partner der FIFA, der UEFA und des Tennisturniers Australian Open.

Im deutschen Markt, wo Kia seinen Vertrieb 1993 startete, ist die Marke durch Kia Motors Deutschland vertreten. Die 100-prozentige Tochter der Kia Motors Corporation mit Sitz in Frankfurt am Main hat ihren Absatz seit 2010 um 80 Prozent gesteigert. 2018 erzielte Kia in Deutschland mit 65.797 Einheiten einen neuen Absatzrekord und einen Marktanteil von 1,9 Prozent. Im Segment der Hybrid- und Elektrofahrzeuge lag der Kia-Marktanteil bei 6,4 Prozent.

Ebenfalls in Frankfurt ansässig ist Kia Motors Europe, die europäische Vertriebs- und Marketingorganisation des Automobilherstellers, die 30 Märkte betreut. Seit 2008 ist Kia in Europa kontinuierlich gewachsen und setzte hier 2018 rund 494.000 Einheiten ab.

Seit 2010 gewährt die Marke für alle in Europa verkauften Neuwagen die 7-Jahre-Kia-Herstellergarantie (max. 150.000 km, gemäß den gültigen Garantiebedingungen).