



IONIQ. Foto: Hyundai

17-11-2020 00:30 CET

## Hyundai Motor oppfordrer verden til å gjøre en forskjell med IONIQ

- 'I'm in Charge' er den nye kampanjevideoen for IONIQ, og den deler innsikt fra klesdesigneren Maria Cornejo og eventyreren David de Rothschild
- 'I'm in Charge' feirer lanseringen av Hyundai's dedikerte elbilmodellmerke IONIQ som en del av en bærekraftig fremtid

**Hyundai Motor Companys nye kampanjevideo for IONIQ deler innsikt fra motedesigneren Maria Cornejo og den britiske eventyreren David de Rothschild om deres engasjement for et bærekraftig liv.**

[Kampanjevideoen 'I'm in Charge'](#) inviterer også miljøfokuserte konsumenter over hele verden til å ta del i og ansvar for den globale kampen mot klimaendringer.

Hyundai sparket i gang 'I'm in Charge'-kampanjen for å feire lanseringen av selskapets dedikerte elbilmodellmerke IONIQ, samt merkets plass i Hyundais pågående arbeid for å tilby en bærekraftig livsstil.

Den nye videoen er filmet en rekke steder rundt om i verden, og legger vekt på de globale ringvirkningene av klimaendringer. Et sentralt spørsmål i videoen er «You might think you can't change the world... but what if you could?». Seerne tas med gjennom regnskoger, dype raviner, gater, isbreer og ørkener for å fange øyeblikk fra livene til Cornejo og Rothschild, så vel som en kenyansk modell og en fransk danser. Selv om de lever ulike liv på forskjellige steder, deler de alle det grenseløse arbeidet det er å promotere bærekraft som ansvarlige verdensborgere. Avslutningsvis viser videoen at de dedikerte elektriske IONIQ-modellene kan utgjøre en forskjell i mennesker liv, i tillegg til å bidra til å endre verden til det bedre.

- Bekymringene man har hatt rundt globale temaer som transport, hvordan mennesker bor og miljøet er i ferd med å bli realiteter, og ren mobilitet er Hyundais bidrag i å løse disse problemene og å skape en bærekraftig fremtid, sier Hyundais toppsjef for markedsføring, Wonhong Cho.

- Gjennom kundeopplevelsen som leveres med IONIQ, vil Hyundai utvikle seg videre med merkevisjonen «Progress for Humanity».

Hyundai har samarbeidet med Maria Cornejo om prosjektet Re:Style siden 2019. Re:Style er et unikt kulturelt samarbeid som viser den kreative og miljøvennlige gevinsten av samarbeid mellom bil- og moteindustrien. David de Rothschild jobbet for første gang med Hyundai i 2016 da han snakket om miljøvennligheten i selskapets første IONIQ-modell.

Som en videreføring av suksessen fra det første Re:Style-prosjektet i 2019, lanserte Hyundai motekolleksjonen Re:Style 2020 i oktober, med gjenbruk av materialer fra bilproduksjon i moteprodukter.

*kvalitet. Hyundai har de siste årene utviklet seg til å bli et ledende selskap på nullutslippsmobilitet, og er et av Norges mest solgte bilmerker. Hyundai har den bredeste porteføljen av elektrifiserte drivlinjer i verden.*

## Kontaktpersoner



### **Øyvind L. Knudsen**

Pressekontakt

Produkt & PR-sjef

oyvind.knudsen@hyundai.no

47246727



### **Christian Stenbo**

Pressekontakt

Markedsdirektør

christian.stenbo@hyundai.no

48894911