

Confederations Cup

## Geglückte Generalprobe

Engagierte Mannschaften, schöner Fußball, viele Tore und dies bei größtenteils wahren Bilderbuchwetter: Der Confederations Cup darf als geglückte Generalprobe für die FIFA WM 2006™ angesehen werden. Auch Hyundai nutzte als einziger automobiler Hauptsponsor der kommenden Weltmeisterschaft die »Mini-WM«, um sich für das Großereignis im nächsten Jahr vorzubereiten. So stellte das Unternehmen zum »Turnier der Meister« insgesamt rund 300 Fahrzeuge für den offiziellen Fuhrpark ab, die von etwa 400 durch Hyundai eigens geschulte freiwillige Helfer gefahren wurden. Neben der Komfortlimousine Sonata und dem geräumigen Van Trajet wurden dabei auch das deutsche Hyundai-Flaggschiff XG 350, das SUV Santa Fe sowie die in Deutschland nicht zum Angebotsprogramm gehörende Luxuslimousine Centennial eingesetzt. Hinzu kamen Aktivitäten in den Stadien und Aktionen bei den örtlichen Hyundai Händlern.

In den Gastgeberstädten beteiligte sich Hyundai an den Aktivitäten im Rahmenprogramm und in den sogenannten Public Viewing Areas, in denen die Spiele live vor vielen tausend Menschen auf Großleinwänden übertragen wurden.



Sein eigenes Fahrzeug erhielt Goleo im Vorfeld des Confederations Cup-Spiels Tunesien - Deutschland in Köln. Mit seinem Hyundai H-1 will das WM-Maskottchen nun bis Sommer nächsten Jahres zu verschiedenen Veranstaltungen in ganz Deutschland fahren. Platz für ihn und sein Gepäck ist genug vorhanden, schließlich fasst der geräumige Transporter bis zu 5,7 Kubikmeter Ladung.

Auch in den kommenden Monaten bis zum Startschuss des Eröffnungsspiels in München am 9. Juni 2006 bleibt Hyundai am Ball. Dazu wurden zum Beispiel Kooperationen mit der Hamburg-Mannheimer, Mastercard und KarstadtQuelle geschlossen. Aber das Unternehmen denkt bereits weit über die kommende WM hinaus. Mit der FIFA wurde vor wenigen Wochen eine Verlängerung der erfolgrei-

chen Partnerschaft bis zum Jahr 2014 vereinbart. Damit gehört Hyundai auch zu den sechs exklusiven Hauptsponsoren der kommenden Fußballweltmeisterschaften 2010 in Südafrika und 2014 (Austragungsort steht noch nicht fest). Doch zunächst gilt das Augenmerk der WM 2006, für die ganz Fußball-Deutschland und auch Hyundai - dies machte der Confederations Cup deutlich - bestens gerüstet ist.



Pkw-Neuzulassungen in Deutschland

## Ungebremstes Wachstum

Auch in den ersten fünf Monaten dieses Jahres hat Hyundai seinen Wachstumskurs in Deutschland ungebremst fortgesetzt. Von Januar bis einschließlich Mai verzeichnete die koreanische Marke insgesamt 22.310 Neuzulassungen, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum einem Plus von 25,4 Prozent entspricht. Zum Vergleich: Der Gesamtmarkt legte im gleichen Zeitraum nur um 1,1 Prozent zu. Dank dieses deutlich überdurchschnittlichen Wachstums steigerte Hyundai seinen Marktanteil auf jetzt

1,6 Prozent. Allein im Mai betrug das Zulassungsgesamt 4.116 Einheiten.

Erfolgreichstes Modell in der umfangreichen Angebotspalette der Marke war einmal mehr der im Kleinwagen-Segment antretende Hyundai Getz, der in den ersten fünf Monaten fast 6.250 Käufer fand. Auf Rang zwei folgt mit über 3.300 Zulassungen der im Segment darunter geführte Hyundai Atos. Der in Indien gefertigte Micro-Van verzeichnet im Vergleich zum Vorjahr ein Absatzplus von fast 500 Prozent. Der Santa Fe behauptet sich trotz neuer interner Konkurrenz durch den Tucson mit 3.135 Zulassungen auf dem dritten Platz, der neue Kompakt-SUV folgt mit fast 2.600 Verkäufen auf Platz vier. Die Top-Five vervollständigt der Kompakt-Van Matrix, für ihn entschieden sich von Januar bis Mai über 2.400 Käufer.

### Hyundai Motor Deutschland Neuzulassungen (in Einheiten)

Januar - Mai 2004



Januar - Mai 2005



+ 25,4 %

Deutlich mehr Einheiten verkaufte Hyundai auch vom überarbeiteten Coupé (+ 25,5 Prozent) sowie von der neuen Mittelklasse-Limousine Sonata (+ 47,2 Prozent).

### Hyundai Top-Five

(Neuzulassungen Januar - Mai 2005)

- |                     |       |
|---------------------|-------|
| 1) Hyundai Getz     | 6.247 |
| 2) Hyundai Atos     | 3.334 |
| 3) Hyundai Santa Fe | 3.135 |
| 4) Hyundai Tucson   | 2.573 |
| 5) Hyundai Matrix   | 2.413 |

Hyundai Sonata 3,3 V6 GLS

## Souveräner Auftritt

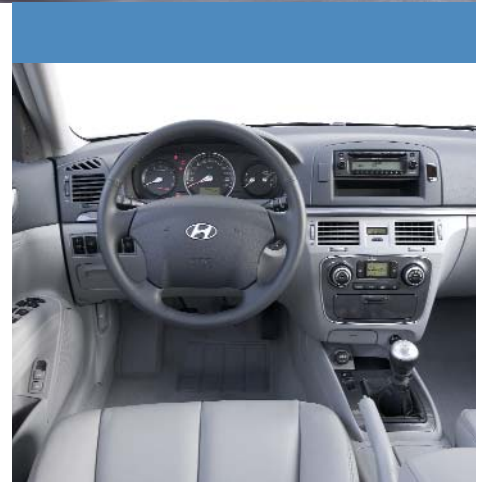
Fahrleistungen auf Sportwagen-Niveau verbunden mit der Geschwindigkeit und Souveränität eines Sechszylinders - das charakterisiert den neuen Hyundai Sonata V6. Sein kultivierter 3,3-Liter Motor leistet mit 173 kW/235 PS so viel, wie noch kein Hyundai-Aggregat für Europa zuvor. Der Antrieb ist vollständig aus Leichtmetall gefertigt und arbeitet mit einer kontinuierlich variablen Ventilsteuerung. Serienmäßig an Bord ist eine Fünfstufen-Automatik mit adaptiver Steuerung und manueller Schaltebene. Die Motor-/Getriebe-Kombination sorgt für exzellenten Vortrieb: Nach 7,7 Sekunden erreicht der stärkste Sonata die 100 km/h-Marke, bei 230 km/h die Höchstgeschwindigkeit.

Die elegante Linienführung der Stufenhecklimousine wird durch charakteristische Sicken und Kanten betont. Die Maße von 4,80 Meter Länge, 1,83 Meter Breite und knapp 1,48 Meter Höhe sind beim Sonata genutzt worden, um einen der größten Innenräume der Mittelklasse zu kreieren. Das kraftvoll-dynamische Erscheinungsbild des Fünfsitzers wird zudem durch den 2,73 Meter messenden Radstand, die breite Spur und Leichtmetallfelgen im 17-Zoll-Format bestimmt. Unter der bis zum Stoßfänger heruntergezogenen Kofferraumklappe verbirgt sich ein leicht zugängliches und stattliche 523 Liter fassendes Gepäckfach.



Wie immer bei Hyundai lässt bereits die Serienausstattung kaum Wünsche offen. Funkfernbediente Zentralverriegelung und elektrische Fensterheber rundum darf man in diesem Segment noch erwarten, eine Geschwindigkeitsregelanlage, die Klimaautomatik oder die in die Heckscheibe integrierte Antenne zeugen dagegen schon vom Anspruch einer höheren Klasse.

Keine Kompromisse ist Hyundai auch bei der Sicherheitsausstattung eingegangen. Unter anderem zählen sechs Airbags, aktive Kopfstützen und eine elektronische Stabilitätskontrolle zum Serienniveau. Der neue Sonata 3.3 V6 GLS startet mit einer attraktiven unverbindlichen Preisempfehlung von 26.490 Euro.



Beachvolleyball-Weltmeisterschaften in Berlin

## Baggern auf dem Schlossplatz



Beachvolleyball ist in, was sich spätestens seit der Aufnahme unter die olympischen Sportarten an steigenden Besucherzahlen und hohem Medieninteresse ausdrückt. So auch bei den Weltmeisterschaften, die jetzt vom 21. bis 26. Juni auf dem Berliner Schlossplatz stattfinden. Auch Hyundai war bei dieser Veranstaltung präsent: auf den Stirnbändern und Trinkflaschen des deutschen

Spitzenduos Markus Dieckmann und Jonas Reckermann. Die beiden Kölner, 29 und 25 Jahre alt, bilden eines von drei deutschen Nationalteams und stehen in der nationalen Rangliste auf Platz 1. Weltweit werden die Studenten auf Rang 5 geführt.

Hyundai kooperiert mit Sixt

## Gemeinsam Richtung FIFA WM 2006™

Hyundai wird den Fahrzeugbestand des führenden Mobilitätsdienstleisters Sixt in den kommenden Monaten sukzessive um rund 2.000 Fahrzeuge aufstocken. Die Unternehmen vereinbarten eine bis August 2006 laufende Partnerschaft. Ziel ist es, die Marke Hyundai weiter bekannt zu machen und den aus dem FIFA Confederations Cup Germany 2005 und der FIFA WM 2006™ entstehenden Mietbedarf an Hyundai Fahrzeugen abzudecken. Zum Einsatz kommen vor allem der Hyundai Getz, der Matrix, der Santa Fe, der Trajet und der Sonata. Aber auch die neue Oberklasse-Limousine Grandeur wird in das Sixt-Programm aufgenommen.

»Beide Partner planen umfangreiche gemeinsame Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen, in deren Rahmen das Hyundai FIFA Composite Logo auch auf Sixt-Werbung zu sehen sein wird. Die Aktivitäten haben bereits begonnen und werden bis zur WM fortgesetzt«, erläutert Sevilya Der, Bereichslei-

terin Kommunikation bei Hyundai Motor Deutschland. Unter anderem werden Hyundai und Sixt gemeinsam im Internet, auf Flyern und an großen deutschen Flughäfen präsent sein.



Auch der Sportsroader Santa Fe wird künftig über den Mobilitätsdienstleister Sixt zu mieten sein

# kurz notiert!



Hyundai Technical Center Rüsselsheim

## Verdreifachung der Inge-nieurs-Kapazität bis 2007

Mit dem jetzt erfolgten Baubeginn für das neue Antriebsstrang-Testzentrum hat Hyundai die Grundlage für eine weitere Expansion im Rüsselsheimer Technical Center gelegt. Bis Frühjahr 2006 werden hier zehn zusätzliche Motor- und Getriebe-Teststände installiert. Gleichzeitig wird auch die Inge-nieurs-Kapazität nochmals deutlich ausgebaut. Bis 2007 soll die Anzahl der Mitarbeiter von derzeit 130 auf 400 steigen, um auch die Entwicklung kompletter Fahrzeuge für die Hyundai Automotive Group zu ermöglichen.

Hyundai Motor Manufacturing Alabama

## Produktionsbeginn im ersten Hyundai US-Werk

Nach Investitionen von rund 1,1 Milliarden Dollar und einer knapp dreijährigen Bauzeit hat jetzt das erste Hyundai US-Werk in Montgomery/Alabama seine Arbeit aufgenommen. Mehr als 2.000 Mitarbeiter produzieren bei »Hyundai Motor Manufacturing Alabama« (HMMA) zunächst die brandneue Mittelklasse-Limousine Sonata. Ab Frühjahr 2006 wird auch die neue Generation des Sport Utility Vehicles Santa Fe (Modelljahr 2007) im neuen Werk hergestellt. Die volle Jahreskapazität ist auf insgesamt 300.000 Einheiten ausgelegt. Neben den 2.000 neuen Arbeitsplätzen bei Hyundai werden bei den 64 für Hyundai tätigen Zulieferern weitere 5.500 Jobs entstehen. Gemeinsam haben allein diese Zulieferer 500 Millionen Dollar in den Ausbau ihrer Kapazitäten investiert.

Zur derzeit modernsten Hyundai-Produktionsstätte zählen unter anderem ein Presswerk, eine Lackiererei, eine über drei Kilometer lange Teststrecke sowie ein Motorenwerk. In letzterem wird der völlig neue 3,3-Liter V6-Antrieb für den Sonata produziert. Die gesamte Produktion ist automatisiert, allein in der Schweißerei sorgen 250 Roboter für den Materialfluss.

Das neue Werk ist der vorläufig letzte Schritt in den US-Plänen von Hyundai. Seit 2001 hatte das Unternehmen bereits über 200 Millionen Dollar in verschiedene Designstudios und Testgelände investiert. Somit kann Hyundai nun bei Bedarf ein Fahrzeug vom Grunddesign über Testläufe bis zur Produktion vollständig in den USA kreieren.

Mit dieser neuerlichen Investition unterstreicht Hyundai seine Bindung an den Standort Deutschland und seine Pläne für weiteres Wachstum in Europa, das als Region von strategischer Bedeutung angesehen wird. In den kommenden Jahren will die Marke zudem in Sachen Qualität in die absolute Spitzengruppe der Automobilhersteller vorstoßen, wobei das Technical Center hier ebenfalls eine wichtige Rolle einnehmen soll.

»Unser Erfolg in Europa beruht auf unserer Kundennähe«, sagt Nam-Yong Kim, Präsident von Hyundai Motor Europe Technical Center (HMETC). »Mit dem Ausbau der Kapazitäten wollen wir unsere Stärken im Bereich Forschung und Entwicklung künftig weiter ausbauen.«

Behindertengerechter Umbau von Hyundai Fahrzeugen

## Mobil trotz Einschränkungen

Behinderten Menschen ihre Mobilität zurückzugeben, dies ist das Ziel einer Kooperation von Hyundai und dem Unternehmen »Die Reha Gruppe«. Deren Spezialisten bauen auf Wunsch den Stadtfliker Getz oder den Kompaktvan Matrix behindertengerecht um. Dabei sind die Varianten des Umbaus so verschieden wie die individuellen Ansprüche der Kunden. In beide Fahrzeuge lassen sich daher alle gängigen Fahr- und Einstiegshilfen an die unterschiedlichsten Behindertenbilder anpassen - und zwar für Selbst- wie für Mitfahrer.

Handbedienung ermöglicht - ein breites Spektrum an Lösungen. So kann ein Fahrer zum Beispiel mit dem Handbediengerät Typ GB, ein Automobil sicher und schonend durch den Verkehr bewegen. Das Gerät wird neben dem Fahrersitz am Mittel-tunnel angebracht und ermöglicht das Beschleunigen und Abbremsen des Fahrzeugs. Ergänzt wird das Angebot für mobilitätseingeschränkte Fahrer in beiden Hyundai-Modellen durch einen orthopädischen Sitz. Dieser kann wahlweise auch schwenkbar auf einer Drehkonsole erworben werden.

Hyundai unterstützt seine behinderten Kunden beim Kauf eines Neuwagens durch einen großzügigen Preisnachlass: Bei Vorlage des Schwerbehindertenausweises und ab einem Behinderungsgrad von mindestens 50 Prozent wird ein Rabatt von 18 Prozent gewährt. Ein Angebot, das allein



im vergangenen Jahr rund 800 in ihrer Mobilität eingeschränkte Kunden angenommen haben. Die anschließenden Umbauarbeiten bei »Die Reha Gruppe« dauern in der Regel fünf bis zehn Werk-tage. Die Kosten liegen zwischen 300 und 7.500 Euro, werden aber in vielen Fällen von öffentlichen Stellen wie z.B. den Agenturen für Arbeit, Integrationsämtern oder den Rentenversicherungsträgern gefördert.



--- Hyundai Urlaubs-Check 2005 - Umfangreiche Fahrzeugprüfung für 15 Euro - Inklusive abschließender Testfahrt - Auch für Fremdfabrikate --- Dazu das Sommer-Sonderangebot: RDS-Radio/CD-Kombination VDO CD 451 X - Hochwertiges Qualitätsprodukt - 4 x 40 Watt Musikleistung - abnehmbares Bedienteil - 89 EUR

Hyundai Brennstoffzellen-Technologie

## Tucson FCEV überzeugt mit höchster Treibstoffeffizienz

Bei der erstmals durchgeführten Rallye Monte Carlo für Brennstoffzellen-Fahrzeuge hat ein Tucson FCEV (Fuel Cell Electric Vehicle) unter 17 Teilnehmern den zweiten Rang belegt. Gleichzeitig überzeugte der Hyundai auch durch die wirtschaftlichste Nutzung des Treibstoffs. Für die insgesamt 410 zurückzulegenden Kilometer benötigte der Brennstoffzellen-Tucson lediglich 5,2 Kilogramm Wasserstoff.

Bei dieser speziellen Rallye Monte Carlo traten unter anderem Fahrzeuge von Chrysler, General Motors, Fiat, Toyota und Michelin gegeneinander an. »Dieses Ergebnis«, so erläutert Dr. Joon Chul Park, Hyundai Executive Vice President, »zeigt unsere Wettbewerbsfähigkeit auf diesem sehr wichtigen Entwicklungsfeld. Als junges Unternehmen können wir nun sicher sein, für die künftigen Entwicklungen in diesem Bereich gerüstet zu sein.«



Umweltfreundlich und sparsam:  
Der Tucson FCEV zeigt heute schon die automobiler Zukunft

Hyundai gehört bei der Brennstoffzellen-Technologie zu den Pionieren. Bereits Mitte der 90er-Jahre begann das Unternehmen mit den Forschungen, die 2000 im ersten FCEV auf Basis des Santa Fe mündeten.

Zur Zeit werden zwischen 30 und 40 Tucson FCEV produziert, mit deren Hilfe weitere Entwicklungen, Tests und Feinarbeiten durchgeführt werden sollen. Mit einer Serienproduktion kann nach Angaben von Dr. Park zwischen 2010 und 2012 gerechnet werden.

Die Entwicklung eines für die Großserie tauglichen Brennstoffzellenantriebs ist nur eines der langfristig angelegten Zukunftsprogramme bei Hyundai. Das Unternehmen forscht auch im Bereich Hybrid- und Erdgas-Antrieb. Derzeit befinden sich Vorserien-Hybridfahrzeuge in Flottentests in Korea und den USA.

## Im Spiegel der Presse: Der neue Hyundai Grandeur



### Martina Göres in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung über die neue Oberklasse-Limousine:

»Mit der Einführung der großen Stufenheck-Limousine Grandeur startet Hyundai den ersten ernsthaften Angriff in die Oberklasse. Der Nachfolger des XG 350 kommt im September zu einem Preis von rund 35.000 Euro auf den deutschen Markt. In Korea und den Vereinigten Staaten soll der Grandeur hauptsächlich Toyotas Nobelmarke Lexus Marktanteile abjagen. .... Vor allem von hinten und in der Seitenansicht ist der Auftritt des Viertürers mit sanft abfallender Dachlinie, muskulös ausgeformten hinteren Kotflügeln und schmalem Leuchtenband am Heck durchaus stattlich. ... Das Bestreben des Unternehmens, bis 2008 die zuverlässigsten Autos überhaupt zu bauen und beim Thema Qualität ganz vorn mitzuspielen, ist im Grandeur deutlich spürbar. Alles wirkt sauber verarbeitet, die Lederpolster der Sitze sind gut vernäht, die Haltegriffe über den Türen silikongedämpft. .... Erstmals wird für Sitzgestelle und Lenksäule Magnesium eingesetzt, auf diese Weise sparen die Hyundai-Ingenieure beim Grandeur Gewicht: Obwohl größer und besser ausgestattet als der XG, ist das rund 1,6 Tonnen schwere neue Flaggsschiff um 37 Kilogramm leichter als sein Vorgänger.«

2005 Strategic Vision Total Quality Study

## Zwei erste Plätze für Hyundai



Überzeugen nicht nur Autofahrer in den USA: der Hyundai Accent und der Hyundai Tucson

Gleich zwei Gewinner stellt Hyundai in einer aktuellen, in den USA veröffentlichten Qualitätsstudie. Die »Strategic Vision Total Quality Study« sieht in der Kategorie der kleinen SUV den Tucson und bei den Kleinwagen den Accent ganz vorne. Im Qualitätsreport wurden 40.000 Käufer von Neuwagen nach ihren Erfahrungen mit ihrem Fahrzeug befragt und zwar vom Kauf über die allgemeine Zufriedenheit bis hin zum eigentlichen Fahren. Auch im Markenergebnis lag Hyundai über dem Durchschnitt. »Hyundai unternimmt viel, um seine

Qualität ständig zu verbessern«, erläutert Daniel Gorrell von Strategic Vision das Ergebnis. »Dank dieser Entschlossenheit könnte die Marke schon bald die beiden führenden Unternehmen Toyota und Honda eingeholt haben.«

Während die Besitzer des Tucson vor allem die Geräumigkeit, die Verarbeitung und den leisen Innenraum lobten, hoben die Fahrer des Accent in erster Linie sein Design und die Qualität des Fahrzeugs hervor.