



### Hyundai Motor Deutschland Neuzulassungen (in Einheiten)

Januar - Oktober 2004

**38.644**

Januar - Oktober 2005

**43.138 + 11,6 %**

Pkw-Neuzulassungen Januar bis Oktober 2005

## Deutschland erstmals größter europäischer Importmarkt

Mit insgesamt 43.138 Pkw-Neuzulassungen, einem Wachstum von 11,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr, hat Hyundai seine Stellung in Deutschland weiter ausgebaut. Da der Gesamtmarkt deutlich geringer wuchs, steigerte sich der Marktanteil von 1,40 auf nun 1,53 Prozent. Erstmals ist Deutschland für Hyundai auch zum größten europäischen Einzelmarkt avanciert. Das Wachstum in Gesamt-Europa lag in den ersten zehn Monaten des Jahres bei 4,8 Prozent, insgesamt wurden 295.332 Fahrzeuge neu

zugelassen. Weltweit meldet Hyundai für diesen Zeitraum 2.028.120 (+10,9%) verkaufte Einheiten, womit die Marke Kurs auf ein weiteres Rekordjahr hält.

In Deutschland konnte der Getz seine Spitzenposition innerhalb der 13 Modelle umfassenden Hyundai Angebotspalette verteidigen. Auf den Plätzen folgen der Microvan Atos, der Kompakt-SUV Tucson, der Sportsroader Santa Fe sowie der Kompakt-Van Matrix.



### Hyundai Top-Five

(Neuzulassungen Januar bis Oktober 2005)

1) Hyundai Getz	11.902
2) Hyundai Atos	6.692
3) Hyundai Tucson	6.425
4) Hyundai Santa Fe	5.207
5) Hyundai Matrix	5.009

Interbrand-Studie

## Hyundai zählt zu den zehn wertvollsten Automobilmarken

In seiner neuesten Studie hat das Markenberatungsunternehmen Interbrand Zintzmeyer & Lux aus Zürich Hyundai erstmals unter den zehn wertvollsten Automobilmarken platziert. Mit seinem neunten Rang liegt der koreanische Automobilhersteller vor Nissan und direkt hinter Audi. Der Wert der Marke wurde von den Schweizer Spezialisten mit 3,48 Milliarden Dollar angesetzt. Die wertvollsten Marken der Welt sind von Interbrand nach zwei Kriterien ausgewählt worden: Die Marke muss global auftreten und auf den wichtigsten Weltmärkten signifikante Erträge erzielen. Außerdem waren ausreichend öffentlich zugängliche Marketing- und Finanzdaten Bedingung für die Aufnahme in den exklusiven Club.

### Die wertvollsten Automobilmarken

- 1) Toyota
- 2) Mercedes-Benz
- 3) BMW
- 4) Honda
- 5) Ford
- 6) VW
- 7) Porsche
- 8) Audi
- 9) Hyundai
- 10) Nissan

Quelle: Interbrand Zintzmeyer & Lux

## Hockey-Europameisterschaften Edelmetall für die »Hyundai Teams«



Die von Hyundai als Trikotsponsor unterstützte deutsche Feldhockey-Herrennationalmannschaft hat bei der Europameisterschaft in Leipzig im Oktober den dritten Rang erzielt. Das Team revanchierte sich vor über 5.000 Zuschauern in der Messe-

stadt für die 2:3 Niederlage gegen den späteren Europameister Spanien im Halbfinale mit einem 9:1 im »kleinen Finale« gegen Belgien.

Starker dritter Platz: Die deutschen Hockey-Herren holten in Leipzig Bronze

Für Hyundai, das seit Jahresbeginn alle deutschen Hockey-Nationalteams sponsert, war die Europameisterschaft auch eine gelungene Generalprobe für die Hockey-Weltmeisterschaft 2006 in Mönchengladbach.



Vizeeuropameister:  
Die deutschen Hockey-Damen waren in Dublin erfolgreich

Einen Monat zuvor hatte die deutsche Damen-nationalmannschaft ebenfalls mit dem Hyundai Schriftzug auf dem Trikot in Dublin den Titel des Vizeeuropameisters gewonnen. Die Goldmedaillengewinner von Athen mussten sich lediglich im Endspiel den starken Holländerinnen geschlagen geben.

Komplettiert wurden die Erfolge der Hockey-Nationalteams von den deutschen Juniorinnen, die bei der Weltmeisterschaft in Chile den zweiten Rang hinter Südkorea erreichten.



FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006™: Hyundai unterstützt »Public Viewing«

## Fan Feste in allen WM-Städten

Auch Fußball-Fans ohne Eintrittskarten werden bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland auf ein Gemeinschaftserlebnis nicht verzichten müssen. Die zwölf Austragungsstädte haben sich gemeinsam mit dem Organisationskomitee (OK) und der FIFA auf ein Konzept zur Live-Übertragung von WM-Spielen auf Großbildleinwänden (»Public Viewing«) verständigt. Unter dem Namen »Fan Fest FIFA WM 2006™« werden erstmals in der WM-Historie während des gesamten Turniers in allen zwölf WM-Städten auf jeweils zentralen Plätzen solche Veranstaltungen stattfinden. Zudem sollen diese Orte den Fans rund um die Uhr als zentrale Anlaufstellen dienen.

Die kostenlose Übertragung und die jeweiligen umfangreichen Rahmenprogramme werden durch das zusätzliche finanzielle Engagement von Hyundai und drei weiteren WM-Hauptsponsoren ermöglicht, die einen erheblichen Anteil der städtischen Organisationskosten abdecken. OK-Präsident Franz Beckenbauer: »Angesichts des gigantischen Zuschauer-Interesses sahen wir uns in der Pflicht, den vielen Fans, die leider keine Karte bekommen, trotzdem WM-Atmosphäre anzubieten. Dies wird uns nun gelingen, da wir jetzt in jeder Stadt praktisch zwei WM-Austragungsstätten haben werden: das Stadion und das offizielle Fan Fest.«

Forschung und Entwicklung

## Neues Zentrum für Umwelt-technologien eröffnet

Im Süden von Seoul hat Hyundai jetzt mit Investitionen von 58 Millionen US-Dollar ein Forschungs- und Entwicklungszentrum für Umweltfragen eröffnet.

Am neuen Standort sollen bestehende Synergien besser genutzt und die Zusammenarbeit der Marken Hyundai und KIA noch effizienter gestaltet werden, um die Weichen zur Entwicklung sauberer und umweltfreundlicher Fahrzeuge zu stellen.

Auf dem über 30.000 Quadratmeter großen Gelände sind rund 200 Mitarbeiter beschäftigt. Sie arbeiten mit High-Tech-Ausstattung an der Entwicklung neuer, umweltfreundlicher Technologien. So verfügt das Werk unter anderem über eine 700 bar starke Wasserstoff-Füllstation, die umfangreiche Tests mit Brennstoffzellen-Fahrzeugen ermöglicht.

Geplante Investitionen von einer Milliarde Euro

## Hyundai errichtet Werk in Europa

Bis 2008 wird Hyundai sein erstes Werk in Europa errichten und dafür rund eine Milliarde Euro investieren. Die Jahreskapazität der Produktionsstätte soll bei 300.000 Einheiten liegen. Einer der in Frage kommenden Standorte ist das tschechische Ostrawa. Die Stadt liegt 230 Kilometer östlich von Prag und nur 70 Kilometer vom slowakischen Zilina entfernt, wo die Hyundai Tochter KIA derzeit ein Werk errichtet. Ab Herbst 2008 sollen in dem neuen Werk die ersten Fahrzeuge vom Band laufen. Der größte koreanische Automobilhersteller hat in Europa ehrgeizige Ziele: Für dieses Jahr plant Hyundai einen Absatz von rund 420.000 Einheiten, im nächsten Jahr werden 520.000 verkaufte Fahrzeuge angepeilt und 2007 sollen 580.000 Einheiten verkauft werden. Europa ist für den weltweit siebtgrößten Automobilhersteller nach den USA der zweitwichtigste Exportmarkt.

# kurz notiert!

NEU BEI HYUNDAI - NEU BEI HYUNDAI - NEU BEI HYUNDAI

Accent SR

## Hyundai zeigt Zukunft

Auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) erregte das Concept Car Accent SR großes Aufsehen und fand allenthalben Zustimmung. Die Studie gibt einen Ausblick auf das zukünftige Hyundai Engagement in der Kompaktklasse und dient gleichzeitig als Ideenträger. Angetrieben wird der Accent SR von einem 2,0-Liter-Turbomotor, bereift ist er mit Pneu der Dimension 225/40 R, die auf 18-Zoll-Felgen aufgezogen sind. Front-, Dachkanten- und Seitenspoiler sowie die kräftig ausgestellten Kotflügel unterstreichen den sportlichen

Anspruch dieses Modells. Am Heck dominieren breite Seitenschweller, die auf jeder Seite zwei oval geformte Auspuffrohre aufnehmen. Neben dem ESP und der elektrischen Servolenkung ist auch ein Reifen-druckkontrollsystem mit an Bord, das schon bald in die Serienfertigung von Hyundai Modellen übernommen werden soll.



Hyundai Atos

## Microvan mit noch mehr Pfiff

Frisch gestylt und deutlich aufgewertet geht der Hyundai Atos ins Modelljahr 2006. Von Außen ist der pfiffige Microvan an seinem neuen Kühlergrill mit integrierter Chromstrebe und Hyundai Logo sowie an den Radzierblenden im neuen Design zu erkennen. Innen zählt nun ein Drehzahlmesser genauso zur Serienausstattung wie modische, rot und schwarz abgesetzte Sitzbezüge.

Der 1,1-Liter-Benzinmotor des Atos wurde überarbeitet und leistet nun 46 kW/63 PS, drei kW mehr als bisher. Mit einem Durchschnittsverbrauch von 5,5 Litern Normalbenzin und 131 g/km CO<sub>2</sub>-Emission ist der Stadtfliitzer nicht nur sparsam, sondern auch umweltfreundlich.



Trotz seiner ansehnlichen Ausstattung u.a. mit ABS, Fahrerairbag, Zentralverriegelung, Servolenkung und einer 50:50 geteilt umklappbaren Rücksitzbank kostet die Basisversion des Atos nur 8.690 Euro. Als Comfortvariante mit zusätzlichem Beifahrerairbag, elektrischen Fensterhebern vorn sowie in Wagenfarbe lackierten Außenspiegeln und Türgriffen kommt der Viersitzer auf 9.390 Euro.

Hyundai Grandeur 3.3 V6

## Komfort auf langen Strecken



Elegant, komfortabel und langstreckentauglich: Diese drei Begriffe fallen dem automobilen Connoisseur bei der Betrachtung des Hyundai Grandeur sicher als erstes ein. Doch das neue Spitzenmodell hat noch viel mehr zu bieten. Zum Beispiel einen starken und geschmeidigen 3,3-Liter-Sechszylindermotor mit einer Leistung von 173 kW/235 PS und die dazu passende sanfte Fünfstufenautomatik

inklusive einer zweiten, manuellen Schaltebene. Ein attraktiver Material-Mix aus Leder, Holz und Aluminium prägt den Innenraum und vermittelt eine gediegene und noble Atmosphäre.

Ausgewogen und zeitlos elegant zeigt sich der Grandeur von Außen. Details wie die leicht ausgestellten hinteren Kotflügel verfeinern das Gesamtbild und sorgen für harmonische Gesamtproportionen. Zur umfangreichen Serienausstattung des neuen Hyundai gehört auch ein umfassendes Insassenschutzpaket mit acht aufeinander abgestimmten Airbags, aktiven Kopfstützen vorn sowie ESP. Der neue Grandeur startet ab sofort zum Preis von 36.450 Euro. Ab Mitte des nächsten Jahres ist der große Hyundai auch mit einem neuen 2,2-Liter-Dieselmotor zu haben, der voraussichtlich 110 kW/150 PS leisten wird.

Hyundai Getz

## Dynamischer Auftritt

Zwei neue Motoren, eine neu gestaltete Front- und Heckpartie sowie ein peppiges Farbkonzept für den Innenraum: Das sind die herausragenden Merkmale des zum Modelljahr 2006 gründlich überarbeiteten Getz. Der Bestseller aus dem Hause Hyundai überzeugt so mit noch mehr Charakter und Eigenständigkeit.



Zum dynamischeren Auftritt des Getz passen die Änderungen in der Motorenpalette. So ersetzt ein Vierzylinder-Diesel mit Common-Rail-Einspritzung und variabler Turbolader-Schaufelgeometrie VGT den bisher eingesetzten Dreizylinder. Mehr Laufruhe und mehr Leistung (65 kW/88 PS) sind die Folge. Ebenfalls neu ist der 1,4-Liter-Vierzylinder-Benziner mit 71 kW/97 PS, der den bisher eingesetzten 1,3-Liter ablöst. Beim 1,1-Liter-Einstiegsmotor wurde die Leistung auf 49 kW/67 PS gesteigert und das Top-Triebwerk mit 1,6-Liter Hubraum (78 kW/106 PS) erhielt die variable Ventilsteuerung CVT. Für die beiden stärksten Benziner-Varianten steht optional eine Vierstufen-Automatik zur Verfügung. Erstmals ist der Getz zudem nun auch mit ESP erhältlich.



--- Hyundai Winteraktion 2005 --- Car-Multimedia vom Feinsten: Becker DTM Hyundai Highspeed für 599 Euro --- Antirutsch-Schalenmatten für alle Modelle: 52 Euro --- Kofferraum-Wannen für Tucson, Santa Fe, Terracan und H-1 ab 115 Euro --- Universal-Ski-/Dachboxen ab 299 Euro ---

GTÜ-Qualitäts-Ranking

## Der Accent als Mängelzwerg



Mit dem Hyundai Accent hat jetzt zum ersten Mal in der Geschichte des GTÜ-Qualitäts-Rankings für Gebrauchtwagen ein koreanisches Fahrzeug einen ersten Rang belegt. Die Kompaktlimousine gewann in ihrer Klasse bei den ein- bis dreijährigen Fahrzeugen mit lediglich 2,5 Beanstandungen pro 100 Fahrzeugen.

Basis des Rankings waren vier Millionen Hauptuntersuchungen, aus denen für über 150 Fahrzeuge die Stärken und Schwächen in einzelnen Baugruppen ermittelt und zu einer Gesamtmängelquote zusammengefasst wurden. Das Ergebnis untermauert eindrucksvoll das Ziel des weltweit siebtgrößten Automobilherstellers, sich bis zum Jahr 2010 als Qualitätsführer in der Automobilbranche zu etablieren. Bereits 2004 hatte sich der Sonata in der renommierten J.D. Power Studie als Qualitätssieger in der Mittelklasse durchgesetzt. Beim Qualitätsreport 2004 der Fachzeitschrift Auto Bild erreichte Hyundai zudem einen vierten Gesamtrang unter 20 Automobilherstellern.

US-Magazin Popular Mechanics zeichnet Hyundai Limousine aus

## Neuer Sonata gewinnt renommierten Sicherheitspreis



Die zur Mittelklasse zählende Limousine Sonata ist vom bekannten US-Magazin Popular Mechanics jetzt mit dem »Automobile Excellence Award« in

der Kategorie »Sicherheit« ausgezeichnet worden. Mit einem Stamm von über neun Millionen Lesern zählt das monatlich erscheinende Periodikum zu den größten und renommiertesten Magazinen in den USA.

Der neue Sonata erhielt den Preis für sein hohes Sicherheitsniveau. Sechs Airbags, aktive Kopfstützen vorne, ABS und ESP mit Traktionskontrolle zählen bei der viertürigen Limousine zum Serienstandard. Das unter anderem in der neuen Hyundai Produktionsstätte in Montgomery/Alabama produzierte Modell ist die meistverkaufte Limousine des koreanischen Automobilherstellers.



## Im Spiegel der Presse: Der Hyundai Santa Fe CRDi VGT



### »Auto Bild alles allrad« über den Sportsroader im großen Vergleichstest:

»Die neue Motorversion VGT mit variablem Turbolader bringt nicht nur nominell 12 PS mehr. Sie macht den Koreaner auch merklich temperamentvoller. Der neue Turbolader verhilft zusammen mit der längeren Gesamtübersetzung zu immerhin acht km/h mehr Höchsttempo. . . . Dank klassenbesten Zuladung von 705 Kilogramm, hoher Anhängerlast, großem Kofferraum und viel Komfort eignet er sich vorzüglich als Lastenschlepper. Und nicht zu vergessen: Er ist selbst als 125-PS-VGT deutlich billiger als seine Mitstreiter.«