

08. September 2015

Hyundai Tucson Kampagne: Auf dem Weg zur neuen Markenwahrnehmung

- **Hyundai Tucson wird neuer Markenbotschafter**
- **Hollywood Schauspielerin Hannah Ware ist Gesicht der Tucson Kommunikation**
- **Kompakt-SUV ab sofort bei allen Handelspartnern erhältlich**

Mit dem neuen Tucson bringt Hyundai ein Modell auf den deutschen Markt, das die Wahrnehmung der Marke verändern und weitere Kundengruppen erschließen soll. Mit modifiziertem Design und verbesserter Technik setzt das Kompakt-SUV Maßstäbe in seinem Segment. „Der neue Tucson spielt als Markenbotschafter eine entscheidende Rolle für Hyundai. Deshalb haben wir die Qualität und Bandbreite der Kommunikation zum Tucson Launch erhöht und mit bekannten Talenten aus TV und den sozialen Medien zusammengearbeitet. Ganz im Sinne unserer „Change-is-good“-Kampagne fokussieren wir uns mehr auf die digitalen Medien, um den Vorlieben neuer Zielgruppen, wie der Generation-Y, zu entsprechen“, erklärt der Geschäftsführer von Hyundai Motor Deutschland, Markus Schrick.

Im Zentrum der Tucson Kommunikation steht die Hollywood Schauspielerin Hannah Ware. Im TV-Spot erklärt sie, wie Veränderungen ihre Karriere inspiriert und bereichert haben. Ergänzend wurden weitere Filme zum Thema „Change-is-good“ produziert. In den Feature Filmen präsentiert Hannah Ware in unterhaltsamer und origineller Weise die Produktmerkmale des Hyundai Tucson. Der TV-Spot und die Filme können auf der Modellseite des Tucson unter www.hyundai.de angeschaut werden. Eine reichweitenstarke Radiokampagne verstärkt die nationale Kommunikation.

Auch in den Sozialen Medien wird „Change is good“ auf vielfache Weise interpretiert. Der bekannte Videoblogger Nilz Bokelberg hat das Kampagnen Motto mit der Adaption der Blockbuster „Mad Max“, „Tron“, „Inception“, und „Drive“ umgesetzt. In den Kurzvideos, die unter <https://www.youtube.com/HyundaiMotorGermany> abrufbar sind, läutet der Hyundai Tucson die Wende ein und rettet den Protagonisten so aus heiklen Situationen. Auf Facebook, Twitter und Instagram werden weitere benutzergenerierte Inhalte zu dem Thema gepostet.

Unterstützt wird das neue Auftreten der Marke zudem durch eine Print-Kampagne. Dazu hat Hyundai mit dem vielfach ausgezeichneten Werbe-Fotografen Simon Puschmann zusammengearbeitet, der den neuen Tucson auf eindrucksvolle Weise in Szene setzt.

Auch beim Tucson Händlerfest vom 11.-13. September 2015 steht das neue Kompakt-SUV Tucson im Fokus. An diesem Wochenende begrüßen die Handelspartner der Marke ihre Besucher mit exklusiven Probefahrten, einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm und Informationen zu Hyundais Modellpalette. Zudem lockt der „Diesel Deal“, bei dem sich Kunden über einen Preisvorteil bei den Hyundai Modelle i20, i30 und ix20 von bis zu 5.840 Euro freuen können. Weitere Informationen zum Tucson Händlerfest finden Kunden und Interessenten von Hyundai in den rund 16,5 Millionen Exemplaren der Händlerzeitung, die ab sofort bei den Hyundai Vertragshändler ausliegen und per Postwurf verteilt werden.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert für den Hyundai Tucson: 7,6-4,6;
CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 177-119; Effizienzklasse: D-A.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert für den Hyundai i20: 6,7-3,2;
CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 155-84; Effizienzklasse: E-A+.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert für den Hyundai ix20: 6,5-4,2;
CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 150-110; Effizienzklasse: D-A.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert für den Hyundai i30: 7,3-3,6;
CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 169-94; Effizienzklasse: E-A+.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Stephanie Wester, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 823798-702; E-Mail: stephanie.wester@hyundai.de

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter www.hyundai-presselounge.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Hyundai Motor Deutschland mit Sitz in Offenbach am Main ist seit 2012 eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. 2014 wurden rund 100.000 Fahrzeuge in Deutschland verkauft. Der Marktanteil lag bei 3,3 Prozent, damit zählt Hyundai zu den drei stärksten Importmarken im Land. Weltweit gehört die Hyundai Motor Group mittlerweile zu den fünf größten Automobilherstellern. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design gepaart mit hoher Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden fast 95 % aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Rund 90 % dieser Modelle werden auch in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut. Als langjähriger Partner der FIFA, der UEFA sowie der Caritas ist Hyundai im sportlichen und im sozialen Bereich engagiert.