

## Im Herzen Europas

Marktstart für den neuen Kompaktwagen Hyundai i30

Mit dem neuen i30 schickt Hyundai Ende März die Neuauflage seines Bestsellers ins Rennen. Die zweite Generation tritt im Herzen des europäischen und deutschen Automobilmarktes an und nimmt eine zentrale Rolle in den Wachstumsplänen des koreanischen Automobilherstellers ein.

Seit der Einführung der ersten Generation im Jahr 2007 avancierte der i30 in kürzester Zeit zum meistverkauften Hyundai Modell in Europa und wurde bis heute mehr als 400.000 Mal abgesetzt. Mehr als 115.000 Einheiten gingen davon nach Deutschland, wo der i30 im vergangenen Jahr das meistverkaufte Modell eines asiatischen Herstellers war.

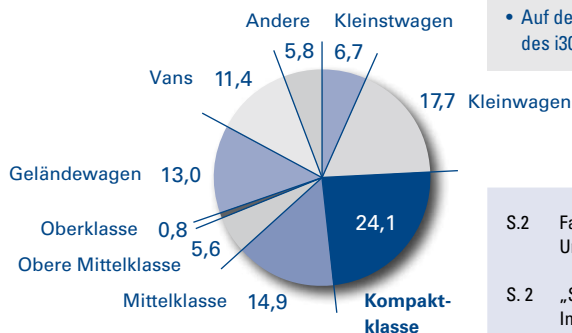
Für die zweite Generation des i30 hat sich das Unternehmen für Europa pro Jahr 120.000 Neuzulassungen vorgenommen. Die Voraussetzungen sind ideal, denn das C-Segment soll bis Ende 2014 von derzeit knapp 2,3 Millionen Einheiten auf mehr als 2,4 Millionen Fahrzeuge wachsen.

Der bisherige Erfolg des i30 ist insbesondere auf die europäische Herkunft des Fahrzeugs zurückzuführen – dieses Erfolgsrezept wurde für die Neuauflage weiter verfeinert. So entstand die weiterentwickelte Formensprache Fluidic Sculpture im europäischen Design- und Technikzentrum in Rüs-

selsheim. Lastenheft, Fahrwerk und die hochmodernen und effizienten Dieselmotoren stammen ebenfalls von dort. Und wie sein Vorgänger läuft der neue i30 im tschechischen Hyundai Werk Nosovice vom Band, einer der weltweit modernsten Produktionsstätten des Konzerns.

Nach der fünftürigen Schräghecklimousine wird Hyundai die i30 Baureihe im Sommer mit dem geräumigen Kombi i30cw ausbauen. Ebenfalls gesichert ist die erstmalige Einführung einer dreitürigen Karosserievariante, die Anfang 2013 auf den Markt kommt.

### Die Kompaktklasse – das wichtigste Segment des deutschen Automarktes 2011 (in %)



## „Team Hyundai“ zur Fußball-EM

Fünf Top-Spieler aus fünf Topmärkten

Stelldichein der Fußballprominenz bei Hyundai: Im Rahmen der Kampagne zur UEFA Euro 2012™ in Polen und der Ukraine konnte das Unternehmen ein Team von fünf europäischen Spitzen-Fußballern verpflichten. Zum „Team Hyundai“ gehören ab sofort der deutsche Nationalspieler Lukas Podolski (1. FC Köln), der Spanier Iker Casillas (Real Madrid), der Franzose Karim Benzema (Real Madrid), der Engländer Daniel Sturridge (FC Chelsea) und der

Italiener Giuseppe Rossi (FC Villarreal). Die Spieler repräsentieren die fünf wichtigsten Hyundai-Märkte in Europa und fungieren als Markenbotschafter für das Unternehmen, das zum vierten Mal in Folge Hauptsponsor einer Europameisterschaft ist. Bei der UEFA Euro 2012™ in Polen und der Ukraine sorgt die Marke erneut mit rund 350 Fahrzeugen und Bussen für die Mobilität von Spielern, Trainern und Offiziellen.

**Hyundai i30 – Der Eroberer**  
Eroberungsrate Hyundai i30  
Durchschnitt Kompaktklasse

Hyundai i30: 85%

Kompaktklasse: 57%

### Hyundai Meilensteine in der Kompaktklasse

- 1974 stellt Hyundai mit dem Kompaktwagen Pony auf dem Turiner Salon das erste in Korea entwickelte Automobil vor
- 1984 läuft der 500.000. Pony vom Band
- Mit vier Modellreihen steigt Hyundai 1991 auf dem deutschen Markt ein, darunter der Pony als „Ausstattungsriese in der Kompaktklasse“
- 1994 löst der Accent den Pony ab
- Parallel zum gut vier Meter langen Accent bietet Hyundai in der Kompaktklasse den Lantra an, der 2000 vom Elantra abgelöst wird
- 2007 feiert der maßgeblich in Europa entwickelte i30 Weltpremiere; nach der Schräghecklimousine stellt Hyundai auch die Kombiversion i30cw vor
- Ab 2008 wird der i30 im neuen Werk Nosovice/Tschechien produziert, dem ersten Hyundai Werk auf europäischem Boden
- Auf der IAA 2011 debütiert die zweite Generation des i30

### Aus dem Inhalt

- S.2 **Fahrtenbuch**  
Unterwegs mit Frank Thomas Dietz
- S. 2 **„Solides Wachstum steht im Mittelpunkt“**  
Interview mit Markus Schrick
- S. 3 **Maximale Dynamik**  
Neues Allradsystem für ix35
- S. 4 **Flottengeschäft wird ausgebaut**  
Mehr Fleet Business Center



Frank Thomas Dietz, Bereichsleiter Marketing & Öffentlichkeitsarbeit, Hyundai Motor Deutschland



## Marktanteil steigt auf 3,5 Prozent

### Absatzplus in Deutschland und weltweit

Hyundai bleibt in Deutschland auch im neuen Jahr auf dem Weg nach oben. In den ersten beiden Monaten 2012 konnte die Marke 15.009 Neufahrzeuge absetzen und damit einen Zuwachs von 19,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbuchen. Der Marktanteil stieg in einem stagnierenden Gesamtmarkt auf den neuen Bestwert von 3,5 Prozent. Damit festigt Hyundai seine Position als drittgrößter Importeur und stärkste asiatische Automobilmarke auf dem deutschen Markt.

Auch weltweit setzt Hyundai seinen Wachstumskurs fort. Das Unternehmen verkaufte im Januar und Februar 2012 insgesamt 682.736 Einheiten. Dies entspricht einem Zuwachs von 15,3 Prozent gegenüber den ersten beiden Monaten des Vorjahres.

Hersteller	Absatzentwicklung (Prozent)	Gewinnmarge (Prozent)	Produzierte Autos pro Mitarbeiter	Gesamtbewertung (in Punkten)
Hyundai-Kia	40,9	8,7	48	16
VW-Konzern	32,5	7,1	17	12
GM	20,7	-4,1	44	12
Renault-Nissan	30,4	3,5	26	9
Ford	17,0	4,5	35	9
Toyota	1,7	0,3	25	5

Zu den Absatzzahlen passt das Ergebnis einer aktuellen Studie des CAR-Center Automotive Research der Universität Duisburg-Essen unter Leitung von Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöfer. Demnach ist die Hyundai Motor Group mit den Marken Hyundai und Kia der weltweit erfolgreichste Automobilhersteller. Die Untersuchung betrachtet Absatz, Gewinn und Produktivität der sechs größten Autobauer weltweit von 2009 bis 2011. Die Hyundai Motor Group wies im untersuchten Zeitraum den größten Absatzzuwachs (+ 40,9 Prozent), die höchste Zahl produzierter Fahrzeuge pro Mitarbeiter (48) und die größte Gewinnmarge vor Steuern und Zinsen (8,7 Prozent) aus.

Das CAR-Center Automotive Research bündelt wichtige Forschungsarbeiten auf den Gebieten Automobil-Wirtschaft, Automobil-Management und Mechatronik an der Universität Duisburg-Essen. Es gehört zu den renommiertesten Instituten Deutschlands.

#### Freitag, 23. Dezember 2011:

Diese Nachricht kommt passenderweise kurz vor Weihnachten: Hyundai hat zum zweiten Mal in Folge den Auto Bild Qualitätsreport gewonnen. Grundlage der vielbeachteten Auswertung ist eine Umfrage unter mehr als 8.600 Autofahrern zum Thema Qualität und Zuverlässigkeit; hinzu kommen unter anderem das Abschneiden beim Werkstatt-Test und bei den Dauertests der Zeitschrift. Das Ergebnis beweist, dass sich Hyundai in Sachen Produkt- und Servicequalität in der Spitzengruppe etabliert hat.

#### Dienstag, 3. Januar 2012:

Das vergangene Jahr hat Hyundai in Deutschland viel Rückenwind verliehen: Abgesehen vom Umweltprämienjahr 2009, konnten wir das beste Verkaufsergebnis in der 20-jährigen Geschichte des Unternehmens in Deutschland einfahren und uns als stärkste asiatische Automarke positionieren. Nun beginnt mit dem Eigentümerwechsel von der Emil Frey Gruppe zu unserem Hersteller, der Hyundai Motor Company, eine neue und hoffentlich noch erfolgreichere Ära. Unser neuer Präsident heißt Jung Kook Bae – ein mit dem europäischen Automobilmarkt

bilmark bestens vertrauter Manager, der die ambitionierten Ziele des Unternehmens teilt. Für das laufende Jahr hat sich Hyundai 90.000 Neuzulassungen in Deutschland vorgenommen, was bei einem zu erwartenden stagnierenden Gesamtmarkt einen weiter wachsenden Marktanteil zu Folge hätte.

#### Montag, 13. Februar 2012:

Deutsche und europäische Motorjournalisten treffen sich in Sevilla, um erstmals den neuen i30 auf Herz und Nieren zu testen. Viel ist im Vorfeld über die hohe Verarbeitungsqualität unseres neuen Kompaktwagens geschrieben worden, und nach der Fahrvorstellung hat niemand einen Anlass, diese Vorschusslorbeeren zu relativieren. Wohl selten ist ein neuer Hyundai so positiv aufgenommen worden – insbesondere von den deutschen Journalisten, die den i30 auf Augenhöhe mit dem etablierten Wettbewerb sehen.

## „Solides Wachstum steht im Mittelpunkt“

Markus Schrick über seine neue Funktion als HMD-Geschäftsführer

Herr Schrick, Sie haben zum 1. März 2012 den Posten als Geschäftsführer von Hyundai Motor Deutschland übernommen. Worin besteht für Sie der besondere Reiz der Marke Hyundai und von HMD?

Hyundai gehört zu den am schnellsten und für mich auch am beeindruckendsten wachsenden Automobilherstellern der Welt. Konsequenterweise richtet sich der Konzern an den Bedürfnissen der unterschiedlichen Märkte und deren Kunden aus und entwickelt beispielsweise im Technologiezentrum im hessischen Rüsselsheim Modelle wie den i30 und den i40 für europäische Kunden. In Deutschland zählt Hyundai bereits zu den drei größten Importeuren. Die positive Entwicklung von Hyundai in Deutschland mit einem kräftigen und kreativen Team fortzuführen und die Marke Hyundai voranzutreiben – darauf freue ich mich.

Bei Politikern spricht man gern von der 100-Tage-Frist. Können Sie dennoch schon einen kleinen Einblick geben, was Sie sich für das Gesamtjahr 2012 vorgenommen haben?

Für mich stehen ein solides Wachstum, eine erhöhte Kundenzufriedenheit sowie eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem Handel und die Stärkung der Marke im Mittelpunkt.

Experten prognostizieren einen Gesamtmarkt zwischen 3 und 3,1 Millionen Neuzulassungen. Den-



noch sprechen Sie von Wachstum...

Wir haben uns ein moderates Wachstum auf 90.000 Einheiten in diesem Jahr vorgenommen. Produktneuheiten wie die Kompaktsbaureihe i30, der technisch und optisch überarbeitete

Kleinwagen i20 und der Nachfolger des Santa Fe werden viele neue Kunden für unsere Marke gewinnen können.

In Genf hat Hyundai unter anderem das spektakuläre Konzeptfahrzeug i-oniq präsentiert. Wird die Marke in Zukunft verstärkt mit sportlichen Fahrzeugen aufwarten?

Der i-oniq zeigt vor allem eine konsequente Weiterentwicklung unserer Formensprache Fluidic Sculpture und ein sehr interessantes Antriebskonzept mit Range Extender. Ich kann mir gut vorstellen, dass einzelne Elemente der Studie in die Serie eingehen. Was sportliche Modelle angeht, haben wir bereits die Modelle Genesis Coupe, Veloster und die Sportlimousine i40 im Portfolio. Auch der i30 hat ein durchaus sportliches Design erhalten.

## Maximale Dynamik und Sicherheit

Neues Allradsystem Dynamax im ix35

Im Kompakt-SUV ix35 kommt ab sofort das neue Allradsystem Dynamax™ zum Einsatz. Es wird bei WIA Magna Powertrain, einem Joint Venture zwischen Hyundai WIA - einem Tochterunternehmen der Hyundai Motor Group – und Magna Powertrain, produziert. Das schlupfabhängige Allradsystem sorgt für eine optimale Drehmomentverteilung zwischen Vorder- und Hinterachse. Dafür überwacht die intelligente Steuereinheit des Systems die Fahrbahnbedingungen und analysiert die erhaltenen Signale. Dadurch kann Dynamax Veränderungen der Fahrsituation antizipieren und verzögerungsfrei die erforderliche Traction an der richtigen Stelle zur Verfügung stellen. Die Kraftverteilung nach hinten übernimmt eine elektrohydraulische Lamellenkupplung.

Da der ix35 4WD bei guten Fahrbahnbedingungen mit Frontantrieb unterwegs ist, erzielt er im Vergleich mit anderen Allradfahrzeugen Vorteile bei Kraftstoffverbrauch und Emissionsverhalten. Ein weiterer Vorzug des Dynamax-Systems ist die erhöhte Seitenstabilität in Kurven: Unerwünschte Traktionskräfte an



Vorder- und Hinterachse werden verringert und dadurch ein unbeabsichtigtes Über- oder Untersteuern des Fahrzeugs verhindert. Ein wichtiges Argument im Anhängerbetrieb ist die hohe Kühlleistung des Systems, die einer Überhitzung der Kupplung vorbeugt.

Der ix35 gehört zu den beliebtesten SUV-Modellen in Deutschland und platzierte sich 2011 mit 13.284 Zulassungen auf Platz 9 in diesem Segment. Seit der Markteinführung im März 2010 wurden von dem im tschechischen Nosovice produzierten Cityroader 26.712 Einheiten in Deutschland verkauft.

## Von Genf nach New York

Hyundai bei den wichtigsten Automessen des Frühjahrs



Auf dem Genfer Automobilsalon hat Hyundai den Startschuss für ein aufregendes Messefrühjahr gegeben. Am Lac Léman stellte das Unternehmen die neue Generation des i30cw vor. Die Kombiversion des Kompaktwagens zeigt sich ebenso dynamisch wie das fünftürige Pendant, das schon wenige Wochen nach der Messe zu den deutschen Hyundai Händlern rollt. Auch technisch profitiert der neue Kombi von den Fortschritten der i30 Baureihe und erhält beispielsweise die variable Lenkunterstützung Flex Steer und das adaptive Fahrlicht AFLS, das die Ausleuchtung der Straße automatisch den wechselnden Bedingungen anpasst.

Neben dem i30cw stellte Hyundai in Genf den technisch und optisch überarbeiteten i20 sowie das im Rüsselsheimer Designzentrum unter der Feder-

führung des Chefdesigners Thomas Bürkle entstandene Konzeptfahrzeug HED-8 i-oniq vor. Der 4,40 Meter lange coupéhafte Dreitürer zeigt eine mögliche Weiterentwicklung der aktuellen Designsprache und verwöhnt die Insassen mit einem hochwertigen Innenraum-Ambiente. Wichtiger noch ist, was unter dem sportlichen Blech zu finden ist: Denn beim i-oniq handelt es sich um ein Elektroauto mit Range Extender, das auf eine Reichweite von bis zu 700 Kilometer kommt. Als primäre Antriebsquelle fungiert dabei ein 80 kW/109 PS starker Elektromotor, der seine Energie aus Lithium-Ionen-Batterien bezieht.

Wenige Wochen später steht eine weitere wichtige Premiere auf dem Programm: Auf der Auto Show in New York vom 6. bis 15. April präsentiert Hyundai mit dem Santa Fe die dritte Generation des Mittelklasse-SUVs. Das Fahrzeug ordnet sich im Modellprogramm zwischen dem erfolgreichen Kompakt-SUV ix35 und dem luxuriösen ix55 ein. Deutsche Messebesucher können sich Anfang Juni auf der Leipziger AMI ein genaueres Bild von den Hyundai Neuheiten machen.

blue drive

## Hyundai investiert in effiziente Antriebe

3,1 Milliarden Euro für umweltverträgliche Fahrzeuge

Hyundai wird 2012 mehr als je zuvor in umweltfreundliche Antriebstechnologien investieren. Insgesamt hat die Motor Group für dieses Jahr Investitionen in Höhe von umgerechnet rund 9,5 Milliarden Euro angekündigt. Dies entspricht einer Steigerung von 15,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Für Forschung und Entwicklung wendet das Unternehmen rund 3,5 Milliarden Euro auf – ein Zuwachs von elf Prozent im Vergleich zu 2011. 90 Prozent dieser Summe bzw. 3,1 Milliarden Euro gehen direkt in die Entwicklung umweltverträglicher und effizienter Fahrzeuge, um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens weiter zu steigern. Weitere sechs Milliarden Euro (+ 18,4 Prozent) investiert Hyundai in den Neuaufbau oder Ausbau von Produktionsanlagen in Korea und im Ausland sowie in den Ausbau des Vertriebs- und After-Sales-Netzes.

## Elantra ist Auto des Jahres in Nordamerika

Zweiter Sieg für Hyundai nach 2009



Der neue Hyundai Elantra ist zum Auto des Jahres 2012 in Nordamerika gewählt worden. 50 unabhängige Fachjournalisten kürten den Elantra zum „North American Car of the Year“ – drei Jahre nach dem Erfolg des Genesis, der 2009 als erster Hyundai die renommierte Auszeichnung gewinnen konnte. Der im US-Werk in Alabama produzierte Kompaktwagen konnte sich gegen 50 Wettbewerbsmodelle durchsetzen und verwies am Ende den VW Passat und den Ford Focus auf die Plätze zwei und drei.

Doch nicht nur wegen des prestigeträchtigen Preises gehört der Elantra zu den erfolgreichsten Modellen des vergangenen Jahres; mit weltweit 1,01 Millionen verkauften Einheiten belegt er in der internationalen Absatzstatistik, die das Forbes Magazine zusammengestellt hat, Platz zwei knapp hinter dem Toyota Corolla mit 1,02 Millionen Einheiten.

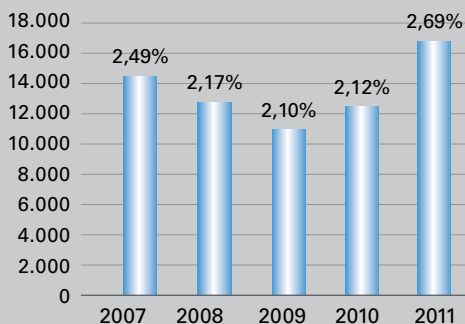
## Markt

# Aufwärts im ix35-Land

Hyundai in Belgien

Belgien ist ix35-Land. Das kompakte SUV stellte im vergangenen Jahr mit 4.362 Einheiten 30 Prozent des gesamten Hyundai Absatzes im Land der Flamen und Wallonen. Hinter dem populären ix35 folgen in der Modellrangliste der i30 mit einem Anteil von 19 Prozent, der i20 mit 17 Prozent und der ix20 mit 12 Prozent – letzterer wurde vom belgischen Automobilclub VAB zum „Familienauto des Jahres 2012“ gekürt.

Hyundai Fahrzeugabsatz und Marktanteil von 2007 bis 2011



Insgesamt ist der Hyundai Absatz in Belgien 2011 um rund 30 Prozent auf mehr als 16.500 Einheiten gestiegen. Damit erzielte die Marke den bislang höchsten Marktanteil von 2,69 Prozent seit dem Start im Jahr 1978. Damals begann die neu gegründete Korean Motor Company, eine Tochter des Familienunternehmens Alcopa, mit dem Import von Hyundai Fahrzeugen nach Belgien und Luxemburg. Heute agiert die Importeursgesellschaft unter der Bezeichnung Hyundai BeLux und beschäftigt 75 Mitarbeiter. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Kontich in der Provinz Antwerpen und verfügt über ein Händlernetz mit 111 Standorten.



# Sicherheit serienmäßig

Fünf Jahre Rundum-Sorglos-Schutz für alle Hyundai Modelle

Seit Anfang des Jahres gilt für alle Hyundai Pkw-Modelle das Qualitätspaket mit fünf Jahren Fahrzeu- und Mobilitätsgarantie. Damit erhalten nun neben den seit 2010 neu eingeführten Modellen (ix35, i30, ix20, Genesis Coupe, Veloster und i40cw) auch die Baureihen i10, i20, Santa Fe und ix55 den fünfjährigen Rundumschutz ohne Kilometerbegrenzung. Inbegriffen ist auch eine fünfjährige Mobilitätsgarantie. Sie verlängert sich nach jeder Wartung bei einem Hyundai Vertragspartner jeweils um ein weiteres Jahr bis zu einem Fahr-

zeugalter von 15 Jahren und einer Laufleistung von maximal 200.000 Kilometern.

Sorgenfreies Fahren garantieren auch die fünf kostenlosen Sicherheits-Checks, die der Kunde innerhalb der ersten fünf Jahre in Anspruch nehmen kann. Ausgenommen von den neuen Regelungen sind lediglich die Nutzfahrzeug-Baureihe H-1 sowie Taxis und Mietfahrzeuge, für die eine dreijährige Fahrzeuggarantie bis 100.000 Kilometern gilt.

# Hyundai baut Flottengeschäft aus

Fleet Business Center in Deutschland

Mit dem konsequenten Ausbau seines Netzes an Fleet Business Centern (FBC) will Hyundai seine Position auf dem deutschen Flottenmarkt weiter stärken. 2011 konnte das Unternehmen die Zahl der sogenannten „echten“ gewerblichen Zulassungen gegenüber dem Vorjahr um 59 Prozent steigern. Derzeit hat das Unternehmen 42 Hyundai Händler speziell für die Betreuung von Flottenkunden zertifiziert. Bis Ende des Jahres soll es 60 bis 70 solcher Kompetenzzentren geben.

Speziell ausgebildete Service- und Verkaufskräften bedienen Hyundai Gewerbekunden während verlängerter Öffnungszeiten nach ihren individuellen Bedürfnissen. Zum Angebot gehören erweiterte Mobilitätsangebote, bargeldlose Abrechnung und festgeschriebene Arbeitskosten. Dies ermöglicht eine effektive Kontrolle der Wartungskosten und

eine exakte Planung der zu erwartenden Ausgaben für Flotten-Inspektionen. Hyundai setzt das Fleet-Business-Center-Konzept mittlerweile in 23 europäischen Ländern mit über 300 Business Centern um. „Unsere größte Stärke ist unser Vollsortiment vom Kleinstwagen i10 über den Bestseller i30 bis hin zum neuen Mittelklasse-Modell i40“, sagt Kai Hesselbach, Leiter Großkunden/Gebrauchtwagen bei HMD. Besonders wichtig für Gewerbekunden ist auch der H-1, für den ab sofort auf Kundenanregung hin eine neue Sitzbankadaption erhältlich ist. Dank dieser Spezialvorrichtung, die nachträglich in das Fahrzeug integriert werden kann, wird die hintere Sitzbank des Kleinbusses künftig herausnehmbar. Der neue Bodenadapter wird für 1.990 Euro als Sonderausstattung für den H-1 Travel angeboten und ist ausschließlich in Deutschland erhältlich.

# Hyundai weitet Sportsponsoring aus

Neue Partnerschaft mit dem Internationalen Ski Verband FIS

Wenn es um den Fußball saisonal bedingt ruhiger wird, richtet sich die Aufmerksamkeit auf den Wintersport – und neuerdings auch auf Hyundai. Das Unternehmen hat eine Partnerschaft mit dem Internationalen Ski Verband FIS beschlossen und erweitert damit seine seit 1999 bestehende Sportsponsoring-Strategie.

Der Vertrag mit der FIS läuft zunächst über zwei Jahre und umfasst die Skisprung-Weltcupssaison 2012/2013 und 2013/2014. Den Auftakt machte die Skiflug-Weltmeisterschaft in Vikersund vom 22. bis 24. Februar 2012. Auch bei den FIS Nordic World Ski Championships 2013 und der Skiflug-WM 2014 ist Hyundai mit von der Partie.

# Hyundai investiert in US-Technikzentrum

15 Millionen Dollar für neue Testanlagen

Hyundai investiert 15 Millionen Dollar in die Erweiterung des Technical Centers im US-Bundesstaat Michigan. In einer neuen Wetterkammer können Fahrzeuge extremen Tests bei Temperaturen zwischen minus 40 und plus 118 Grad Celsius unterzogen werden. Zudem wird eine neue Testanlage für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben eingerichtet. Im Zuge der Erweiterung des Technical Centers will

Hyundai am Standort Michigan in den nächsten drei Jahren 50 neue Vollzeitstellen schaffen. Zudem hat Hyundai in den USA einen neuen Chefdesigner benannt. Christopher Chapman wird im kalifornischen Irvine künftig für das Design von Neufahrzeugen und Konzeptstudien in den USA verantwortlich sein. Der gebürtige Kalifornier arbeitete zuvor für BMW.