

iNews

Nachrichten und Informationen aus dem Unternehmen

Hyundai reduziert Umweltbelastungen

Nachhaltige Produktion, effiziente Autos



Umweltschutz hat bei Hyundai oberste Priorität. Der beginnt bei der koreanischen Marke bereits in der Produktion: Alle Werke – von St. Petersburg im europäischen Nordosten bis zum brasilianischen Piracicaba in Südamerika – erfüllen höchste Umwelt- und Sicherheitsstandards. Auf den Dächern des Werks Asan wird bis zum Jahresende außerdem eine neue Photovoltaik-Anlage montiert. Rund 40.000 Solarmodule verteilen sich dann auf einer Fläche von 213.000 Quadratmetern. Sie produzieren 11,5 Millionen kWh Strom pro Jahr, was dem Energiebedarf von bis zu 3.200 Haushalten entspricht. Für die gleiche Energiemenge stößt ein mit fossilen Brennstoffen betriebenes Kraftwerk bis zu 5.600 Tonnen CO₂ aus. Das Werk Asan bietet noch einen wei-

teren Vorteil: Die Solaranlagen werden auf den bestehenden Dächern angebracht, so dass keine Freifläche beispielsweise durch die Rodung von Wäldern geschaffen werden muss.

Das Umweltbewusstsein von Hyundai spiegelt sich auch in der Modellstrategie wider: Umfangreiche Maßnahmen zur Kraftstoffeinsparung verleihen den blue-Modellen wie etwa dem i40 blue und dem i20 blue eine Spitzenposition im jeweiligen Segment. Völlig ohne Schadstoffausstoß kommt der Hyundai ix35 Fuel Cell aus. Das weltweit erste in Serie produzierte Brennstoffzellenfahrzeug emittiert lediglich Wasserdampf, der bei der Umwandlung von Wasserstoff in elektrische Energie entsteht. Diese treibt den 100 kW/136 PS starken Elektromotor an, der alltagstaugliche Fahrleistungen (160 km/h Höchstgeschwindigkeit) und Reichweiten (knapp 600 Kilometer) ermöglicht. Das alternativ angetriebene Kompakt-SUV wird seit Februar im Stammwerk Ulsan gefertigt. Die ersten 15 Fahrzeuge wurden jüngst an die dänische Hauptstadt Kopenhagen ausgeliefert. Weitere Brennstoffzellenautos gehen demnächst an die



schwedische Region Skane, andere Städte haben bereits ihr Interesse bekundet.

Hyundai unterstützt derweil den weltweiten Ausbau der Wasserstoff-Infrastruktur. So arbeitet das Unternehmen seit April mit der britischen Metropole London zusammen, um ein Tankstellennetz für Brennstoffzellenfahrzeuge zu etablieren. Die London Hydrogen Partnership (LHP) hat bisher 50 Millionen Britische Pfund investiert, um unter anderem neue Wasserstoff-Busse, Taxis, Roller und Tankstellen in die Hauptstadt Großbritanniens zu bringen. Hyundai wird seine Erfahrungen in der Brennstoffzellentechnik weitergeben und die zunehmende Verbreitung der Antriebstechnologie aktiv fördern.

Aus dem Inhalt

- S.2 **Fahrtenbuch**
Unterwegs mit Markus Schrick
- S. 2 **„Mit jedem Test lernen wir dazu“**
Interview mit Seung-Wook Yang
- S. 3 **Das Gelbe vom Ei**
Der Hyundai E4U
- S. 4 **Skills for the Future**
Hyundai fördert Nachwuchs

Extremtest unter Extrembedingungen

Erfolgreiche Premiere des Veloster Turbo beim 24-Stunden-Rennen am Nürburgring

Feuertaufe bestanden: Der Hyundai Veloster Turbo hat einen erfolgreichen Einstand beim 24-Stunden-Rennen am Nürburgring gefeiert. Trotz der widrigen Witterungsbedingungen mit teils sintflutartigem Regen drehte das 2+1-türige Sportcoupé bei seiner Premiere auf dem berühmten Eifelkurs beständig seine Runden – und wurde schlussendlich mit der schwarz-weiß karierten Zielflagge belohnt.

Der von Schumann Motorsport in nur 200 Arbeitsstunden im Auftrag von Hyundai Motor Deutschland (HMD) aufgebaute und in einer Medienkooperation mit der Auto Zeitung eingesetzte,

seriennahe Rennwagen absolvierte den Ritt durch die „Grüne Hölle“ mit Bravour. Dabei setzte HMD auf eine besondere Idee bei der Fahrerbesetzung: Neben zwei Journalisten der Auto Zeitung wurden auch Hyundai Händler für das Projekt gewonnen. Von Platz 133 gestartet und kurzfristig auf Platz 148 zurückgefallen, arbeitete sich der Veloster Turbo mit dem Fahrerquartett Brice Bosi, Paul Engler, Markus Lungstrass und Martin Zondler bis Rennende um 58 Plätze auf Rang 90 nach vorne.

„Durch die Zielankunft bei einem der herausforderndsten 24-Stunden-Rennen am Nürburgring in den letzten Jahren hat Hyundai einmal mehr

die Zuverlässigkeit seiner Fahrzeuge unter Beweis gestellt“, erklärte Markus Schrick, Geschäftsführer von Hyundai Motor Deutschland. „Wir haben viele Erfahrungen gesammelt, die uns bei der Weiterentwicklung des Renn-Velosters und unserer Serienfahrzeuge weiterhelfen werden.“



Markus Schrick,
Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland



Dienstag, 19. März:

Dem Nachwuchs gehört die Zukunft. Aus diesem Grund haben wir das Programm "Skills for the Future" ins Leben gerufen. Damit wollen wir Jugendlichen erste Einblicke in den Arbeitsalltag eines Unternehmens ermöglichen und ihnen Fertigkeiten vermitteln, die sie später für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben benötigen. Dabei gehen wir in Schulen in Deutschland und gestalten einen Unterrichtstag. Heute haben zwei Kollegen von Hyundai Motor Deutschland das Heilbronner Elly-Heuss-Knapp-Gymnasium besucht. Für einen koreanischen Importeur ist das hier in Baden-Württemberg ja fast so etwas wie die Höhle des Löwen: Mindestens die Hälfte der Schüler in der Klasse hat einen Familienangehörigen oder Bekannten, der bei einem deutschen Hersteller oder Zulieferer arbeitet. Aber die Schüler waren der Marke Hyundai gegenüber sehr aufgeschlossen und interessiert – ein gelungener Auftakt. Mit Beginn des neuen Schuljahres geht es weiter.

Donnerstag, 25. April:

Rund 100 Unternehmer, Leasinggeber und Autovermieter konnten sich selbst davon überzeugen,

dass Brennstoffzellenfahrzeuge bereits heute alltagstauglich sind. In Berlin testeten sie den Hyundai ix35 Fuel Cell, das weltweit erste Serienfahrzeug mit dem alternativen Antrieb, das bereits seit Februar produziert wird. Die Testfahrer staunten nicht schlecht bei den uneingeschränkt alltagstauglichen Fahrleistungen des Brennstoffzellenmobils. Doch das Beste ist die Umweltverträglichkeit: Als Emission entsteht lediglich Wasserdampf.

Mittwoch, 8. Mai:

In Zusammenarbeit mit dem langjährigen Partner Caritas würdigt Hyundai auch in diesem Jahr wieder ehrenamtliche Arbeit. Tausende Menschen jeden Alters engagieren sich tagtäglich mit Herzblut und Tatkraft in Deutschland; mit dem Ehrenamtsfonds "Sozial Couragiert" wollen wir dafür Danke sagen. Bei der Jurysitzung des Fonds prämierte die Fachjury aus Vertretern des Diözesancaritasverbandes Freiburg und HMD diesmal 20 besonders förderungswürdige Projekte, die sich für die Bildung von Jugendlichen einsetzen, mit je 1.000 Euro – darunter Sprach- und Lernförderprojekte, Lese- und Ausbildungspatenschaften.

Montag, 20. Mai:

Geschafft! Der Hyundai Veloster Turbo sieht die schwarz-weiß karierte Flagge beim 24-Stunden-Rennen am Nürburgring. Unsere Premiere beim Langstrecken-Klassiker durch die grüne Hölle war nichts für schwache Nerven: Sintflutartiger Regen und Nebelschwaden erschwerten die Bedingungen, fast zehn Stunden wurde das Rennen unterbrochen. Aber der Veloster hat über 50 Plätze gut gemacht und ist ohne technisches Problem ins Ziel gekommen. Dabei hat es sich auch ausgezahlt, dass wir auf standfeste Serientechnik gesetzt haben.

Kompliment an die Mannschaft von Schumann Motorsport. Tolles Auto, engagiertes Team: Der Veloster hat genauso zuverlässig gearbeitet wie alle beteiligten Akteure. Das war Spannung und Emotion pur – 24 Stunden lang.

Stimmige Bilanz

Wachstum in schwierigen Zeiten

Hyundai trotzt den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und setzt seinen Wachstumskurs auch 2013 fort: Von Januar bis einschließlich Mai hat der koreanische Autobauer weltweit knapp zwei Millionen Fahrzeuge verkauft. Rund 1,98 Millionen abgesetzte Autos entsprechen einem Plus von 9,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Insbesondere außerhalb des Heimatmarktes Korea hat der Absatz deutlich zulegt. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage konnte Hyundai seinen Marktanteil in Europa wie auch in Deutschland auf 3,5 Prozent (Vorjahr: 3,4 Prozent) steigern.

Mit den Verkaufszahlen sind die Umsatzerlöse im ersten Quartal 2013 um sechs Prozent auf nunmehr 21,37 Billionen Won (rund 14,46 Milliarden Euro) gestiegen. Infolge einer schwachen Währung und gestiegener Rückstellungen liegt das Betriebsergebnis bei 1,87 Billionen Won (1,27 Milliarden Euro), was einem Rückgang von 10,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal entspricht. Der Nettogewinn hat sich um 14,7 Prozent auf 2,88 Billionen Won (1,95 Milliarden Euro) reduziert.

"Mit jedem Test lernen wir dazu"

Interview mit Seung-Wook Yang, Präsident des HME Testzentrums am Nürburgring



Hyundai hat 5,5 Millionen Euro in den Bau eines neuen Testzentrums am Nürburgring investiert. Was machen Sie und ihr Team dort?

Das neue Testzentrum ist Teil des europäischen Forschungs- und Entwicklungszentrums in Rüsselsheim und arbeitet auch eng mit dem globalen F&E-Zentrum in Korea zusammen – ein Zeichen für die Bedeutung des Entwicklungsstandorts Europa für Hyundai. Bei den Tests hier konzentrieren wir uns vor allem auf Haltbarkeit, Leistung und Qualität. Wir wollen unseren Kunden bestmögliche Qualität liefern – das ist einer unserer Grundwerte und ein Schlüssel zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit. Wir überprüfen auch Lenkung, Radaufhängung, Komfort, Handling und Fahrwerkssysteme, um unseren Kunden maximalen Fahrspaß bieten zu können.

Warum sind die Tests am Nürburgring so wichtig für Hyundai?

Der Nürburgring bietet einzigartige Möglichkeiten für Belastungstests. Solch herausfordernden

de und intensive Tests können nicht einfach auf öffentlichen Straßen durchgeführt werden. Wir werden noch in diesem Jahr damit beginnen, verschiedene Modelle den anspruchsvollen Qualitäts- und Belastungstests zu unterziehen. Mit jedem Test lernen wir etwas hinzu, das wir sofort an unsere europäischen und koreanischen Kollegen weitergeben, die stetig an der Entwicklung und Verbesserung aktueller und zukünftiger Fahrzeuge arbeiten.

Einer der Hauptgründe für den Erfolg von Hyundai in Europa sind die speziell auf die Bedürfnisse europäischer Kunden zugeschnittenen Fahrzeuge. Inwiefern unterscheiden sie sich diese Bedürfnisse denn von denen anderer Kunden in anderen Ländern?

Europäische Kunden haben einen hohen Anspruch an das Fahrzeugdesign, die Qualität und das Fahrverhalten. Design ist heutzutage der Hauptgrund, warum Kunden sich für Hyundai entscheiden, obwohl wir in puncto Qualität und Wertigkeit deutlich zugelegt haben. Das neue Testzentrum bietet uns nun die Möglichkeit, unsere Fahrzeuge noch einfacher und öfter auf Zuverlässigkeit und Fahrverhalten zu prüfen – und so den Geschmack europäischer Kunden noch besser zu treffen.

Das gewisse Extra

Santa Fe erhält Plus X Award

Sein kraftvolles Design hat dem Hyundai Santa Fe nun den renommierten Plus X Award eingebracht: Die von einer international besetzten Jury vergebene Auszeichnung ehrt Hersteller, deren Produkte einen Qualitätsvorsprung haben: eben ein Plus gegenüber Wettbewerbern. Mit ihrem Designkonzept "Storm Edge" bietet die dritte Modellgeneration des Mittelklasse-SUV eine eigenständige und attraktive Optik, die vom markentypischen Hexagonal-Kühlergrill, den markanten Sicken und fließenden Linien geprägt ist.

Mit der Auszeichnung beweist Hyundai einmal mehr den Sprung zur stärker emotional geprägten, designorientierten Marke. Die Hyundai Marktforschung bestätigt, dass seit Ende 2012



für Hyundai Kunden beim Kauf nicht mehr das Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern das Design der wichtigste Kaufgrund ist.



Der Plus X Award ist heute der weltgrößte Innovationspreis für Technologie, Sport und Lifestyle. Eine internationale und unabhängige Fachjury mit 130 industrieneutralen Persönlichkeiten und Fachjournalisten aus 25 Branchen entscheidet jedes Jahr über die Vergabe des Gütesiegels.

Siegertyp Hyundai i40 Kombi

Drei prestigeträchtige Auszeichnungen für das Mittelklasse-Modell

Zum zweiten Mal in Folge ist der Hyundai i40 Kombi 1.7 CRDi als "Firmenauto des Jahres" ausgezeichnet worden. Beim großen Praxis-Vergleichstest des Fachmagazins Firmenauto überprüften 270 Fuhrparkleiter insgesamt 62 Modelle auf Herz und Nieren. Dabei setzte sich der i40 Kombi als bester Importwagen in der Mittelklasse gegen die Wettbewerber durch. Die Jury überzeugte insbesondere die Wirtschaftlichkeit des Mittelklasse-Kombis.

Der renommierte Flottenpreis ist bereits die zweite wichtige Auszeichnung für den Hyundai i40 Kombi innerhalb weniger Wochen. Die Fachzeitschrift Auto Straßenverkehr kürte den Fünftürer in ihrem "Auto Check" (Ausgabe 10/2013) zum überzeugendsten Angebot bei den Mittelklasse-Kombis auf dem deutschen Markt. In vier von fünf Prüfdisziplinen platzierte sich das Multitalent der koreanischen Marke unter den

Top 5, darüber hinaus entschied der i40 die Preiswertung für sich.

Auch die deutschen Taxiunternehmen schätzen die Vorzüge der Hyundai Mittelklasse-Baureihe. Bei einem vom Münchner Huss-Verlag und der Fachzeitschrift "taxi heute" organisierten Vergleichstest wurde der i40 mit dem Titel "Taxi des Jahres" in der Kategorie Komfort ausgezeichnet. Insgesamt 50 Taxibetriebe hatten zuvor zwei Tage lang 19 neue Taximodelle verschiedener Hersteller getestet.



Familienprogramm im Heidepark

Hyundai Treffen 2013 für Fans und Fahrer

Die Hyundai Familie trifft sich am 13. Juli im Heidepark Soltau: Fans und Fahrer der Marke versammeln sich zum diesjährigen Hyundai Treffen. Statt quietschender Reifen gibt es Aktionen für die ganze Familie. Im Rahmen des Show & Shine Wettbewerbs prämiiert eine Fachjury die schönsten Autos in den jeweiligen Fahrzeugklassen. Besucher können sich außerdem über die aktuelle Hyundai Modellpalette und deren

neueste Mitglieder, das i30 Coupe sowie den neuen Santa Fe, informieren. Auf der Ausstellermeile präsentieren verschiedenste Unternehmen wie Goodyear ihre Produkte, ein Hyundai Merchandise Stand offeriert die neuesten Angebote für echte Hyundai Fans. Die Teilnehmer des seit 2009 ausgetragenen Treffens können kostenlos vor Ort campen und erhalten ermäßigten Eintritt in den Heidepark.

blue drive

Das Gelbe vom Ei

Mit Hyundai E4U mobil in die Zukunft

Was ist klein, gelb und eiförmig? Der Hyundai E4U. Der von Ingenieuren des koreanischen Hyundai Forschungs- und Entwicklungszentrums entworfene Prototyp gibt einen Ausblick auf die Mobilität von morgen.



Das "E" ist Begriff: ei-förmig, elektrisch, evolutionär und umweltfreundlich, also "eco-friendly". Das ungewöhnliche, 1,23 Meter hohe Konzeptfahrzeug für den Stadtverkehr bietet Platz für eine Person, die wie bei einem Tretroller oder Segway aufrecht auf dem Mobil steht. Ein kleiner Elektromotor mit 500 Watt treibt das mittig angebrachte Rad unterhalb der Fahrzeugstudie an. In der Spitze sind Geschwindigkeiten von bis zu 30 km/h möglich. Seitlich ausführende Stützräder helfen, das Gleichgewicht zu halten. Gesteuert wird der 80 Kilogramm leichte Prototyp wie ein Segway durch Gewichtsverlagerung. Bei einer Länge von 1,08 Meter und einer Breite von nur 92 Zentimetern findet sich selbst in Metropolregionen leicht ein Abstellplatz. Vorgestellt wurde der E4U im Rahmen des IDEA-Festivals in Pamyang, einem internen Ideenwettbewerb von Hyundai.

Bremst noch besser

i30 mit leistungsstärkerer Bremsanlage

Die erfolgreiche Hyundai i30 Baureihe bekommt eine leistungsstärkere Bremsanlage. Mit den um 20 auf 300 Millimeter Durchmesser vergrößerten Scheiben an den Vorderrädern sowie einer neuen Software für das ABS-System kommt der Kompaktwagen noch früher zum Stehen – und zwar bis zu 70 Zentimeter eher als bisher aus Tempo 100. Zudem verbessert sich die Standfestigkeit: Die Verzögerung mit warmen Bremsen reduziert sich um einen halben Meter.

Auf Wachstumskurs in den Alpen

Hyundai in Österreich

Die Straßen der Alpenrepublik sind für Hyundai ein gutes Pflaster: In Österreich hat die koreanische Marke ihren Absatz seit 2008 verdreifacht, der Marktanteil steigt kontinuierlich. Zum 20-jährigen Jubiläum der dortigen Hyundai Import GmbH im vergangenen Jahr wurden insgesamt 19.283 Fahrzeuge neu zugelassen, was einem Marktanteil von 5,7 Prozent in Österreich entspricht. Ein bemerkenswerter Wert, insbesondere da die Alpenrepublik zwischen den großen Automobilnationen Deutschland und Italien liegt – und von deren Herstellern maßgeblich beeinflusst wird.

Trotz der wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen hat sich der positive Wachstumskurs auch im laufenden Jahr fortgesetzt: Während der österreichische Markt von Januar bis Mai im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 8,9 Prozent geschrumpft ist, hat Hyundai seine Stückzahl um 1,21 Prozent auf 8.929 Einheiten ausgebaut. Beflügelt von der Einführung der "UpGrade"-Sondermodelle des i20, des fünftürigen Kompaktwagens i30 und dessen Kombivariante sowie des ix35 beläuft sich der Marktanteil aktuell auf 6,37 Prozent. Kumuliert liegt Hyundai Österreich auf einem sehr guten dritten Platz der absatzstärksten Automobilhersteller.

Hyundai Modelle in Österreich

Modell	Platzierung im Segment	Marktanteil (Jan. bis April 2013)
Hyundai i30	Platz 2	8,38 %
Hyundai ix20	Platz 2	15,98 %
Hyundai i20	Platz 3	8,04 %
Hyundai ix35	Platz 4	5,68 %*

* in Österreich gibt es nur ein SUV-Segment und keine weitere Unterscheidung nach Größe
Quelle: Eurotax Market Analyser

Eine Million Fahrzeuge aus Europa für Europa

Produktionsjubiläum in Nosovice

Das tschechische Hyundai Werk feierte im Mai ein rundes Jubiläum: In Nosovice ist nicht einmal fünf Jahre nach dem Produktionsstart das einmillionste Fahrzeug vom Band gelaufen. Beim Jubiläumsmo- dell handelte es sich um einen Hyundai i30.

Den Anfang machte im ersten europäischen Hyundai Werk am 3. November 2008 ebenfalls ein i30, allerdings noch der ersten Modellgeneration. Angesichts der kontinuierlich steigenden Nachfrage baute die Marke ihre Produktion vor Ort stetig

Fußball-Sommer mit Hyundai

EM, WM und Confederations-Cup

Kurz nach dem Ende der Bundesligasaison steht schon das nächste Fußball-Großereignis auf dem Programm: Beim FIFA Confederations-Cup probt Brasilien derzeit für die Weltmeisterschaft im nächsten Jahr.

Bei dem zweiwöchigen Turnier finden insgesamt 16 Spiele in sechs Städten statt. Neben dem Gastgeber treten sieben weitere Teams an, darunter Welt- und Europameister Spanien sowie Asienmeister Japan. Hyundai als Hauptsponsor der FIFA WM 2014™ ist natürlich auch bei der Generalprobe in diesem Jahr dabei: Mit insgesamt 302 Pkw und Bussen sorgt der koreanische Automobilhersteller für die Mobilität der Teams und Verantwortlichen. Mit dabei ist auch das exklusiv im neuen brasilianischen Hyundai Werk gefertigte Kompaktmodell HB20.



Der Confed Cup ist allerdings nicht das einzige Großereignis. In Schweden kämpfen die Fußballfrauen ab dem 10. Juli um die Europameisterschaft – darunter auch die deutschen Damen als Titelverteidiger. Als langjähriger Freund und Förderer des Fußballs – Hyundai ist seit 1999 Hauptsponsor der großen internationalen Turniere – ist die koreanische Marke in Schweden ebenso vertreten wie bei der U20-Weltmeisterschaft in der Türkei, wo der Nachwuchs sein Können unter Beweis stellt.

Skills for the Future

Hyundai macht Schüler fit für berufliche Zukunft



Mit "Skills for the Future" bereitet Hyundai Motor Deutschland Schüler auf ihre berufliche Zukunft vor. Das gemeinsam mit Junior Achievement Young Enterprise Europe entwickelte Programm vermittelt dem Nachwuchs die Fertigkeiten, die er für einen erfolgreichen Start in das Arbeitsleben benötigt. Den Auftakt bildete der Besuch zweier Hyundai Mitarbeiter in einem Heilbronner Gymnasium. In der Jahrgangsstufe 11 erläuterten die beiden Experten, welche Fähigkeiten und Kompetenzen in der Automobilbranche benötigt werden, welche Möglichkeiten und Berufsfelder sie bietet und was man bei der Karriereplanung beachten sollte. Die beiden Referenten gaben außerdem preis, wie sich die Branche ihrer Meinung nach entwickeln wird und wie Entscheidungen bei dem koreanischen Importeur getroffen werden.

Das auf drei Jahre angelegte Programm "Skills for the Future" gibt 10.000 jungen Menschen in 15 europäischen Ländern die Gelegenheit, als betreute Jungunternehmer wertvolle Fertigkeiten zu erlernen und ihr Wissen auf neue Weise anzuwenden.

Mit der Unterstützung ihrer Lehrer werden sie verschiedene Ansätze des praktischen Lernens erfahren und mit mehr als 400 freiwilligen Mitarbeitern von Hyundai aus ganz Europa zusammenarbeiten. So gründen die Schüler ihre eigene Firma, um wirtschaftliche Zusammenhänge realitätsnah erlebbar zu machen. Die Schüler erlernen und erproben gemeinsam die Grundprinzipien unternehmerischen Handelns und eignen sich dadurch soziale sowie fachliche Kernkompetenzen an.



Außer in der tschechischen Anlage produziert Hyundai in Europa auch in der Türkei. In das Werk Kocaeli hat der Autobauer unlängst rund 467,5 Millionen Euro investiert, um die Produktionskapazität auf mehr als 200.000 Einheiten zu verdoppeln. Neben dem i20 läuft ab Herbst 2013 die nächste Generation des i10 vom Band. Durch den Ausbau entstehen bis zu 2.800 neue Arbeitsplätze im Werk und bei Zulieferern in der Nähe.