

iNews

Nachrichten und Informationen aus dem Unternehmen

Hyundai setzt Garantie-Offensive fort

Fünf Jahre Sorgenfreiheit für ix20 und Genesis Coupe



Hyundai ix20

Hyundai setzt seine Rundum-Sorglos-Initiative fort. Auch die Käufer der beiden Neuheiten ix20 und Genesis Coupe können auf fünf Jahre Sicherheit und volle Kostenkontrolle vertrauen. Denn nach dem i30/i30cw und dem ix35 sind der City-Van und der sportliche Zweitürer die Hyundai-Modelle drei und vier, die mit dem umfangreichen Garantie- und Wartungspaket ausgestattet werden. In allen Motorisierungen und Modellvarianten profitieren die Kunden von fünf Jahren Fahrzeuggarantie ohne Kilometerbegrenzung, fünf Jahren Mobilitätsservice in Europa sowie fünf Jahren Wartungskostenübernahme. Damit sind die ersten fünf Wartungen abgedeckt, was beim ix20 einem Preisvorteil von rund 1.500 Euro entspricht. Alle weiteren neuen Modelle, die in Zukunft auf den Markt kommen, werden ebenfalls mit dem Fünf-Jahres-Paket ausgerüstet, das zu den umfangreichsten auf dem deutschen Automobilmarkt zählt (siehe Tabelle).

Der ix20 und das Genesis Coupe stehen seit Ende November bei den deutschen Händlern und werden den Wachstumskurs von Hyundai in Deutschland weiter vorantreiben. Große Erwartungen setzt das Unternehmen dabei vor allem in den ix20, der in einem vollen Verkaufsjahr rund 10.000

Neuzulassungen erreichen soll. Der ab 14.690 Euro erhältliche Fünftürer wurde im Rüsselsheimer Forschungs- und Entwicklungszentrum entwickelt und wird im europäischen Hyundai-Werk im tschechischen Nosovice produziert; schon diese Herkunft deutet an, dass der ix20 exakt auf die Bedürfnisse europäischer Kunden zugeschnitten wurde.

Für herausragende Dynamik und Emotionen steht das neue Genesis Coupe. Der nahezu komplett ausgestattete Zweitürer wird wahlweise von einem Turbo-Vierzylinder mit 157 kW/214 PS oder einem V6-Benziner mit 223 kW/303 PS angetrieben. Beide Motoren sind an ein manuelles Sechsgang-Getriebe mit sportlich kurzen Schaltwegen gekoppelt, für den 3,8-Liter-V6 ist wahlweise eine neue Sechsstufen-Automatik erhältlich. Die Preise beginnen bei 29.990 Euro für das Genesis Coupe 2.0 T, der Sechszylinder startet bei 34.990 Euro.

Marke	Neuwagen-Garantie
Audi	2 Jahre
BMW	2 Jahre Sachmängelhaftung
Citroen	2 Jahre
Dacia	3 Jahre bis 100.000 km
Ford	2 Jahre
Honda	3 Jahre bis 100.000 km
Hyundai	3 bis 5 Jahre (modellabhängig)
Kia	7 Jahre bis 150.000 km
Mazda	3 Jahre bis 100.000 km
Mercedes	2 Jahre
Nissan	3 Jahre bis 100.000 km
Opel	Bis 160.000 km, ab dem 3. Jahr mit jährlicher Aktivierungsgebühr und gestaffelter Beteiligung an den Ersatzteilkosten
Peugeot	2 Jahre
Renault	2 Jahre/100.000 km bis 3 Jahre/150.000 km (modellabhängig)
Toyota	3 Jahre bis 100.000 km
Skoda	2 Jahre
Volkswagen	2 Jahre

Aus dem Inhalt

- S. 2 **Fahrtenbuch**
Unterwegs mit Werner H. Frey
- S. 2 **Kapazitäten erweitert**
Neue Werke in Russland und China
- S. 3 **Funktionale Vielseitigkeit**
Innenraumkonzept des ix20
- S. 3 **Mission Null Emission**
Das erste Hyundai-Elektrofahrzeug
- S. 4 **Partnerschaft verlängert**
Hyundai bleibt WM-Sponsor

„Wir wollen stabil wachsen“

HMD-Geschäftsführer Werner H. Frey über die Aussichten für 2011

Herr Frey, nach dem Rekordjahr 2009 haben alle Experten ein erheblich schwierigeres Autojahr 2010 prognostiziert. Haben sich die Vorhersagen für Hyundai Motor Deutschland bewahrheitet?

Natürlich war uns klar, dass wir das Rekordjahr 2009 mit über 91.000 Einheiten in dieser Form nicht wiederholen können. Dass wir unseren Marktanteil aber im Vergleich zum Vorjahr sogar noch einmal etwas steigern konnten, ist ein großer Erfolg.

Für das Gesamtjahr 2010 rechne ich mit rund 70.000 Pkw-Neuzulassungen.

Hyundai hat sich 2010 einen stabilen Marktanteil von 2,5 Prozent erarbeitet. Wo sehen Sie die natürliche Wachstumsgrenze von Hyundai in Deutschland?

Bis 2015 streben wir in Deutschland 100.000 Neuzulassungen an. Dies dürfte einem Marktanteil

von rund drei Prozent entsprechen. Wichtig ist mir dabei aber vor allem, dass wir stabil wachsen.

Auf welche Neuheiten können wir uns in den nächsten zwölf Monaten freuen?

Bis Ende 2011 bringen wir fünf neue Modelle auf den deutschen Markt, darunter ein kleines Sportcoupé, die Mittelklasse-Baureihe i40,

Fortsetzung auf Seite 2

Samstag, 16. Oktober:

Hyundai rief – und rund 100 Journalistenkollegen folgten der Einladung zu den Hyundai Beach Games 2010. Von der tollen Atmosphäre an diesem Tag war ich wieder einmal beeindruckt. Vor allen Dingen freut es mich, dass mit Treffsicherheit und sportlichem Ehrgeiz nicht nur Siege zu erringen sind, sondern auch viel Gutes bewirkt werden kann. Im Rahmen unseres Benefiz-Turniers konnten sich die Akteure nämlich in den Sportarten Beachsoccer, Beachvolleyball, Beachhockey und einem Quiz für einen humanitären Zweck engagieren. Mit jedem erzielten Tor oder Punkt stieg die Summe an. Am Ende waren es insgesamt 617 Zähler, für die Hyundai jeweils 10 Euro spendete. Im Anschluss erspielten drei der prominenten Paten des Turniers, Hyundai-Markenbotschafter Jürgen Klinsmann, Ex-Fußballer Thomas Helmer und Hockey-Nationalspieler Markus Weise am Abend weitere 6.600 Euro durch ein spannendes Kopfballduell. Hyundai stockte die Summe schließlich auf runde 15.000 Euro auf. Die Spendengelder kommen einem Projekt der Caritas zugunsten

von Kindern und Familien in Not sowie der Harry Gwala Secondary School im südafrikanischen Township Khayelitsha zugute.

Donnerstag, 28. Oktober:

Großer Auftritt in Seoul: Beim G-20-Gipfel sorgt Hyundai mit 129 Fahrzeugen – darunter auch die neue Oberklasselimosine Equus – für den Personentransport zwischen Flughafen, Hotels und Veranstaltungsort. Die Fahrzeuge stehen den Staats- und Regierungschefs sowie den rund 4.000 Delegierten beim Gipfeltreffen der 20 größten Volkswirtschaften zur Verfügung. Korea ist stolz, im Kreis der G 20 eine führende Rolle zu spielen. Und Hyundai nicht minder, offiziell die Fahrzeuge dafür bereitstellen zu dürfen.

Montag, 15. November:

Den Chefsessel fand er „sehr bequem“, doch allzu lange konnte sich Mike Rüb nicht in meinem Büro bei Hyundai Motor Deutschland niederlassen. Der 18-jährige Abiturient aus Heilbronn absolvierte als

Werner H. Frey, Geschäftsführer der Hyundai Motor Deutschland GmbH



„Chef für einen Tag“ bei HMD in Neckarsulm ein Meeting nach dem anderen und stattete zwischendurch auch einem Händler einen Besuch ab. Ich war von dem jungen Mann und dessen Wissbegier, Beobachtungsgabe und Kommentaren begeistert. Mike Rüb hatte bei dem zusammen mit der Stiftung Lesen und der Zeitschrift Focus Money veranstalteten Casting „Chef für einen Tag“ gewonnen und durfte – wie deutschlandweit neun weitere Schüler – die Luft in deutschen Führungsetagen schnuppern. Viel Zeit für Pausen blieb im straff getakteten Chefstundenplan nicht. Aber so gut, wie Mike Rüb den Tag bewältigt hat, ist es mir um den deutschen Führungsnachwuchs nicht bange.

Fortsetzung von Seite 1

die zunächst als Kombi debütiert und später als Limousine kommt, sowie die Oberklasselimosine Genesis, die in den USA 2009 zum „Car of the year“ gewählt wurde.

In der Oberklasse haben sich schon viele Importeure an den deutschen Platzhirschen die Zähne ausgebissen. Warum soll es Hyundai mit dem Genesis anders ergehen?

Ich habe mich für die Einführung der Genesis Limousine und des Genesis Coupe vor allem eingesetzt, weil beide Fahrzeuge der Marke Hyundai mehr Emotionalität und Dynamik verleihen. Sicherlich werden wir keine großen Stückzahlen absetzen, aber als Technologie- und Imageträger unterstreichen beide Fahrzeuge eindrucksvoll, dass Hyundai nicht nur gute Kleinwagen und SUVs bauen kann.

Jenseits der Modellstrategie: Wo besteht bei Hyundai in Deutschland noch Verbesserungspotenzial?

Aus meiner Sicht müssen wir stetig im Bereich Servicequalität weiterarbeiten. Auch unser Händlernetz werden wir weiter ausbauen. Aktuell stocken wir zudem die Kapazitäten in unserer Unternehmenszentrale auf, um den Anforderungen der nächsten Jahre gerecht zu werden. Insgesamt sehe ich Hyundai auf einem sehr guten Weg und bin überzeugt, dass wir unseren Marktanteil 2011 weiter steigern können.

Hyundai erweitert seine Kapazitäten

Neue Werke in China und Russland – Ausbau der US-Zentrale in Kalifornien

Hyundai expandiert weiter und bereitet sich mit Kapazitätserweiterungen auf das erwartete Absatzwachstum vor. In Peking erfolgte dieser Tage der erste Spatenstich für ein neues Werk der Beijing Hyundai Motor Company (BHMC), ein 50:50-Joint Venture von Hyundai und der Beijing Automotive Industry Holding Co. Die Fertigstellung der 300.000 Quadratmeter großen Anlage ist für Juli 2012 vorgesehen. Dann sollen dort rund 400.000 Fahrzeuge im Jahr vom Band rollen. Zusammen mit den beiden bereits bestehenden Werken wird Hyundai über eine Produktionskapazität von einer Million Einheiten in China verfügen.

Bereits im September hat Hyundai sein neues Werk in Sankt Petersburg offiziell eröffnet. Dabei handelt es sich um die erste Vollzyklus-Produktion eines ausländischen Automobilherstellers in Russland. Hier werden auch Blechteile gepresst und die Karosserien geschweißt und lackiert, bevor sie auf das Fließband zur Endmontage kommen. Am neuen russischen Standort wird ab Januar 2011 der Solaris gefertigt, ein speziell

für den russischen Markt entwickeltes Modell. Die viertürige Kleinwagenlimousine wird in zwei Motorvarianten mit 78 kW/107 PS und 90 kW/123 PS angeboten. Später soll der Solaris auch als Fünftürer gebaut werden. Im kommenden Jahr sieht die Produktionsplanung zunächst die Fertigung von 105.000 Einheiten vor. Ab 2012 sollen im Dreischichtbetrieb jährlich 150.000 Fahrzeuge vom Band rollen.

Zudem wird Hyundai 150 Millionen US-Dollar (110 Millionen Euro) in eine neue nordamerikanische Unternehmenszentrale im kalifornischen Orange County investieren. Das Gebäude wird auf dem aktuellen Firmengelände in Fountain Valley errichtet. Nach seiner Fertigstellung wird der Komplex mehr als doppelt so groß sein wie der derzeitige Unternehmenssitz und eine Fläche von rund einer halben Million Quadratmeter haben. Insgesamt 1.400 Mitarbeiter werden hier ihren Arbeitsplatz finden. Der Baubeginn ist für Mitte 2011 geplant, Ende 2012 soll das Projekt abgeschlossen sein.

Weiter im Aufwind

Im Interbrand-Markenranking auf Platz 65 vorgerückt

Als die am schnellsten wachsende Automarke kletterte Hyundai bei der Studie „Best Global Brands 2010“ der Markenberatungsgesellschaft Interbrand um vier Plätze gegenüber dem Vorjahr auf Rang 65. Der Markenwert konnte auf fünf Milliarden US-Dollar (3,65 Milliarden Euro) gesteigert werden.

Hyundai verbucht seit nunmehr sechs Jahren einen stetigen Aufwärtstrend bei der jährlich erstellten Stu-

die zu den 100 wertvollsten Marken. 2005 belegte der koreanische Hersteller noch Platz 84. „Ein genauer Blick auf diese Entwicklung zeigt, dass es Hyundai gelungen ist, Qualität und Design zu verbessern. Auch das Engagement bei der WM und beim Super Bowl macht deutlich, dass die Unternehmensstrategie aufgeht“, so das Urteil von Interbrand. Im Ranking der Automarken belegt Hyundai Platz 8 und liegt damit vor Porsche und Ferrari.

Funktionale Vielseitigkeit im ix20

Flexible Innenraumgestaltung dank verschiebbarer Rückbank

Sportliches Design und Vielseitigkeit kennzeichnen den Hyundai ix20, der einem kleinen Raumwunder gleichkommt. Der City-Van mit 4,10 Meter Länge, 1,77 Meter Breite und 1,60 Meter Höhe ist ein wahrer Verwandlungskünstler. Denn trotz kompakter Abmessungen ist der Innenraum großzügig gestaltet und dank einer verschiebbaren Rücksitzbank sehr variabel. Diese lässt sich um 13 Zentimeter in der Länge verschieben und bietet so auch im Fond sitzenden Erwachsenen genügend Beinfreiheit. Schiebt man die Sitze vor, erhält man einen 440 Liter großen Kofferraum, der sich durch Umliegen der Rücksitzlehnen auf üppige 1.486 Liter erweitern lässt. Damit zählt der ix20 zu den geräumigsten Fahrzeugen seiner Klasse.

Bei den Händlern steht der jüngste Spross des Hyundai-Modellprogramms seit Ende November. Der im europäischen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Rüsselsheim entwickelte ix20 ist in Verbindung mit zwei Benzinmotoren und einem

Dieselmotor erhältlich und wird in drei Ausstattungslinien angeboten. Die Preise beginnen bei 14.690 Euro für den 1,4-Liter-Benziner in der Ausstattung „Classic“. In allen Varianten gehören unter anderem das elektronische Stabilitätsprogramm ESP, sechs Airbags, aktive Kopfstützen vorn, ein Audiosystem mit CD-Player und ein höhenverstellbarer Fahrersitz zum Serienumfang. Alle Motoren erfüllen die Abgasnorm Euro 5 und sind in Verbindung mit einem Schaltgetriebe mit einer Schaltpunktanzeige gekoppelt, die eine besonders sparsame Fahrweise unterstützt. Alle Motorisierungen sind auch als „blue“-Modell mit Start-Stopp-Automatik ISG erhältlich.



Daniel Elste gewinnt Skill Competition

Europas bester Hyundai-Mechaniker kommt aus Deutschland



Daniel Elste ist der beste Hyundai-Mechaniker Europas. Bei der European Skill Competition, die Ende

Oktober bei Hyundai Motor Europe in Offenbach stattfand, setzte sich der Mechaniker vom Berliner Autohaus CSB gegen insgesamt 24 Teilnehmer aus 22 europäischen Ländern durch. Elste zeichnete sich bei dem Wettbewerb durch hohe technische Kompetenz aus und behob auch versteckte und knifflige Fehler zuverlässig. Platz zwei ging an Tarmo Väliste, der für die baltischen Staaten an den Start gegangen war, den dritten Rang belegte Christian Nyby aus Dänemark.

Start-Stopp-Automatik kommt an

Spritsparteknik wird in weiteren Modellen von Hyundai Einzug halten

Deutsche Autofahrer machen durchweg gute Erfahrungen mit Start-Stopp-Systemen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage des ADAC. Demnach schaltet die Automatik bei mehr als 85 Prozent verlässlich den Motor beim Ampelhalt oder im Stau ab, bei fast 95 Prozent springt dieser anschließend auch sofort wieder an. Nur 2,5 Prozent der Umfrageteilnehmer hatten schon ein-

mal Probleme mit einer entladenen Starterbatterie, lediglich bei einem Prozent musste sie ausgetauscht werden. Dass mit der Start-Stopp-Automatik tatsächlich Kraftstoffeinsparungen möglich sind, konnten 22 Prozent der Autofahrer feststellen. 44 Prozent von ihnen verzeichneten eine Verbrauchsreduzierung von bis zu 0,5 Litern auf 100 Kilometer.

Modell	Leistung	Verbrauch	CO ₂ -Emissionen	Preis ab
ix20 blue 1.4	66 kW/90 PS	5,6 l/100 km	130 g/km	15.090 Euro
ix20 blue 1.6	92 kW/125 PS	5,9 l/100 km	139 g/km	19.000 Euro
ix20 blue 1.4 CRDi	66 kW/90 PS	4,3 l/100 km	114 g/km	16.890 Euro
i30 blue 1.4	80 kW/109 PS	5,8 l/100 km	135 g/km	15.410 Euro
i30 blue 1.6	93 kW/126 PS	5,9 l/100 km	139 g/km	16.610 Euro
i30 blue 1.6 CRDi	66 kW/90 PS	4,3 l/100 km	113 g/km	17.010 Euro
i30 blue 1.6 CRDi	85 kW/116 PS	4,5 l/100 km	117 g/km	18.210 Euro

Modell	Leistung	Verbrauch	CO ₂ -Emissionen	Preis ab
i30cw blue 1.4	80 kW/109 PS	5,9 l/100 km	138 g/km	16.610 Euro
i30cw blue 1.6	93 kW/126 PS	6,1 l/100 km	142 g/km	17.810 Euro
i30cw blue 1.6 CRDi	66 kW/90 PS	4,6 l/100 km	122 g/km	18.210 Euro
i30cw blue 1.6 CRDi	85 kW/116 PS	4,6 l/100 km	122 g/km	19.410 Euro
ix35 blue 1.6	99 kW/135 PS	6,4 l/100 km	149 g/km	20.660 Euro
ix35 blue 1.7 CRDi	85 kW/116 PS	5,2 l/100 km	135 g/km	23.860 Euro



Mission Null Emission

Das erste Hyundai-Elektrofahrzeug



Mit dem „BlueOn“ hat Hyundai sein erstes rein elektrisch betriebenes Fahrzeug vorgestellt. In die Entwicklung des Zero Emission Vehicle auf Basis des Kleinwagens i10 wurden rund 27 Millionen Euro investiert.

Die Reichweite des Fahrzeugs liegt im Alltagseinsatz bei rund 140 Kilometern. Das Aufladen der Batterie mit einer Kapazität von 16,4 kWh erfolgt im Normalmodus an einer 230-Volt-Haushaltssteckdose bei Privathäusern oder Ladestationen. Die Ladezeit beträgt sechs Stunden. Im Schnelllademodus kann die Batterie mit einem 380-Volt-Starkstromsystem in nur 25 Minuten zu 80 Prozent aufgeladen werden. Bei den Batterien handelt es sich um Lithium-Ionen-Polymer-Akkus. Batterien dieses Typs kommen bereits im Hybridmodell Elantra LPI zum Einsatz.

Der Elektromotor entwickelt 61 kW/81 PS und ein maximales Drehmoment von 210 Nm, die Höchstgeschwindigkeit liegt bei 130 km/h. Die Beschleunigung von null auf 100 km/h erledigt der „BlueOn“ in 13,1 Sekunden. Ein akustisches Soundsystem warnt Fußgänger und Fahrradfahrer bei geringen Geschwindigkeiten im Stadtverkehr mit künstlich erzeugten Tönen vor dem herannahenden Elektrofahrzeug.

Seit Oktober ist in Korea eine Testflotte von 30 Fahrzeugen bei Regierungseinrichtungen und Behörden im Einsatz. Hyundai plant die Produktion von rund 2.500 Einheiten des E-Autos bis Ende 2012.

Auch Hyundai bietet bereits in zahlreichen Modellen eine Start-Stopp-Automatik an. So sind verschiedene Motorvarianten in den Baureihen i30, i30cw und ix35 sowie der neue ix20 mit dieser Spritsparteknik ausgestattet. Hyundai wird die Palette künftig weiter ausbauen.

Markt

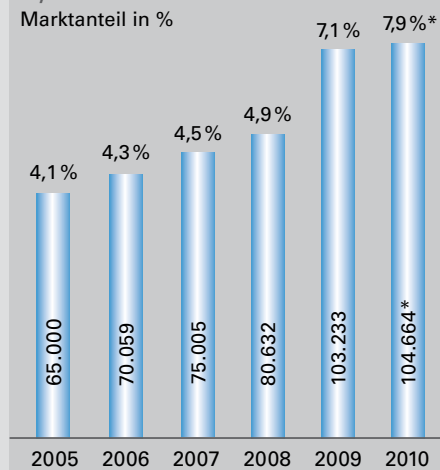
Stetig auf Wachstumskurs

Hyundai in Kanada

Seit 1983 ist Hyundai in Kanada vertreten. Damit ist das nordamerikanische Land einer der Hyundai-Märkte der ersten Stunde – und im Hinblick auf den Marktanteil inzwischen auch einer der wichtigsten. Im bisherigen Jahresverlauf bis Ende Oktober setzte die Hyundai Auto Canada Corp., eine Tochtergesellschaft der Hyundai Motor Company mit Sitz in Markham/Ontario, in Kanada knapp 105.000 Einheiten ab und erreichte einen Marktanteil von 7,9 Prozent.

Damit liegt Hyundai derzeit auf Rang sechs der Markenrangliste – vor Herstellern wie Nissan, Mazda und Volkswagen - und schickt sich an, demnächst Honda von Platz fünf zu verdrängen. Denn die Wachstumskurve von Hyundai zeigt stetig nach oben. Noch im Jahr 2005 betrug der Marktanteil 4,1 Prozent bei 65.000 Einheiten. Auch das Händlernetz, das derzeit 197 Standorte umfasst, soll weiter ausgebaut werden.

Hyundai-Absatz in Kanada
Marktanteil in %



* bis 31. Oktober 2010

Die Modellpalette von Hyundai in Kanada ist mit dem deutschen Portfolio vergleichbar und reicht vom Accent bis zum Flaggschiff Equus, das soeben in den Markt eingeführt wurde. Auch Genesis Coupe und Limousine sowie die komplette SUV-Palette sind in Kanada vertreten. Bestverkauftes Modell ist der Santa Fe. Große Hoffnungen setzt Hyundai Canada auch in den neuen Kompaktwagen Elantra, der im größten Segment des kanadischen Marktes antritt.

Einstand auf der Essen Motor Show

Tuningmesse als ideale Plattform zur Präsentation des Genesis Coupe



Mit der Vorstellung des Genesis Coupe hat Hyundai einen gelungenen Einstand auf der Essen Motor Show 2010 gefeiert. Mehr als 300.000 Fans pilgerten in das Ruhrgebiets-Mekka der Tuning-Szene, um sich über die neuesten Trends bei Optik-, Sound- und Technik-Tuning zu informieren. Eines der Messe-Highlights war auf dem 250 Quadratmeter großen Messestand von Hyundai zu finden: das neue Genesis Coupe in der Serienversion sowie in einer sportlichen und einer elegant veredelten Version. Außendesign und Interieur der beiden Showcars

wurden vom MansoryDesignCenter, einem Unternehmen der Mansory Gruppe, veredelt.

Vorgestellt wurde das Genesis Coupe in einer sportlichen, mattweiß lackierten Version mit spezieller Frontschürze, Seitenschwellern mit integrierten Lufteinlässen hinten, sechseckigem Auspuff und Carbon-Diffusor. Eine schwarz-weiße Volllederausstattung, Recaro-Sportsitze und Carbon-Teile komplettierten den dynamischen Auftritt. Im mit Leder ausgeschlagenen Innenraum der eleganten Genesis-Variante herrschten beige und goldbraune Farbtöne vor, während das Äußere des Zweitürers in der Farbe „Dynamic Sphere“ je nach Lichteinfall zwischen Violett und Grün-Gold wechselte. Auch hier sorgten große Lufteinlässe und Tagfahrleuchten in der Frontschürze für zusätzliches Überholprestige, während die in den Heckdiffusor integrierte vierflüchtige Abgasanlage mit Klappensteuerung den passenden Sound lieferte.

24 Projekte prämiert

Ehrenamtsfonds von Hyundai und Caritas

Eine schwierige Entscheidung musste Mitte November die Jury des von Hyundai Motor Deutschland und der Caritas ins Leben gerufenen Fonds zur Förderung des Ehrenamtes treffen. Aus insgesamt 115 Bewerbungen mussten 20 ausgewählt werden, denen eine finanzielle Unterstützung aus dem Fonds „Sozial couragiert“ zukommen soll.

Alle eingereichten Projekte wurden als unverzichtbarer Beitrag zur Stärkung der Solidarität und damit zum gesellschaftlichen Zusammenhalt gewürdigt.

Deshalb richtete die Jury aus Caritas- und Hyundai-Vertretern bei ihrer Entscheidungsfindung insbesondere auf einen Aspekt der diesjährigen Caritas-Kampagne ein Augenmerk, nämlich die Förderung von „Senioren als Experten für andere Senioren oder junge Menschen“. Unter diesem Vorzeichen stockte Hyundai den Förderbetrag um weitere 4.000 Euro auf und unterstützt insgesamt 24 Projekte in Deutschland mit jeweils 1.000 Euro. Auch für das kommende Jahr wird der Fonds zur Förderung des Ehrenamtes erneut ausgeschrieben.

Hyundai verlängert Partnerschaft mit der FIFA

Sponsoring für die WM-Turniere 2018 und 2022 unter Dach und Fach

Kurz vor der Bekanntgabe der Austragungsorte für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaften™ 2018 in Russland und 2022 in Katar haben Hyundai und der Fußballweltverband ihre Zusammenarbeit verlängert. Demnach bleibt Hyundai bis zum Jahr 2022 offizieller Automobilpartner der kommenden Fußball-Weltmeisterschaften und setzt damit die überaus erfolgreiche Partnerschaft mit der FIFA fort. Dazu wurde der bis zur Fußball-WM 2014 in Brasilien geltende Vertrag um weitere acht Jahre verlängert.

„Wir freuen uns sehr über die Verlängerung der Zusammenarbeit mit Hyundai“, sagte FIFA-Präsident Joseph S. Blatter. „Hyundai ist ein wahrer Partner des Fußballs, der unsere Philosophie und Leidenschaft für die Schönheit des Spiels versteht und teilt.“ Hyundai arbeitet seit 1999 mit dem Fußball-

weltverband zusammen und unterstützte bereits die Weltmeisterschaften 2002, 2006 und 2010 als offizieller Hauptsponsor.

