

iNews

Nachrichten und Informationen aus dem Unternehmen

Comeback im Motorsport

Hyundai kündigt Einstieg in die Rallye-Weltmeisterschaft an

Hyundai ist zurück im Motorsport. Auf dem Pariser Automobilsalon hat das Unternehmen eine Rallye-Version des neuen i20 vorgestellt, mit der die Marke künftig in der Rallye-Weltmeisterschaft (WRC) antreten wird. Das Wettbewerbsfahrzeug wird in Europa von einem hausinternen WRC-Team entwickelt.

Schon einmal – von 1998 bis 2003 – nahm Hyundai an der Rallye-Weltmeisterschaft teil: zunächst in der F2-Klasse und ab 2000 in der höchsten Klasse. Damals kam der Accent WRC (siehe Foto) zum Einsatz, der von einem rund 300 PS starken Turbo-Vierzylinder mit zwei Litern Hubraum angetrieben wurde. Das Kraftpaket im Allrad-Accent produzierte 580 Nm Drehmoment. Insgesamt entwickelte Hyundai drei Generationen des Motorsportfahrzeugs. Seinen Einstand feierte das Hyundai Rallye Team bei der Schweden-Rallye im Februar 2000. In der ersten Saison holte das Team 17 Punkte im Gesamt-

klassement. Namhafte Fahrer wie Ex-Weltmeister Juha Kankkunen, Kenneth Eriksson, Alister McRae und der deutsche Meister Armin Schwarz steuerten den Accent WRC, ehe Hyundai im September 2003 seinen Rückzug aus der Rallye-WM verkündete.

Seitdem hat sich Hyundai vor allem als Unterstützer des Sports einen Namen gemacht: beispielsweise als Offizieller Hauptsponsor der Fußball-Welt- und -Europameisterschaften oder als Partner des Deutschen Hockey-Bundes. Zugleich zeigen Serienfahrzeuge wie das Genesis Coupe und das City-Coupé Veloster mit dem neuen Turbo-Benzindirekteinspritzer die Sportlichkeit der Marke. Die soll nun auch im Motorsport-Comeback zum Ausdruck kommen und zu einer weiteren Stärkung des Markenimages führen.

Mit der Präsenz in der WRC wolle Hyundai die Leistungsfähigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit



der Fahrzeuge unter Beweis stellen, ergänzt Allan Rushforth, Senior Vice President und COO Hyundai Motor Europe (siehe Interview auf Seite 2). Zudem ist das Unternehmen überzeugt, dass das Engagement im Motorsport die Bekanntheits- und Sympathiewerte der Marke weiter steigern wird. So ergab eine Studie der Motor Presse Stuttgart im Mai 2012, dass 71 Prozent der Motorsport-Fans eine Beteiligung von Autoherstellern an Rennserien als wichtig für die Image-Bildung erachten. Zudem empfinden 62 Prozent diese Marken als sympathischer.

Aus dem Inhalt

- S.2 **Fahrtenbuch**
Unterwegs mit Markus Schrick
- S.2 **"Beweis für Leistung, Qualität und Zuverlässigkeit"**
Interview mit Allan Rushforth
- S.3 **Genesis Coupe mit acht Gängen**
Modellpflege für den Top-Sportler
- S.3 **Hyundai lässt Autos kommunizieren**
Teilnahme an US-Feldversuch

Der erste Hyundai für Brasilien

Produktion des neuen HB20 gestartet



Die Produktion des ersten Hyundai Modells für Brasilien ist angelaufen. Die kompakte Schräghecklimousine mit dem Namen HB20 wird im neuen brasilianischen Werk in Piracicaba gefertigt. Der

Verkauf des in zwei Motorisierungen mit 1,0 und 1,6 Liter Hubraum erhältlichen Fahrzeugs startet im Oktober. Beide Motoren sind auf den Betrieb mit Benzin und Ethanol ausgelegt.

Die HB-Baureihe (das Kürzel steht für "Hyundai Brazil") wird 2013 um eine Limousine und ein Modell in SUV-Optik erweitert. Alle Modelle wurden von brasilianischen und koreanischen Ingenieuren exklusiv für den brasilianischen Markt entwickelt. Hyundai hat umgerechnet rund 490 Millionen Euro in den neuen Standort in der Nähe der Hauptstadt Sao Paulo investiert. Das Werk hat eine Fläche von 69.000 Quadratmetern und beschäftigt be-

reits mehr als 1.000 Mitarbeiter. Bis 2013 soll die Zahl auf 2.000 Beschäftigte steigen.

Auch in China werden von 2014 an am neuen Standort in Sichuan Hyundai Modelle vom Band laufen. In einem 50:50 Joint Venture der Hyundai Motor Company und der Sichuan Panjun Automobile Group produziert die Sichuan Hyundai Motor Company jährlich bis zu 300.000 Lkw exklusiv für den chinesischen Markt. Die Investitionen betragen rund 44,4 Millionen Euro. In einem bestehenden Werk von Panjun Auto plant die Sichuan Hyundai Motor Company darüber hinaus die Produktion von 10.000 Bussen jährlich.

Sonntag, 5. August:

Einen Hyundai Autoschlüssel in der Tasche zu haben, ist aus meiner Sicht natürlich immer ein Vorteil – und manchmal kommt sogar noch ein ganz besonderes Bonbon hinzu: Wer am ersten August-Wochenende seinen Hyundai Autoschlüssel an der Kasse des LEGOLAND Deutschland vorlegt, hat zusammen mit seiner Familie freien Eintritt in den Freizeitpark und kommt in den Genuss zahlreicher Sonderaktionen, die Hyundai als Kooperationspartner des Legoland zusammen mit dem Park auf die Beine gestellt hat. Denn das Legoland feiert in diesem Jahr seinen 10. Geburtstag – und Hyundai Fahrer dürfen mitfeiern. Knapp 1.000 Hyundai Fahrer nehmen das Angebot wahr und strömen zu den Hyundai Familientagen ins Legoland. Mit einem solchen Erfolg haben wir selbst kaum gerechnet.

Samstag, 11. August:

Bei den Olympischen Spielen in London holen die deutschen Hockey-Herren die Goldmedaille. Im spannenden Finale setzt sich das von Hyundai unterstützte Team der Hockey-Herren mit einem 2:1 gegen die Niederlande durch und wiederholt damit seinen Erfolg von Peking 2008. Erst vier Minuten vor Schluss macht Matchwinner Jan-Philipp Rabente den Sieg perfekt – und wir von Hyundai freuen uns, eine solch erfolgreiche und sympathische Mannschaft unterstützen zu dürfen.

Freitag, 14. September:

Und wenn wir schon bei Erfolgen sind: Ein solcher ist das Hyundai Werk in Nosovice zweifellos. Gut drei Jahre nach der Eröffnung des Standorts kommen rund 60 Prozent der Fahrzeuge, die wir in Deutschland verkaufen, aus dem Werk

Markus Schrick,
Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland



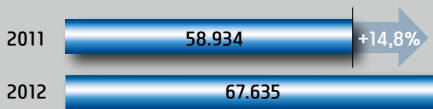
in Tschechien; täglich rollen hier 1.300 Fahrzeuge der Baureihen i30, i30 Kombi, ix20 und ix35 vom Band. Mit 1,12 Milliarden Euro ist die Produktionseinrichtung übrigens die größte ausländische Fabrikansiedlung in dem mitteleuropäischen Land. Demnächst bekommen die Beschäftigten noch mehr zu tun: Denn künftig wird Hyundai den i30 auch als besonders sportlich gezeichneten Dreitürer anbieten. Gründe genug, einmal nach Nosovice zu reisen und den neuen i30 Dreitürer noch vor seiner Weltpremiere auf dem Pariser Salon gründlich unter die Lupe zu nehmen.

Hyundai bleibt stärkste asiatische Marke

Marktanteil in Deutschland auf 3,2 Prozent gestiegen

Hyundai gehört auch nach den ersten acht Monaten 2012 weiterhin zu den erfolgreichsten Automarken in Deutschland. Von Januar bis August setzte das Unternehmen 67.635 Neufahrzeuge ab. Das entspricht einem Zuwachs von 14,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum, während der Gesamtmarkt auf dem Niveau von 2011 stagnierte. Hyundai konnte damit den Marktanteil auf 3,2 Prozent steigern und seine Position als stärkste asiatische Marke und drittgrößter Importeur hinter Skoda und Renault/Dacia festigen.

Hyundai Neuzulassungen in Deutschland (Januar bis August)



Auch in Europa konnte Hyundai weiter zulegen. Im August stieg der Absatz um drei Prozent auf 26.030 Fahrzeuge. Mit 292.273 verkauften Einheiten verzeichnet der Hersteller im bisherigen Jahresverlauf auf europäischer Ebene einen Zuwachs von 14 Prozent. Der Anteil der in Europa produzierten Fahrzeuge am Gesamtabsatz liegt bei rund 71 Prozent.

Weltweit konnte das Unternehmen trotz eines leichten Rückgangs im August seinen Absatz im bisherigen Jahresverlauf um 8,6 Prozent auf 2,8 Millionen Fahrzeuge steigern.

”Wir stellen Leistung, Qualität und Zuverlässigkeit unter Beweis“

Interview mit Allan Rushforth, Senior Vice President und COO Hyundai Motor Europe



Was verspricht sich Hyundai vom Einstieg in die Rallye-Weltmeisterschaft?

Um genau zu sein, kehrt Hyundai in die Rallye-WM zurück; im Jahr 1998 starteten wir ein Fünf-Jahres-Programm im internationalen Motorsport, das seinen Höhepunkt mit dem vierten Platz in der WRC-Konstruktorsmeisterschaft 2002 fand. Unsere Rückkehr in die WRC wird die Sichtbarkeit der Marke Hyundai in aller Welt weiter steigern und auf dem Erfolg unserer Partnerschaften mit der FIFA und der UEFA im Fußball aufbauen.

Warum sollte sich eine moderne Marke wie Hyundai im Motorsport engagieren?

Der Rallye-Sport ist der härteste Motorsport für Fahrzeuge auf der Basis von Serienmodellen, und er stellt den beteiligten Herstellern die technologisch vielfältigsten Herausforderungen. Nur eine junge dynamische Marke mit einer herausragenden Produktpalette kann an einem solchen Wettbewerb teilnehmen. Mit unserer Präsenz in der WRC stellen wir Leistung, Qualität und Zuverlässigkeit unter Beweis und erzeugen noch mehr Begeisterung für die Marke Hyundai.

Was sind Ihre Ziele für das laufende Jahr 2012 in Europa?

2011 war für uns das erfolgreichste Jahr aller Zeiten, sowohl in Europa als auch weltweit. Und trotz der Herausforderungen, die unsere Industrie und die gesamte Wirtschaft in Europa bewältigen muss, wollen wir bis Ende des Jahres 2012 einen Marktanteil von 3,5 Prozent in Europa erreichen. 2008 lagen wir noch bei 1,9 Prozent! Als ein in Europa tätiges Unternehmen investieren wir kontinuierlich und schaffen neue Jobs. Das Werk in Nosovice in Tschechien wird bis Ende des Jahres die volle Produktionskapazität von 300.000 Fahrzeugen pro Jahr erreichen, und in unser türkisches Werk werden wir 2013 weiter investieren und noch mehr Jobs schaffen.

In welchen Bereichen muss sich Hyundai in Zukunft noch verbessern?

Unsere Produkte sind künftig noch exakter auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Wir wollen innerhalb der nächsten drei Jahre in Europa zu den drei besten Marken bei der Kundenzufriedenheit gehören. Zudem haben wir uns einer langfristigen Steigerung der ökologischen Nachhaltigkeit verschrieben und erhebliche Investitionen in die Entwicklung von Brennstoffzellen-Fahrzeugen getätigt. Dazu zählt auch die weltweit größte Forschungs- und Entwicklungseinrichtung für diese Technologie. Unser neuestes Brennstoffzellen-Fahrzeug, der ix35 FCEV, bietet eine Reichweite, die mit konventionell angetriebenen Fahrzeugen vergleichbar ist, und kann in nur wenigen Minuten aufgetankt werden – und er produziert keinerlei Abgas-Emissionen.

Neue Achtstufen-Automatik im Genesis Coupe

Modellpflege für den Hyundai Top-Sportler



Mit umfangreichen Modifikationen ist Ende September das Genesis Coupe in die Schauräume der deutschen Hyundai Händler gerollt. Eine der wichtigsten Neuerungen: die optionale Achtstufen-Automatik, die erstmals in einem Hyundai Modell in Europa zum Einsatz kommt. Das neue, von Hyundai selbst entwickelte Getriebe ist für beide Motorisierungen verfügbar und sorgt mit schnellen Wechseln der Schaltstufen für Fahrspaß. Zugleich erhöht die Achtgang-Automatik den Fahrkomfort und trägt im Vergleich zur bisher angebotenen Sechsstufen-Automatik zur Senkung des Kraftstoffverbrauchs bei.

Für den Antrieb des Topmodells im Hyundai Programm stehen zwei kraftvolle Benzinmotoren zur Verfügung, die souveränen Fahrspaß und hohe Antriebskultur miteinander verbinden. Der 2,0-Liter-Vierzylinder-Turbomotor leistet dank Twin-Scroll-Turbolader und vergrößertem Ladeluftkühler jetzt 202 kW/272 PS. Der V6-Topmotor arbeitet nun mit Benzindirekteinspritzer, entwickelt 255 kW/347 PS und schickt ein maximales Drehmoment von 400 Nm an die Hinterräder. Serienmäßig sind beide Motoren an ein Sechsgang-Schaltgetriebe gekoppelt.

Von außen ist das überarbeitete Genesis Coupe an der neuen Frontpartie mit dem charakteristischen Hexagonal-Kühlergrill, neuen Scheinwerfern und LED-Tagfahrleuchten zu erkennen. Neu im Innenraum sind die überarbeitete Mittelkonsole und die hochauflösende Instrumentenanzeige. Zudem ist die Lenksäule jetzt nicht nur in der Höhe, sondern auch längs verstellbar. Die Preise für den Top-Sportler beginnen bei 33.390 Euro.

Hyundai lässt Autos kommunizieren

Teilnahme an US-Feldversuch

Hyundai nimmt in den USA an einem Feldversuch zur Erprobung von Fahrzeug-zu-Fahrzeug-Sicherheitstechnologien teil. Insgesamt sind acht Automobilhersteller sowie Zulieferer, Behörden und wissenschaftliche Einrichtungen an diesem Projekt in Ann Arbor im US-Bundesstaat Michigan beteiligt. Jeder Hersteller stellt acht Fahrzeuge zur Verfügung, die mit Sendern, Empfängern und Warnsystemen ausgerüstet sind. Weitere Modelle sind nur mit Empfangsgeräten ausgerüstet.

Ziel ist des Feldversuchs ist es, die Funktionsweise von Systemen zu testen, mit deren Hilfe sich Fahrzeuge gegenseitig vor potenziellen Gefahren warnen. Beispielsweise können Fahrer darauf aufmerksam gemacht werden, wenn im Kreuzungsbereich eine Kollision mit einem anderen Fahrzeug droht.

Die an dem Projekt beteiligten acht Hyundai Sonata sind dazu mit einem Kollisionswarner, einem Toter-Winkel-Assistenten und einem Spurhalteassistenten ausgerüstet. In dem Versuch geht es neben der Erprobung der neuen, bislang noch nicht eingesetzten Technologien vor allem um das Finden eines gemeinsamen Kommunikationsstandards zur fehlerlosen Übertragung der Signale.

Insgesamt sind 3.000 Fahrzeuge an diesem Feldversuch beteiligt, der bis zum Frühjahr 2014 läuft. Nach Schätzungen der US-Verkehrssicherheitsbehörde NHTSA könnte sich eine erfolgreiche Einführung der erprobten Fahrzeug-zu-Fahrzeug-Kommunikationssysteme auf bis zu 82 Prozent der Unfallszenarien auswirken; damit könnten jedes Jahr Tausende von Unfällen vermieden werden.

Geringer Wertverlust

Santa Fe mit den besten Restwerten

Dem neuen Hyundai Santa Fe werden hervorragende Restwerte prognostiziert. Laut einer neuen Studie des französischen Automobil-Fachmagazins L'Argus weist der neue Hyundai sogar den besten Wiederverkaufswert in der gesamten SUV-Klasse Frankreichs auf. Demnach ist die



dritte Generation des Santa Fe in der Version 2.2 CRDi AWD Premium nach 36 Monaten und 75.000

blue drive

Hyundai hat den klimafreundlichsten Diesel

VCD kürzt i20 blue 1.1 CRDi

In der Auto-Umweltliste 2012/2013 des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) hat sich der Hyundai i20 mit Dreizylinder-Common-Rail-Turbodiesel (55 kW/75 PS) als einziges herkömmlich angetriebenes Fahrzeug unter den Top 3 in der Kategorie "Klimabester" platziert.

Der CO₂-Ausstoß des kürzlich überarbeiteten Kleinwagens beläuft sich in der neuen Dieselsonversion auf lediglich 84 Gramm pro Kilometer; weniger Kohlendioxid emittieren laut VCD-Umweltliste lediglich ein Erdgasauto und ein Hybridfahrzeug. Der neue Hyundai i20 blue 1.1 CRDi ist als Drei- oder Fünftürer erhältlich, die Preise starten bei 14.630 Euro.



Der i20 präsentiert sich 2012 moderner und zeitgemäßer als je zuvor und betont mit seiner neuen Frontpartie einschließlich des Hexagonal-Kühlergrills die Verwandtschaft mit i30, i40 oder ix35. Auch der Innenraum des in der Türkei (nur Fünftürer) und Indien gefertigten Kleinwagens hat eine gründliche Überarbeitung erfahren.

Das Motorenprogramm umfasst drei Triebwerke: Neben dem besonders klimafreundlichen Diesel sind zwei überarbeitete sparsame Benziner mit 1,2 und 1,4 Litern Hubraum und 63 kW/84 PS bzw. 74 kW/101 PS im Angebot.

Der i20 1.2 ist mit Fünfgangschaltung erhältlich, die 1.4-Variante wahlweise mit Sechsganggetriebe oder Vierstufen-Automatik. Das Dieselmotorenmodell verfügt über ein Sechsgang-Schaltgetriebe.

gelaufenen Kilometern immer noch 44,2 Prozent seines Kaufpreises wert. Damit schneidet er besser ab als seine Mitbewerber, wie beispielsweise der Honda CR-V mit 43,4 Prozent, der Nissan X-Trail mit 40,65 Prozent oder der Mitsubishi Outlander mit 39,8 Prozent Restwert.

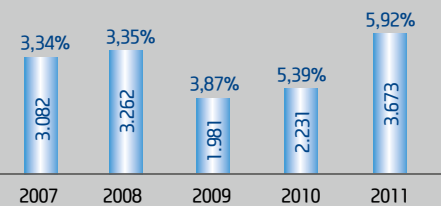
Auch in Krisenzeiten aufwärts

Hyundai in Kroatien

Der kroatische und der deutsche Automobilmarkt haben etwas gemeinsam: In beiden Ländern ist Hyundai die stärkste nicht-europäische Automarke. Mit einem Marktanteil von 5,74 Prozent rangiert Hyundai derzeit auf Platz sechs aller Marken in dem südosteuropäischen Land.

Präsent ist die Marke in Kroatien seit 1994. Der Vertrieb erfolgt über Hyundai Auto Zagreb d.o.o. In den vergangenen fünf Jahren konnte der Marktanteil in Kroatien kontinuierlich gesteigert werden: von 3,34 Prozent bei 3.082 Einheiten im Jahr 2007 auf 5,92 Prozent bei 3.673 Neuzulassungen im Jahr 2011. Auch der herbe Einbruch des kroatischen Automarktes im Jahr 2009 in Folge der Wirtschaftskrise, der zu einem Rückgang des Absatzes um beinahe 50 Prozent führte, änderte nichts an dieser Entwicklung. Im Gegenteil: Seitdem hat sich der Wachstumskurs weiter beschleunigt.

Hyundai Neuzulassungen in Kroatien
Marktanteil in %



Der Bestseller im Hyundai Programm ist der i30, der im bisherigen Jahresverlauf mit einem Marktanteil von drei Prozent unter den meistverkauften Fahrzeugen in Kroatien auf Rang fünf liegt. Besonders populär ist auch der ix35, der das kroatische SUV-Segment anführt und 2012 zum Auto des Jahres gewählt wurde.



Bundesligafußball mit Hyundai

Neue Kooperation mit spox

Hyundai ist jetzt auch im deutschen Bundesligafußball präsent. Seit August präsentiert die Marke auf Deutschlands Premiumsportportalen spox.com und goal.com die 1., 2. und 3. Fußball-Bundesliga, den DFB-Pokal und alle Qualifikationsspiele zur FIFA WM 2014™.

Hyundai hat zudem ein spezielles Presenting-Paket erworben, das Spotschaltungen auf rund 270 Infoscreens an den wichtigsten Verkehrsknotenpunkten der bundesweit dreizehn größten Städte

in Deutschland umfasst. Abgerundet wird das Paket von weiteren Schaltungen auf mediasports-Plattformen. Dazu gehört die größte Tippspiellplattform kicktipp.de und das Sportvideonetze ePlayer. Der E-Player bietet unter anderem Premium-Inhalte wie die Highlights zur WM-Qualifikation 2014. Hyundai hatte bereits im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft erfolgreich mit spox.com und mediasports zusammengearbeitet und die Mitmach-Aktion "Fanscout" gemeinsam mit Markenbotschafter Jürgen Klinsmann lanciert.

Down Under ganz oben

Einmillionster Hyundai in Australien verkauft

Hyundai hat in Australien Ende Juli das einmillionste Neufahrzeug verkauft. Beim Jubiläumsfahrzeug handelt es sich um einen Hyundai ix35, der von einem Händler in Perth verkauft wurde – dem gleichen, der 26 Jahre zuvor auch den allerersten Hyundai in Australien in Kundenhand übergeben hatte.

Jahre. Seit 2003 ist die Hyundai Motor Company Australia, eine hundertprozentige HMC-Tochter, mit 150 Händlern für den Vertrieb in Down Under verantwortlich.

Nach dem Start des Vertriebs in Australien im Jahr 1986 dauerte es bis zum Jahr 2004, ehe die Schwelle von 500.000 Einheiten überschritten wurde: für die zweiten 500.000 Einheiten benötigte das Unternehmen jetzt nur noch acht

Hyundai gehört heute zu den fünf stärksten Herstellern in Australien und hat 2011 mit dem Rekordwert von 87.008 Einheiten einen Marktanteil von 8,6 Prozent erzielt. Meistverkauftes Modell ist der Hyundai i30 mit 28.869 Fahrzeugen im Jahr 2011. Der Kompaktwagen wurde zuletzt dreimal in Folge zum "Carsguide Car of the Year" und "Australia's Best Small Car" gewählt.

Forschen ohne Grenzen

Hyundai kooperiert mit US-Unis

Die Hyundai Motor Group und die beiden größten US-Universitäten in Kalifornien werden künftig gemeinsam an der automobilen Zukunft arbeiten. Eine entsprechende Absichtserklärung wurde mit den Hochschulen Berkeley und Davis unterschrieben.

Die Kooperation gibt den Startschuss für das "Hyundai R&D Global Frontier"-Programm, mit dem die Hyundai Forschungs- und Entwicklungs-Kompetenz durch die Zusammenarbeit mit weltweit führenden Universitäten und Unternehmen weiter gestärkt werden soll.

Individuell und preissensibel

Full-Service-Leasing für Gewerbekunden



Für Gewerbekunden bietet Hyundai seit dem 1. September unter der Marke "Hyundai Leasing" ein neues Full-Service-Leasing an. Dabei kooperiert HMD mit dem Hamburger Leasing- und Fuhrparkmanagement-Spezialisten ALD Automotive und unterstreicht seine Ambitionen, den Marktanteil auch im gewerblichen Markt weiter zu erhöhen. Jeder Hyundai Händler kann seit September seinen Kunden das komplette Spektrum des

gewerblichen Full-Service-Leasings anbieten. Die Kunden können dabei unter verschiedenen Servicemodulen der ALD Automotive wählen: Technik- und Reifenservice, Schadenhandling, Versicherungsservice, Tankservice sowie Rentservice und Abwicklung von Kfz-Steuern und GEZ. Ziel ist es, den Gewerbekunden durch individuelle Pakete eine sorgenfreie Mobilität bei verlässlich kalkulierbaren Kosten zu bieten.