

# Presse-Information

29. November 2018

## Hyundai übergibt Tucson an Gewinner des SUV-Quiz

- Großer „Sponsor of the Day“-Auftritt bei Partner Hertha BSC
- Gewinner Timo Latsch freut sich auf einen Hyundai Tucson 1.6 T-GDI Allrad
- Fußball-Fans stehen bei Hyundai im Mittelpunkt

Hyundai kürte am Mittwoch, 28. November 2018, den Gewinner seines SUV-Quiz – einer Aktion im Zusammenhang mit der Partnerschaft von Hyundai und Hertha BSC. Das Quiz-Finale hatte in der Halbzeitpause der Bundesliga-Partie Hertha BSC gegen Rasenballsport Leipzig direkt im Stadion stattgefunden. Timo Latsch (41) aus Köln durfte beim Hyundai Vertragspartner CSB Schimmel Automobile in Berlin Hohenschönhausen seinen Tucson in Empfang nehmen.

Annette Feyh, Leiterin Brand Experience & Sports Marketing bei Hyundai Motor Deutschland und Prokurist Thomas E. Herrich von Hertha BSC überreichten dem Gewinner den Schlüssel für einen Hyundai Tucson 1.6 T-GDI Allrad (Kraftstoffverbrauch in l/100 km für den für den Hyundai Tucson 1.6 T-GDI: innerorts 9,8, außerorts 6,4, kombiniert 7,6; CO<sub>2</sub>-Emission in g/km kombiniert: 175; CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: E).

Der 177 PS starke Kompakt-SUV in der Variante Style enthält serienmäßig umfassende Komfort- und Sicherheitsausstattungen wie einen Autonomen Notbremsassistenten mit Fußgängererkennung, Verkehrszeichenerkennung, Einparkhilfe vorne und hinten, Rückfahrkamera, 2-Zonen-Klimaautomatik, Sitzheizung vorne sowie ein 8“-Radio-Navigationssystem. Das Fahrzeug steht zudem auf 19 Zoll großen Leichtmetallfelgen und bietet weitere Features wie das Smart-Key-System. An Bord sorgt ein Krell-Soundsystem mit acht Lautsprechern für wohlige Klänge.

Timo Latsch selbst war am 3. November auf Berlin-Besuch und unternahm mit seinen Freunden einen Abstecher ins Olympiastadion Berlin zu der Fußball-Bundesliga-Partie Hertha BSC – Rasenballsport Leipzig. Dank seiner Ticketnummer rutschte der 41-Jährige ins Finale des SUV-Quiz und konnte dieses zu seinen Gunsten entscheiden. „Ich freue mich, dass ich so ein supertolles SUV von Hyundai gewonnen habe. Damit hatte ich überhaupt nicht gerechnet“, jubelte Latsch, als er nach dem Spiel den Tucson in Augenschein nehmen konnte.

### **Entscheidende Frage vor über 50.000 Zuschauern**

Die vier anderen Kandidaten hatten sich in den zwei Wochen vor der Partie über den Radiosender 94.3 rs2, die Internetseiten des Axel-Springer-Verlags sowie über die Facebook-Seite von Hyundai für das Finale qualifiziert. Es galt Fragen zum Hyundai SUV-Angebot zu beantworten.

Beispielsweise ging es um die Größe des Kofferraums des neuen Santa Fe oder um die Frage, welchen Award der Kona gewonnen hatte und eine weitere Frage stellte Hertha-Stürmer Davie Selke per Video: „Wie lange dauert das automatische Öffnen der Heckklappe des neuen Hyundai Tucson?“

In der Halbzeitpause wurden die Finalisten mit einem Tucson in den Innenring des Olympiastadions gefahren, wo sie vor über 50.000 Zuschauern die letzte Schätzfrage beantworten mussten. Latsch lag mit seiner Antwort am nächsten und wird in Zukunft den Bestseller von Hyundai Motor Deutschland fahren.

### **Erfolgreiche Partnerschaft von Hyundai und Hertha BSC**

Hyundai ist seit dieser Saison Automobilpartner und Ärmelsponsor bei Hertha BSC und war bei diesem Spiel zudem „Sponsor of the Day“. Hyundai präsentierte dabei seine SUV-Palette rund um das Stadion und zehn Teilnehmer des SUV-Quiz hatten VIP-Karten samt Shuttle-Service gewonnen. Das Quiz ist nur eine von zahlreichen Aktivitäten, die Hyundai während der Bundesligasaison anbietet und dabei die Fans immer in den Mittelpunkt stellt. Schon kurz nach Beginn der Partnerschaft hatte Hyundai unter dem Motto „For the Fans“ ein Fußballspiel organisiert, bei dem Hertha-Kapitän Vedad Ibisevic und Nationalspieler Marvin Plattenhardt als Trainer fungierten und Hertha-Stürmer Salomon Kalou die Partie als Gastschiedsrichter leitete. Mit „The Extra Mile“ bietet Hyundai den Hertha-Fans eine Plattform, um ihre schönsten Erlebnisse mit ihrem Lieblingsverein zu erzählen und zugleich attraktive Preise zu gewinnen.

Die Neuauflage des Tucson, Bestsellers in Deutschland, erhielt im Sommer 2018 ein frisches Design, einen überarbeiteten Antriebsstrang sowie fortschrittliche Sicherheits- und Komforttechnologien. Eine neue Lichtsignatur rund um den Kaskadengrill sowie eine angehobene Frontstoßstange, Unterfahrschutz und ein neues Raddesign gehören zur auffälligen Erscheinung des Tucson. Am Heck kreierten die Designer die Rückleuchten neu und formten zudem eine neue Heckschürze. Zwei Benziner und zwei Diesel mit einem Spektrum zwischen 115 und 177 PS stehen zur Auswahl. Hyundai stattet den Tucson zudem in der Variante 2.0 CRDI (Kraftstoffverbrauch in l/100 km für den für den Hyundai Tucson 2.0 CRDI: innerorts 5,4-6,2, außerorts 5,2-5,4, kombiniert 5,4-5,8; CO<sub>2</sub>-Emission in g/km kombiniert: 142-153; CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: B) mit einem kraftstoffsparenden 48 Volt-Bordsystem aus.

\*\*\*

Kraftstoffverbrauch in l/100 km für den Hyundai Tucson: innerorts 9,8-5,0, außerorts 6,8-4,8, kombiniert 7,9-4,9; CO<sub>2</sub>-Emissionen in g/km kombiniert: 180-129; CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: E-A.

Die angegebenen Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet.

\*\*\*

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 823 798 702; E-Mail: [nicole.welscher@hyundai.de](mailto:nicole.welscher@hyundai.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. In Deutschland hat Hyundai im Jahr 2017 mit einem Marktanteil von 3,2 Prozent, 108.518 Zulassungen und einem Privatkundenanteil von 50 Prozent eine hohe Qualität der Zulassungen erreicht. Damit hat sich Hyundai in den Top drei der Importmarken etabliert und bleibt stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai wurde vom Automotive Brand Contest für seine nachhaltige und konsequente Entwicklung in Deutschland als Marke des Jahres ausgezeichnet. Kunden bestätigen Hyundai außerdem ein attraktives Design und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden 95 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Als langjähriger Partner der FIFA sowie der Caritas ist Hyundai im sportlichen und im sozialen Bereich engagiert.

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter [www.hyundai-presselounge.de](http://www.hyundai-presselounge.de).