

Presse-Information

22. April 2020

Hyundai Motor präsentiert Kampagnenfilm mit BTS zum Earth Day

- Hyundai präsentiert Wasserstoff-Vision und bekräftigt nachhaltiges Engagement
- Weltpremiere des Kampagnenfilms mit der K-Pop Band BTS am Earth Day
- #DarkSelfieChallenge ruft zur Teilnahme am Earth Day auf

Hyundai Motor feiert den diesjährigen Earth Day (22. April 2020) mit einem neuen [Kampagnenfilm](#) im Rahmen der globalen Wasserstoffkampagne mit der K-Pop-Gruppe BTS.

Der jüngst veröffentlichte Film zeigt spektakuläre Landschaften mit BTS-Mitgliedern, die jeweils ein zu bewahrendes Element der Natur hervorheben: „Smaragd-Ozean“, „Reinweiß“, „Himmelblau“, „Sonnenkuss“, „kristalline Regentropfen“, „sternenhell“ und „holzig frisch“. Das Brennstoffzellen-Elektrofahrzeug Hyundai Nexo (Verbrauch Wasserstoff in kg H₂/100 km: innerorts 0,77; außerorts 0,89; kombiniert 0,84; CO₂-Emission in g/km kombiniert: 0) verkörpert im Video die Vision des Unternehmens, das Wasserstoff als positive Energie für ein besseres Morgen sieht.

Der Film bekräftigt das anhaltende Engagement des Hyundai Konzerns für eine nachhaltige Zukunft und erinnert daran, unseren Planeten sauber zu halten und die bemerkenswerten Gaben von Mutter Natur nicht als selbstverständlich zu betrachten. Der Film ist ab sofort in zwei Längen – 60 und 120 Sekunden – auf dem offiziellen internationalen YouTube-Kanal des Unternehmens ([@HyundaiWorldwide](#)) abrufbar und wird anlässlich des Earth Days zudem bei internationalen TV-Sendern ausgestrahlt.

„Wir hoffen, dass dieser Film unsere Kunden und Fans auf der ganzen Welt dazu inspirieren wird, sich zum Gedenken an den Earth Day um unseren Planeten zu kümmern“, sagte Wonhong Cho, Executive Vice President und Chief Marketing Officer der Hyundai Motor Company. „Wir werden unsere globale Wasserstoffkampagne mit BTS weiterhin als Plattform nutzen, um das Bewusstsein für die ökologischen Herausforderungen unserer Zeit zu schärfen und Wasserstoff für eine nachhaltigere Zukunft zu fördern.“

Die K-Pop-Musikgruppe BTS unterstützt als globaler Markenbotschafter für Hyundai Motor unter dem Motto #BecauseofYou die nachhaltige Mobilität und hilft der Marke dabei, ihre nachhaltigen Botschaften an ihre Fans zu senden. Bereits Anfang dieses Jahres war die weltbekannte Band Teil eines Videos, das die Vision von einer sauberen Mobilität beinhaltete und auf einer digitalen Werbetafel am Times Square in New York City zu sehen war. Die sieben Mitglieder der

Musikgruppe führen auch im emissionsfreien Brennstoffzellenfahrzeug Hyundai Nexo bei den 62. Grammy Awards vor.

Zur globalen Wasserstoffkampagne gehört auch die #DarkSelfieChallenge, zu der seit dem 13. April aufgerufen wird. Die Online-Veranstaltung ist eine einfache Möglichkeit, sich dem Earth Day von Zuhause aus anzuschließen. Die Teilnehmer werden aufgefordert, nur mithilfe einer Taschenlampe in Selfie im Dunkeln aufzunehmen und ihre Fotos bis zum 4. Mai in den sozialen Medien mit den Hashtags #DarkSelfieChallenge und #EarthDay zu teilen. Auch die BTS-Mitglieder nehmen daran teil, um ihr Engagement für die Umwelt zu unterstreichen.

Der Earth Day findet jedes Jahr am 22. April statt, in diesem Jahr zum fünfzigsten Mal. Weltweit setzen Menschen an diesem Tag Zeichen zur Unterstützung der Umwelt. So wird in vielen Großstädten beispielsweise das Licht gedimmt. Im Jahr 2019 erzeugte Hyundai Motor in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung Seoul in Südkorea mit fünf Hyundai Nexo Strom, um die Fassade der Seoul Metropolitan Library während der Veranstaltung zu beleuchten.

Verbrauchs- und Emissionsangaben

Verbrauch Wasserstoff in kg H₂/100 km für den Hyundai Nexo: innerorts 0,77; außerorts 0,89; kombiniert 0,84; CO₂-Emission in g/km kombiniert: 0; CO₂-Effizienzklasse: A+.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Jessica Diederichs, Tel.: (069) 380767-471; E-Mail: jessica.diederichs@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 2019 mit 129.508 Zulassungen einen Marktanteil von 3,6 Prozent erreicht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai erhielt bei den Automotive Innovation Awards 2019 zwei Preise für die zukunftsorientierte Ausrichtung seiner Antriebstechnologien. Auch der Rat für Formgebung zeichnet Hyundai Technologien mit dem German Innovation Award aus. Kunden bestätigen Hyundai 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 70 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Im Fußball engagiert sich Hyundai in allen Bereichen – von den Amateuren bis zu den Profis.

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter www.hyundai-presselounge.de