

Presse-Information

22. April 2021

Hyundai Motor und K-Pop Musikgruppe BTS feiern Earth Day

- Gemeinsames Video trägt den Titel "For Tomorrow We Won't Wait"
- Hyundai Motor und BTS veranschaulichen umweltfreundliches Handeln
- Video steht für die Hyundai Markenvision einer nachhaltigen Zukunft

Die Hyundai Motor Company hat zum diesjährigen Earth Day (22. April 2021) ein [Video](#) mit der K-Pop Musikgruppe BTS mit dem Titel "For tomorrow we won't wait" („Wir warten nicht auf morgen“) veröffentlicht.

Dies ist das zweite Earth Day-Video von Hyundai Motor mit den koreanischen Stars von BTS in der Hauptrolle. Das erste Video wurde letztes Jahr veröffentlicht und generierte über 100 Millionen Aufrufe auf [YouTube](#). Hyundai Motor arbeitet seit letztem Jahr mit BTS in seiner globalen Wasserstoff-Kampagne zusammen, um unter dem Slogan "Because of You" das Bewusstsein für die Bedeutung nachhaltigen Handelns und die Zukunft von Wasserstoff als saubere Energiequelle zu verstärken.

„Hyundai Motor und BTS arbeiten weiter zusammen, um weltweit zu mehr Nachhaltigkeit aufzurufen“, sagte Thomas Schemera, Executive Vice President und Chief Marketing Officer der Hyundai Motor Company. „Das wachsende Bewusstsein der jüngeren Generationen, wie sich ihr Lebensstil und ihre Kaufentscheidungen auf die Umwelt auswirken, hat dazu geführt, dass sie nach umweltfreundlichen Lösungen für ihre täglichen Bedürfnisse suchen.“ Thomas Schemera fügt hinzu: „Die Antwort von Hyundai Motor auf diese Umweltbelange ist der Hyundai NEXO (Verbrauch Wasserstoff in kg H₂/100 km: innerorts 0,77, außerorts 0,89, kombiniert: 0,84, CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 0), ein Wasserstoff-Brennstoffzellen-SUV. Wir wollen nachhaltige Transportmittel wie den NEXO für alle zugänglicher machen. Gleichzeitig arbeiten wir mit BTS zusammen, um Kunden auf der ganzen Welt zu umweltfreundlichem Handeln zu ermutigen.“

Das Video zeigt Mitglieder der K-Pop Musikgruppe BTS, wie sie an umweltfreundlichen Aktivitäten teilnehmen, die leicht in den Alltag integriert werden können – um andere zu ermutigen, das Gleiche zu tun. Die Mitglieder von BTS beteiligen sich an Aktivitäten wie dem Entfernen von Müll aus dem Meer und von der Straße, Gartenbauprojekten in der Stadt, der Wahl nachhaltiger Mode und dem einfachen Ausschalten des Lichts, um Strom zu sparen, wenn sie einen Raum verlassen. Es wird gezeigt, wie sie aus wiederverwendbaren Bechern trinken und einen Zero-Waste-Lifestyle leben, indem sie ihre eigenen Taschen und Gläser zum Einkaufen mitbringen, um Verpackungsmüll zu reduzieren.

Das Video zeigt auch, wie die BTS-Mitglieder mit dem Brennstoffzellen-SUV NEXO fahren, einem Fahrzeug, das nur Wasser und keine Schadstoffe ausstößt. Das Video endet mit der Botschaft von Hyundai Motor "For Tomorrow We Won't Wait, Because of You", bevor die Lichter von Spot®, dem ersten kommerziellen Roboter von Boston Dynamics, ausgeschaltet werden.

Der Roboter kann Industrieunternehmen dabei helfen, ihre Nachhaltigkeitsziele durch Fernüberwachung und -inspektion zu erreichen. Im Dezember 2020 einigten sich die Hyundai Motor Group und die SoftBank Group Corp. auf die wesentlichen Bedingungen einer Vereinbarung, in der die Hyundai Motor Group eine Mehrheitsbeteiligung an Boston Dynamics erwerben wird.

Hyundai plant, diese Kampagne im Juni zum World Environment Day zu erweitern. Details zur globalen Wasserstoff-Kampagne finden Sie auf der [globalen Website](#) von Hyundai Motor und auf Instagram @hyundai.lifestyle.

Verbrauchs- und Emissionsangaben

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

Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Stephanie Niermann, Tel.: (069) 380767-475; E-Mail: stephanie.niermann@hyundai.de

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; E-Mail: nicole.welscher@hyundai.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH mit Sitz in Offenbach am Main ist eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. Vor 30 Jahren startete Hyundai den Verkauf seiner Produkte auf dem deutschen Markt. Der Fahrzeugbestand stieg von knapp 3.000 Einheiten Ende 1991 auf über 1,33 Millionen heute. Im Corona-Jahr 2020 erreichte Hyundai mit rund 105.000 Zulassungen einen Marktanteil von 3,6 Prozent, was dem Rekordwert des Vorjahres entspricht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. 75 Prozent der Hyundai Modelle haben einen elektrifizierten Antrieb. Überzeugend für die Kunden sind neben dem attraktiven Design und einem sehr guten Preis-Wert-Verhältnis das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung und acht Jahre Garantie für batterieelektrische Fahrzeuge. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden zwei Drittel aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Hyundai produziert für den europäischen Markt an zwei Standorten: Im Werk HMCC im tschechischen Nošovice werden die Modellreihen i30, TUCSON und auch der KONA Elektro gefertigt, in der Türkei laufen im Werk HAOS der i10 und der i20 vom Band. Im Fußball engagiert sich Hyundai von den Amateuren bis zu den Profis, so ist Hyundai in der Bundesliga Partner von Hertha BSC und Eintracht Frankfurt.

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