
Der Ioniq 5 und der Kommissar

Von Axel F. Busse

Seit Automobilhersteller verstanden haben, dass sich mit Nachhaltigkeitsversprechen Kundeninteresse generieren lässt, surfen viele mit Schwung auf der grünen Welle. Die spülte Hyundai jetzt bis in die deutsche Hauptstadt. Als Abschluss einer Art Deutschland-Tournee mit Stationen in Travemünde, Düsseldorf, Stuttgart und Regensburg hatte die Marke in Berlin zwei Magneten aufgeboten, um Publikum für die Botschaft „Let Hyundai power your World“ zu gewinnen: Der neue Kona Elektro, der offiziell erst später im Herbst vorgestellt werden soll, und TV-Kommissar Lenn Kudrjawizki.

Der Schauspieler, Musiker und Autor Lenn Kudrjawizki ist seit einigen Jahren als Hyundai-Gesicht unterwegs, weil er nach eigener Aussage ein „Fan von geilen Karren“ sei. Nach Kontakt zu verschiedenen anderen Importmarken ist er schließlich als Testimonial bei Hyundai gelandet. Bekanntlich setzen Hersteller gern Prominente ein, um die Glaubwürdigkeit ihrer Markenbotschaft zu verstärken. Nach Aussage von Marketingdirektorin Christina Herzog gehe es bei solchen Veranstaltungen darum, „Menschen zu gewinnen, die gleiche Ziele verfolgen“. Dabei ist Hyundai nicht allein in erdgebundener Fortbewegung unterwegs. Der Konzern lässt eifrig auf dem Feld der Robotik und der Brennstoffzelle forschen und entwickelt und betreibt in Großbritannien eine Versuchsanlage für Flugtaxi.

Wer sich für Hyundai-Autos interessiert, erfährt von der Zusammenarbeit mit Umweltorganisationen, die zum Beispiel Geisternetze aus den Weltmeeren fischen, um daraus Fußmatten für Pkw fertigen zu lassen. In Deutschland hat die Niederlassung der Marke eine groß angelegte Aufforstungsaktion gestartet, die für jeden verkauften Ioniq 5 einen Baum pflanzen lässt. Laut Kraftfahrt-Bundesamt gab es bis Ende August 7826 Neuzulassungen der Elektrolimousine hierzulande. Wer von den Kunden Lust hat, den Ioniq-Wald zu besuchen, kann einfach die Geodaten seines Baumes ins Navigationssystem eingeben und seine Buche, Eiche, Lärche oder Kiefer in der Nähe der A 45 südlich von Lüdenscheid besuchen.

Lenn Kudrjawizki hat keine Probleme, seinen behaupteten nachhaltigen Lebensstil mit Fakten zu untermauern. Zwar ist es Jahre her, dass er sich mit dem Fahrrad rund 1400 Kilometer zum Drehort eines Kroatien-Krimis aufgemacht hat, doch der 47-jährige hat noch mehr zu bieten. Mit dem von ihm mitgegründeten „Berlin Show Orchestra“ veranstaltet der studierte Violinist Musikevents, bei dem es darum geht, den CO₂-Fußabdruck von solchen Veranstaltungen zu minimieren.

Inzwischen fährt er, wenn andere Mimen ins Flugzeug steigen, mit dem Elektroauto zum Set. Auf seinem Ferienhaus in Brandenburg sei eine Solaranlage installiert, sagt er, mit deren Strom er das Fahrzeug lädt. „Inzwischen habe ich 32 Flüge eingespart“, gab er in Berlin zu Protokoll. Er sei nebenbei Vegetarier geworden und nennt schmunzelnd eine neu entdeckte Schwäche seines Strommobils. Die Ladezeiten seien so kurz geworden, dass es nicht einmal mehr zum Lernen einer Szene aus dem Drehbuch reiche. (aum/afb)

Bilder zum Artikel



„Let Hyundai power your World“-Veranstaltung in Berlin.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Nick Leuze/GRAZIA



„Let Hyundai power your World“-Veranstaltung in Berlin:
Talkrunde mit Moderatorin Claire Oelkers, Schauspieler
und Markenbotschafter Lenn Kudrjawizki sowie
Marketingdirektorin Christina Herzog.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Sydow Media/Hyundai



„Let Hyundai power your World“-Veranstaltung in Berlin:
Talkrunde mit Moderatorin Claire Oelkers, Schauspieler
und Markenbotschafter Lenn Kudrjawizki sowie
Marketingdirektorin Christina Herzog.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Sydow Media/Hyundai



„Let Hyundai power your World“-Veranstaltung in Berlin.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Nick Leuze/GRAZIA
