Weltpremieren auf dem Autosalon Paris: Hyundai präsentiert den neuen BAYON und den neuen TUCSON

Datum	15.10.2026
Subjekt	Hyundai Motor Deutschland
Kontakt	Christopher Rux Leiter Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Region	Nemecko
Kategorie	Automobilový priemysel, Technológie, Konferencie a veľtrhy

Der neue BAYON feiert seine Weltpremiere als markanter und selbstbewusster B-SUV, der mehr Konnektivität, Komfort und fortschrittliche Technologie bietet Die umfassenden Fahrerassistenzsysteme und die für ein höheres Segment typischen Komfortmerkmale des BAYON werden durch einen neuen Hybridantrieb ergänzt, der 2027 in die Modellpalette aufgenommen wird Der neue TUCSON feiert in Paris seine Europapremiere und vereint markantes Design mit Platzangebot und Vielseitigkeit für Familien, intelligente Hybridantriebe sowie Konnektivität der nächsten Generation mit „Pleos Connect“ und dem intelligenten Sprachassistenten „Gleo AI“ Das weltweite Debüt des TUCSON N Line unterstreicht das sportliche Design des SUV, das von den preisgekrönten Hyundai N-Modellen inspiriert ist Der vollelektrische STARIA Cargo gibt die Richtung für elektrische leichte Nutzfahrzeuge in Europa vor und unterstützt durch Hyundais Führungsrolle im Bereich der Elektrifizierung eine nutzerorientierte geschäftliche Mobilität Die mehrjährige Partnerschaft mit der UEFA Champions League unterstreicht Hyundais Engagement für die Interaktion mit Fans und Kunden durch das Bekenntnis zum Fußball, das Menschen über Sprachen, Grenzen und Generationen hinweg zusammenbringt Hyundai und Waymo wollen den Ausbau ihrer Partnerschaft im Bereich der autonomen Mobilität auf internationalen Märkten prüfen Die am Stand von Hyundai auf dem Pariser Autosalon gezeigten Robotik-Kompetenzen verdeutlichen das Engagement des Unternehmens für fortschrittliche und zielgerichtete Innovation, menschenzentriertes Design und Technologie, die über die Mobilität hinausgeht „Bold by Design“: Ambitionen von Hyundai in Europa werden durch wichtige Produktpremieren, Markenpartnerschaften und Stand-Erlebnisse in Paris unterstrichen

Die Hyundai Motor Company hat auf dem Pariser Autosalon drei wichtige Fahrzeugpremieren vorgestellt, darunter als Highlight die Weltpremiere des neuen B-SUV BAYON. Zudem präsentierte Hyundai Motor den TUCSON und den TUCSON N Line in europäischer Ausführung, die das das Herzstück der europäischen Modellpalette bilden sowie das vollelektrische leichte Nutzfahrzeug STARIA Cargo Elektro.

Die Vorstellung der neuen Kern-SUV-Modelle von Hyundai und der Einstieg in neue Kundensegmente, die die nächste Phase des europäischen Wachstums des Unternehmens markieren, gehen mit bedeutenden strategischen Markeninitiativen in der Region einher. Dazu gehört das Engagement von Hyundai, als offizieller Automobilpartner der UEFA Champions League eine Verbindung zu Fußballfans und Kunden aufzubauen. Darüber hinaus bietet die Partnerschaft zwischen Hyundai und Waymo das Potential auf internationale Märkte ausgeweitet zu werden.

Zusammen unterstreichen diese zentralen Produkt- und Markenbotschaften das Engagement des

Unternehmens in Europa sowie die strategische Ausrichtung von Hyundai in Bezug auf Design, Innovation und kundenorientierte Mobilität und Erlebnisse.

Neben dem neuen IONIQ 3 – der in Europa für europäische Kunden entworfen und entwickelt wurde und gerade bei den Hyundai Handelspartnern eintrifft – verdeutlicht der Stand von Hyundai auf dem Pariser Autosalon den strategischen Fokus der Marke auf Wachstum in Europa und ihre Vision für die Zukunft der Mobilität, gestützt durch langfristige regionale Investitionen und den Lokalisierungsansatz des Unternehmens.

„Hyundai verkauft seit fast 50 Jahren Autos in Europa. In dieser Zeit haben die Kunden Vertrauen in unsere Fahrzeuge und unser zuverlässiges Servicenetz gewonnen“, unterstreicht José Muñoz, Präsident und Global CEO der Hyundai Motor Company. „Heute werden fast 80 Prozent unserer in Europa verkauften Fahrzeuge in der Region gebaut, und bis 2030 werden wir im Zuge unserer fortschreitenden Lokalisierung fast 3 Milliarden Euro hier investiert haben. Der neue BAYON und der TUCSON wurden speziell für diese Region konzipiert und entwickelt – mit der Technologie und den Ausstattungsmerkmalen, die europäische Kunden wünschen und schätzen.“

„Unsere Präsenz in Paris ist ein klares Bekenntnis zu den Ambitionen von Hyundai in Europa“, ergänzt Xavier Martinet, Präsident und CEO von Hyundai Motor Europe. „Mit bedeutenden Produktpremieren, Partnerschaften, die unsere Marke Millionen von Menschen näherbringen, und kontinuierlichen Investitionen in der Region zeigen wir sowohl die Stärke von Hyundai heute als auch den Ehrgeiz, der uns vorantreibt.“

Der neue Hyundai BAYON: Echtes SUV-Design trifft auf Komfort der Oberklasse und modernste Technologie

Der neue BAYON von Hyundai feiert auf dem Pariser Autosalon 2026 seine Weltpremiere und ist ein echter B-SUV, der mit markantem Charakter, fortschrittlichen Funktionen und einem hohen Maß an Fahrgastkomfort die Mobilität im Alltag bereichert. Der neue BAYON unterstreicht die für Hyundai typische erfolgreiche Verbindung von Design und Technologie im Segment der Kompakt-SUVs, verkörpert die Ambitionen von Hyundai in Europa und bietet der Marke eine hervorragende Gelegenheit, neue Kunden zu gewinnen.

Der neue BAYON präsentiert sich mit einer selbstbewussteren SUV-Identität und vereint dabei Agilität, Praktikabilität und alltagstauglichen Bedienkomfort. Sein markantes Außendesign wird durch einen Innenraum ergänzt, der intuitive Technologie, fortschrittliche Fahrerassistenzsysteme (ADAS) und verbesserten Komfort für alle Insassen vereint.

Der BAYON N Line verleiht dem Fahrzeug durch spezielle Designelemente im Außen- und Innenbereich einen markanteren, leistungsorientierteren Charakter, darunter 18-Zoll-Räder in N-Line-Optik und hochglänzende schwarze Verkleidungen, inspiriert von den preisgekrönten N-Modellen von Hyundai. Ein Heckdiffusor mit integrierten Doppelauspuffendrohren unterstreicht die sportliche Optik zusätzlich. Im Innenraum unterstreichen die N-Line-spezifischen Sitze aus Stoff und Textil-Wildleder den dynamischen, hochwertigen Charakter des Fahrzeugs.

Zu den Konnektivitäts- und Komfortfunktionen des BAYON gehören der Hyundai Digital Key 2.0, die Smartphone-Integration mit kabellosem Apple CarPlay und Android Auto sowie kabelloses Laden. Die optionalen zwei 12,3-Zoll-Curved-Displays sorgen für ein nahtloses vernetztes Erlebnis. Die beheizbaren und belüfteten Vordersitze werden durch verbesserten Komfort für die Fondpassagiere ergänzt, darunter mehr Beinfreiheit, verstellbare Rücksitze, eine Mittelarmlehne, beheizbare Rücksitze und eine spezielle Belüftung im Fond. Zusammen mit einem zu öffnenden Panorama-

Schiebedach sorgen diese Merkmale für einen Fahrgastkomfort, der traditionell eher mit größeren Fahrzeugsegmenten als mit der Kompakt-SUV-Klasse in Verbindung gebracht wird.

Ein längerer Radstand sorgt für mehr Beinfreiheit im Fond, während der neue BAYON sowohl vorne als auch hinten klassenführende Kopf- und Schulterfreiheit bietet sowie ein Kofferraumvolumen von 440 Litern, ergänzt durch zusätzlichen Stauraum unter dem Kofferraumboden. Diese Kombination aus Geräumigkeit, praktischem Stauraum und Vielseitigkeit bei kompakten Außenabmessungen macht den BAYON zum perfekten Kompakt-SUV für den täglichen Pendelverkehr, den Familienalltag und längere Reisen.

Der neue BAYON wird zunächst mit einem 1,0-T-GDI-Antrieb in den Leistungsstufen 90 PS und 115 PS auf den Markt kommen; zu einem späteren Zeitpunkt wird ein 1,6-HEV-Hybridantrieb folgen. Der brandneue BAYON HEV soll eine Leistung von 138 PS erbringen und einen CO_2-Ausstoß ab 102 g/km aufweisen. Außerdem wird er über eine adaptive regenerative Bremsfunktion verfügen, die über Schaltwippen am Lenkrad gesteuert wird und ein einzigartiges, EV-ähnliches Fahrerlebnis bietet.

Der brandneue BAYON bietet das umfassende SmartSense-Paket von Hyundai, das den Fahrer im Stadtverkehr, auf Autobahnen und beim Einparken unterstützt. Zu den verfügbaren Technologien gehören der Highway Driving Assist 2 (HDA 2), der Surround-View-Monitor (SVM), der Blind-Spot-View-Monitor (BVM), Forward Collision-Avoidance Assist 2 (FCA 2), Smart Cruise Control (SCC), Lane Following Assist 2 (LFA 2), Blind-Spot Collision-Avoidance Assist (BCA), Rear Cross-Traffic Collision-Avoidance Assist (RCCA) und Parking Collision-Avoidance Assist-Reverse (PCA-R).

Zu den Komfortfunktionen gehört der Hyundai Digital Key 2.0, mit dem kompatible Smartphones und Smartwatches das Fahrzeug entriegeln und starten können.

„Der neue BAYON ist viel mehr als nur ein Update“, betont Xavier Martinet, Präsident und CEO von Hyundai Motor Europe. „Wir haben seinen SUV-Charakter durch ein markanteres Design, mehr Platz, mehr Komfort und Technologien gestärkt, die Kunden normalerweise von größeren Fahrzeugen erwarten würden. In einem der wichtigsten Segmente Europas bietet uns der BAYON eine größere Chance, neue Kunden zu gewinnen. Mit einem Hybridantrieb, der 2027 in die Modellpalette aufgenommen wird, wird der BAYON diese Dynamik weiter ausbauen.“

Um mehr über die vollständigen Produktdetails des neuen BAYON zu erfahren, klicken Sie hier.

Europapremiere des neuen TUCSON und TUCSON N Line: Markantes Design, intelligenter Hybridantrieb und Konnektivität der nächsten Generation

Hyundai präsentiert zudem den brandneuen TUCSON für Europa und stellt in Paris den brandneuen TUCSON N Line vor, der dem neuen TUCSON ein noch dynamischeres und markanteres Erscheinungsbild verleiht.

Größer, markanter und intelligenter – das ist der bisher beste TUCSON. Das markante SUV des C-Segments kombiniert fortschrittliche elektrifizierte Antriebe mit dem Infotainment-System der nächsten Generation von Hyundai – „Pleos Connect“ –, das mit 17 Zoll das größte Display seiner Klasse bietet – und sorgt so für mehr Komfort und vielseitige Einsatzmöglichkeiten.

Mit seinen vergrößerten Abmessungen und einem geräumigen, flexiblen Innenraum erfüllt der neue TUCSON ein breites Spektrum an Kundenbedürfnissen – vom täglichen Pendelverkehr über den

Familienalltag bis hin zu längeren Reisen und Freizeitaktivitäten. Der Öffnungswinkel der hinteren Türen des TUCSON wurde von 73 auf 83 Grad vergrößert, um den Einstieg zu erleichtern, während das neue Modell klassenbeste Innenraummaße bietet, darunter 1.038 mm Kopffreiheit vorne, 1.002 mm Beinfreiheit hinten und 1.470 mm Schulterfreiheit vorne.

Seit der Markteinführung der ersten Generation im Jahr 2004 hat sich der TUCSON mit mehr als 2 Millionen verkauften Einheiten in der gesamten Region als eines der erfolgreichsten Modelle von Hyundai in Europa etabliert. Die Ende 2020 eingeführte vierte Generation ist das meistverkaufte Modell im privaten C-SUV-Segment in Europa, was das Vertrauen der Kunden in den TUCSON unterstreicht.

„Eine Ikone neu zu gestalten, ist nie einfach“, sagte Xavier Martinet, Präsident und CEO von Hyundai Motor Europe. „Wir hätten auf Nummer sicher gehen und ein erfolgreiches Modell einfach weiterentwickeln können. Aber das ist nicht der Weg von Hyundai. Wir haben uns der Herausforderung gestellt, den TUCSON in allen Bereichen, die für die Kunden wichtig sind, weiterzuentwickeln – vom Design über den Komfort bis hin zu Technologie und Effizienz. Das Ergebnis ist nicht einfach der nächste TUCSON. Es ist der beste TUCSON, den wir je gebaut haben.“

Der neue TUCSON verkörpert das Hyundai „Bold by Design“-Konzept durch die Designsprache „Art of Steel“ und verbindet strukturelle Festigkeit mit einer beeindruckenden Straßenpräsenz. Jedes Element, von den muskulösen Außenproportionen bis hin zum raffinierten Innenraum, spiegelt zielgerichtete Technik und ästhetische Vision wider. Im Mittelpunkt des Außendesigns stehen markante, muskulöse Kotflügel, die die dem Stahl innewohnende Spannung und Stärke zur Geltung bringen. Diese Ästhetik wird durch zurückhaltende Türflächen und klare Karosserielinien ausgeglichen, was das kühne SUV-Image des neuen TUCSON unterstreicht.

An der Front kombiniert die „H-Edge“-Beleuchtung indirekte zentrale Beleuchtung mit Kantenbeleuchtung, um die horizontalen Proportionen des Fahrzeugs zu betonen und ein breiteres, stabileres Erscheinungsbild zu schaffen. Am Heck schärft die skulpturale „Prism Rear Lamp“ das Volumen und die Konturen des Fahrzeugs. Ihre dreidimensionale Innenstruktur erzeugt eine unverwechselbare Lichtsignatur und unterstreicht den präzisen, technischen Charakter des Heckdesigns.

Je nach Ausstattungsvariante ist der brandneue TUCSON auch mit Micro-Pixel-Beleuchtung (MPL) erhältlich. Mit 25.600 einzelnen LED-Pixeln ermöglicht das System präzise gesteuerte Lichtverteilungen sowie Begrüßungs- und Verabschiedungsanimationen. LED-Rückleuchten gehören serienmäßig zur europäischen Modellpalette.

Die TUCSON N Line-Ausführung besticht durch ein dynamisches und ausdrucksstarkes Erscheinungsbild mit einem speziellen N Line-Exterieurpaket. Designdetails unterstreichen den muskulösen Charakter des Fahrzeugs, während 20-Zoll-Leichtmetallräder seine athletische Haltung betonen. Die N Line-Ausstattung baut auf der starken optischen Basis des neuen TUCSON auf, einschließlich seiner muskulösen Kotflügel, der klaren Karosserielinien, der H-Edge-Beleuchtung und der skulpturalen Prism-Rückleuchte.

Zu den weiteren, von der Leistung inspirierten Designelementen gehören eine kantigere Frontstoßstange mit einem markanten Frontspoiler und in Satin-Schwarz gehaltenen Luftkanälen. Ergänzt werden diese durch muskulöse Seitenschweller und karosseriefarbene untere Türverkleidungen, glänzend schwarze Außenspiegel und Einsätze an der C-Säule sowie eine markante Heckstoßstange mit karosseriefarbenen Einsätzen im Diffusor-Look und zwei Auspuffendrohren. Sportliche Zierelemente und markante N-Line-Embleme an der Frontschürze, der

Heckklappe und den vorderen Kotflügeln runden die Neuerungen ab und verleihen dem TUCSON N Line einen tiefergelegten, markanteren und entschlosseneren optischen Charakter, ohne die grundlegenden Proportionen und die kraftvolle SUV-Identität des TUCSON zu verändern.

Der neue TUCSON bietet klassenbeste Innenraumaße mit der größten Kopf-, Schulter- und Beinfreiheit in der ersten Sitzreihe in diesem Segment, kombiniert mit klassenführender Kopf- und Beinfreiheit in der zweiten Sitzreihe. Mit einem klassenbesten Kofferraumvolumen von 695 Litern sowie einem Relax-Sitz, einer elektrischen Lenkradverstellung, einer indirekten Belüftung im Multi-Air-Modus und weiteren Komfortmerkmalen wie den Ergomotion-Sitzen bietet der TUCSON ein in diesem Segment unübertroffenes Komfortpaket.

Der Innenraum definiert durch sein zweckorientiertes Design den Minimalismus bei SUV neu. Das zweischichtige Armaturenbrettdesign vereint Form und Funktion: Eine horizontale obere Ebene sorgt für optischen Komfort und Übersichtlichkeit, während eine tiefe, offene Ablage darunter Stauraum bietet.

Die N-Line-Modelle verfügen über eine exklusive, ganz in Schwarz gehaltene Innenausstattung, kombiniert mit kontrastierenden roten Akzenten an den Sitzen (mit sportlichem Textil-Wildleder bezogen), den Türen und dem Armaturenbrett. Das N-Lenkrad mit Griffbereichen aus perforiertem Leder, roten Ziernähten und dunklen Metallelementen unterstreicht das sportliche Ambiente des Innenraums. Zusammen verleihen diese Elemente dem Innenraum einen dynamischeren Charakter, ohne dabei die geräumige und praktische Architektur des Standardmodells zu beeinträchtigen.

Der neue TUCSON bietet eine breite Palette an Konnektivitäts-, Infotainment- und Fahrerassistenztechnologien, die den Alltag im Straßenverkehr einfacher und intuitiver gestalten sollen.

Das Pleos Connect-Infotainmentsystem der nächsten Generation von Hyundai, das auf dem Android Automotive OS (AAOS) basiert, kombiniert ein zentrales Display, das in den Größen 12,9 Zoll und 17 Zoll erhältlich ist, mit einem schlanken 9,9-Zoll-Fahrerdisplay für ein intelligenteres und intuitiveres vernetztes Benutzererlebnis. Der Gleo AI-Sprachassistent des TUCSON ergänzt dies durch Live-Daten, sodass Fahrer auf Funktionen und Informationen zugreifen können, ohne durch mehrere Bildschirmmenüs navigieren zu müssen.

Die Android Automotive OS-Plattform ermöglicht zudem den integrierten Zugriff auf kompatible Apps und vernetzte Dienste. Over-the-Air-Software-Updates (OTA) ermöglichen die Fernaktualisierung ausgewählter Fahrzeugsysteme und Infotainment-Funktionen. Für ein verbessertes Audioerlebnis im Fahrzeug ist der neue TUCSON außerdem mit einem Bang & Olufsen-Premium-Audiosystem mit 12 Lautsprechern erhältlich, während die interaktive Ambientebeleuchtung mit der „Smart Mood Lamp“ das Fahrerlebnis im Innenraum weiter verbessert. Zu den Komfortfunktionen gehört der Hyundai Digital Key 2.0, mit dem kompatible Smartphones und Smartwatches das Fahrzeug entriegeln und starten können.

Um die Ablenkung des Fahrers so gering wie möglich zu halten, sind häufig genutzte Informationen und Bedienelemente im natürlichen Sichtfeld des Fahrers angeordnet.

Über dem Lenkrad befindet sich ein schlankes 9,9-Zoll-Digital-Kombiinstrument, während ein optional erhältliches Head-up-Display wichtige Fahrinformationen direkt auf die Windschutzscheibe projiziert, so dass der Fahrer stets auf dem Laufenden bleibt, ohne den Blick von der Straße abzuwenden. Für mehr Komfort und Ergonomie sorgt ein elektrisch verstellbares Lenkrad, mit dem der Fahrer mühelos seine ideale Fahrposition finden kann und das zudem das Ein- und Aussteigen erleichtert.

Physische Tasten unterhalb des zentralen Infotainment-Displays bieten direkten Zugriff auf wichtige Funktionen. Die verlängerte Armlehne der Mittelkonsole ist so konzipiert, dass sie zusätzliche Unterstützung bei der Bedienung des zentralen Displays bietet, und in die Konsole sind zwei 15-W-Wireless-Ladefelder sowie ein verdecktes Staufach für kleinere persönliche Gegenstände integriert. Der in dieser Klasse führende Komfort beim Laden von Geräten wird durch vier 100-W-USB-C-Anschlüsse weiter unterstützt, die ein schnelles Laden von Laptops, Tablets und anderen kompatiblen Geräten im gesamten Innenraum ermöglichen.

Das Herzstück des brandneuen TUCSON ist seine Palette an elektrifizierten Antriebssträngen, darunter das fortschrittliche Hybridsystem der nächsten Generation von Hyundai, das entwickelt wurde, um reaktionsschnelle Leistung mit effizientem und kultiviertem Fahrverhalten im Alltag zu verbinden.

Hybridmodelle verfügen über den „HEV Stay Mode“, der es ermöglicht, dass ausgewählte Fahrzeugfunktionen – darunter Klimaregelung, Audio und das Laden von Geräten – über längere Zeiträume verfügbar bleiben, während der Verbrennungsmotor ausgeschaltet ist, was während Stopps oder Pausen für eine leisere und komfortablere Atmosphäre im Innenraum sorgt.

Der Hybridantrieb des brandneuen TUCSON leistet 245 PS und 380 Nm Drehmoment, während der Plug-in-Hybrid TUCSON PHEV einen 1,6-Liter-Turbobenziner mit einer 17,1-kWh-Batterie und einem Elektromotor kombiniert, die 292 PS und ein Drehmoment von 380 Nm erzeugen und eine geschätzte rein elektrische Reichweite von bis zu 81 km mit 17-Zoll-Rädern bieten, vorbehaltlich der endgültigen Typgenehmigung. Ein 7,2-kW-Bordladegerät ermöglicht bequemes Wechselstromladen zu Hause oder an öffentlichen Ladestationen. Zudem ist ein 150 PS starker 1,6-T-GDI-Benzinmotor erhältlich, der wahlweise mit einem Sechsgang-Schaltgetriebe oder einem 48-V-Mild-Hybrid-System und einem Siebengang-Doppelkupplungsgetriebe (7DCT) angeboten wird.

Der TUCSON verfügt über ein in seiner Klasse führendes Sicherheitspaket mit einer umfassenden Palette an Hyundai SmartSense-Fahrerassistenzsystemen. Der Frontkollisionsvermeidungsassistent 2.0 und der Autobahnfahrassistent 2.0 ergänzen Technologien wie den intelligenten Geschwindigkeitsbegrenzungsassistenten (ISLA) und die navigationsbasierte Smart Cruise Control. ISLA unterstützt den Fahrer bei der Einhaltung erkannter Geschwindigkeitsbegrenzungen, während die navigationsbasierte Smart Cruise Control Navigationsdaten nutzt, um die Fahrzeuggeschwindigkeit an die jeweiligen Straßenverhältnisse anzupassen.

Der neue TUCSON bietet eine in seiner Klasse führende Anhängelast von bis zu 1.910 kg für die Hybridvariante, während der Plug-in-Hybrid bis zu 1.810 kg (bei 12 % Steigung) ziehen kann. Der Trailer Reverse Assist (TRA) unterstützt die Lenkung beim Rückwärtsfahren mit Anhänger und erleichtert so Manöver bei niedrigen Geschwindigkeiten.

Um mehr über die vollständigen Produktdetails des brandneuen TUCSON zu erfahren, klicken Sie hier. Für vollständige Produktdetails zum TUCSON N Line klicken Sie hier.

Hyundai bringt mit dem neuen STARIA Cargo Elektro seine EV-Kompetenz in das LCV-Segment

Im Rahmen der nächsten Phase seiner SUV-Offensive in Europa stellt Hyundai den STARIA Cargo Elektro vor, ein vollelektrisches leichtes Nutzfahrzeug (LCV), das fortschrittliche elektrische Leistung mit praktischer Alltagstauglichkeit für Unternehmen und gewerbliche Nutzer verbindet.

Hyundai erweitert sein Angebot auf das LCV-Segment und nutzt dabei sein Know-how im Bereich

Elektrofahrzeuge, um den Bedürfnissen europäischer Geschäftskunden gerecht zu werden. Der STARIA Cargo bietet eine WLTP-Reichweite von bis zu 450 km und verfügt über eine 800-Volt-Elektroarchitektur, die eine in dieser Klasse führende Ladezeit von 20 Minuten für 10 bis 80 Prozent ermöglicht, wodurch Ausfallzeiten des Fahrzeugs minimiert und die Produktivität gesteigert werden.

Ein 160-kW-Elektromotor (218 PS) sorgt für starke Leistung, während eine Nutzlast von 1.040 kg, eine Anhängelast von 2.000 kg und Platz für drei Europaletten eine breite Palette professioneller Einsatzmöglichkeiten ermöglichen. Bemerkenswert ist, dass der STARIA Cargo technisch zugelassen ist, bis zu 2.000 kg zu ziehen, selbst wenn er seine maximale Nutzlast von 1.040 kg trägt, was außergewöhnliche Flexibilität bietet. Umfassende Hyundai SmartSense-Fahrerassistenztechnologien unterstützen zudem den sicheren und komfortablen Alltagsbetrieb.

Der STARIA Cargo Elektro unterstreicht die Führungsrolle von Hyundai in der Elektrofahrzeugtechnologie. Der STARIA Cargo Elektro ist darauf ausgelegt, die Anforderungen des täglichen gewerblichen Betriebs zu erfüllen und gleichzeitig den Übergang zur Elektromobilität für gewerbliche Nutzer praktischer zu gestalten.

„Unternehmen sollten sich nicht zwischen Elektrifizierung und Produktivität entscheiden müssen“, kommentiert Xavier Martinet, Präsident und CEO von Hyundai Motor Europe. „Genau aus diesem Grund haben wir den STARIA Cargo entwickelt. Er vereint eine Reichweite von 450 km und ultraschnelles Laden – ermöglicht durch seine 800-Volt-Architektur – mit der Nutzlast, der Anhängelast und dem Laderaum, auf die gewerbliche Kunden täglich angewiesen sind. Das Ergebnis ist ein vollelektrisches leichtes Nutzfahrzeug, das ganz auf die Bedürfnisse europäischer Nutzer zugeschnitten ist.“

Im Innenraum verfügt der STARIA Cargo über das „Connected Car Navigation Cockpit“ (ccNC) von Hyundai, einschließlich eines 12,3-Zoll-Touchscreens und eines digitalen Kombiinstruments, das einen intuitiven Zugriff auf wichtige Fahrzeugfunktionen ermöglicht.

Die vernetzten Funktionen unterstützen das Fernmanagement des Fahrzeugs, die Überwachung des Ladezustands und die Klimasteuerung. Die „Vehicle-to-Load“-Funktion (3,5 kW) ist extern sowie über eine Steckdose im Laderaum verfügbar und erhöht die Vielseitigkeit im Alltag zusätzlich, da Nutzer externe Elektrogeräte direkt über das Fahrzeug mit Strom versorgen können.

Hyundai arbeitet zudem mit Ausstattungspartnern zusammen, um Umrüstlösungen anzubieten, die auf die Bedürfnisse lokaler Geschäftskunden in ganz Europa zugeschnitten sind. Mit Blick auf die Zukunft prüft Hyundai außerdem standardisierte Umrüstlösungen, die über Hyundai Händler in mehreren europäischen Märkten angeboten werden könnten, um den Kunden ein einheitlicheres und komfortableres Erlebnis zu bieten.

Um mehr über die vollständigen Produktdetails des neuen STARIA Cargo zu erfahren, klicken Sie bitte hier.

Hyundai Motor Company als offizieller Automobilpartner der UEFA Champions League

Am Stand von Hyundai in Paris gibt es einen eigenen Bereich, in dem die mehrjährige Partnerschaft als offizieller Automobilpartner der UEFA Champions League vorgestellt wird.

Die Partnerschaft unterstreicht das Engagement des Unternehmens für den europäischen Vereinsfußball auf höchstem Niveau. Sie beginnt mit der Saison 2026/27 und läuft bis zum Ende der

Saison 2030/31.

Fußball ist für Hyundai ein vertrautes Terrain. Seit fast 30 Jahren unterstützt das Unternehmen den Sport auf höchstem Niveau, von den größten internationalen Turnieren bis hin zu Vereinen und Verbänden auf der ganzen Welt. Die UEFA Champions League erweitert dieses Engagement auf die Spitze des europäischen Vereinsfußballs.

Die Parallelen zwischen der UEFA Champions League und Hyundai gehen über die bloße Größe hinaus: Die Mannschaften in diesem Wettbewerb rekrutieren Talente aus allen Teilen der Welt und treten auf höchstem Niveau in Europa gegeneinander an. Hyundai nutzt die Stärken seiner globalen Präsenz, während es Fahrzeuge in Europa entwirft, entwickelt und baut und diese auf dem gesamten Kontinent verkauft.

Im Rahmen seiner Markenvision „Progress for Humanity“ setzt sich Hyundai dafür ein, Chancen zu erweitern und zu einer inklusiveren Zukunft für die Gesellschaft beizutragen. Durch diese Partnerschaft mit UC3 – dem Joint Venture der UEFA mit europäischen Fußballvereinen –, das Engagement in der UEFA Champions League und die Mobilitätsangebote von Hyundai möchte das Unternehmen Menschen über Kulturen und Gemeinschaften hinweg in ganz Europa zusammenbringen, Millionen von Fußballfans vereinen und gleichzeitig einen positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten.

„Sowohl die UEFA Champions League als auch Hyundai werden von Fortschritt, Leistung und dem Bestreben angetrieben, Menschen zusammenzubringen“, unterstreicht Xavier Martinet, Präsident und CEO von Hyundai Motor Europe. „Wir gehen diese Partnerschaft mit unserer bislang stärksten Modellpalette ein. Der IONIQ 3 ist das erste von fünf bedeutenden neuen Modellen, die wir in dieser Saison in Europa auf den Markt bringen. Er wurde speziell für unsere Kunden hier in der Region konzipiert und entwickelt und ist das Fahrzeug, das unsere Modellpalette für die Zukunft anführt.“

Die UEFA Champions League ist der weltweit meistgesehene jährliche Vereinsfußballwettbewerb – rund jeder Dritte weltweit interessiert sich für die Champions League. Das Turnier mit 36 Vereinen bietet eine perfekte Plattform, um ein riesiges Publikum leidenschaftlicher Fußballfans anzusprechen und die zukünftige Ausrichtung von Hyundai hervorzuheben – von Robotik und physischer KI bis hin zu Software und intelligenten Mobilitätslösungen, die speziell auf europäische Kunden zugeschnitten sind.

Weitere Informationen zur mehrjährigen Partnerschaft von Hyundai mit der UEFA Champions League finden Sie hier.

Hyundai und Waymo prüfen strategische Ausweitung ihrer Partnerschaft im Bereich autonomer Mobilität auf internationale Märkte

Die Hyundai Motor Company und Waymo werden das Potenzial einer Ausweitung ihrer strategischen Partnerschaft im Bereich autonomer Mobilitätsdienste auf internationale Märkte prüfen. Die ersten AV-fähigen IONIQ 5-Fahrzeuge werden noch in diesem Jahr an Waymo in den USA ausgeliefert, um dort mit dem „Waymo Driver“ ausgestattet zu werden. Hyundai stellt diese Technologie im Rahmen seines Auftritts auf dem Pariser Autosalon an seinem Stand vor.

Im Rahmen der Partnerschaft mit Waymo werden Hyundai Fahrzeuge in den USA im autonomen Fahrdienst zum Einsatz kommen, wobei auch internationale Märkte Teil dieser Entwicklung sein sollen.

Der preisgekrönte, vollelektrische IONIQ 5 basiert auf der fortschrittlichen 800-Volt-Architektur von Hyundai mit ultraschneller Ladefunktion und bietet damit erstklassige elektrische Effizienz für die autonome Mobilität.

Der IONIQ 5 wurde speziell für eine nahtlose Integration entwickelt und vereint die fortschrittliche Elektrofahrzeugplattform von Hyundai mit der autonomen Hardware- und Software-Suite der 6. Generation von Waymo. Das Fahrzeug verfügt über speziell entwickelte redundante Brems- und Lenksysteme, die letztlich für ein sicheres, sanftes und zuverlässiges Fahrverhalten sorgen.

Hyundai und Waymo setzen sich dafür ein, messbare Fortschritte in Richtung „Vision Zero“ zu erzielen: eine gemeinsame globale Vision von null Verkehrstoten und gerechter, stressfreier Mobilität für alle.

Fortschrittliche Robotik als Motor für Hyundais globale Transformation

Hyundai präsentiert seine Innovationen im Bereich Robotik auch auf dem Pariser Autosalon 2026 als Teil seines Wandels hin zu einem Unternehmen für physische KI und Robotik, wie José Muñoz, Präsident und CEO der Hyundai Motor Company, bereits Anfang dieses Jahres auf dem CEO Investor Day 2026 hervorgehoben hat.

Messebesucher können „Spot“, einen agilen vierbeinigen Roboter des Hyundai Motor Group Tochterunternehmens Boston Dynamics, erkunden, mit ihm interagieren und ein Selfie mit dem Roboter machen.

Im Rahmen des Fokus auf den menschlichen Fortschritt durch die Zusammenarbeit von Menschen und kollaborativen Robotern wird „Spot“ bereits für industrielle Inspektionen und vorausschauende Wartung in den weltweiten Werken von Hyundai eingesetzt. Dadurch werden die Sicherheit verbessert sowie die körperliche Belastung und das Risiko für menschliche Mitarbeiter verringert, sodass diese Zeit für wertvollere Aufgaben gewinnen.

Neben Spot stellte Boston Dynamics auf der CES 2026 die Serienversion seines humanoiden Roboters Atlas vor, während die Hyundai Motor Group ihre Roadmap für Robotik und physikalische KI skizzierte. Atlas wird bis 2028 erstmals in der „Metaplant America“ der Hyundai Motor Group für Sequenzierungsaufgaben eingesetzt und treibt damit die Innovation im Bereich menschenzentrierter Smart Factories voran. Atlas fördert die Zusammenarbeit zwischen Mensch und Roboter, indem er risikoreichere Aufgaben übernimmt und so die körperliche Belastung der Mitarbeiter verringert. Damit legt er den Grundstein für die Kommerzialisierung von Robotern und eine kollaborative Mensch-Roboter-Umgebung.

In Paris präsentiert Hyundai außerdem seine nicht-angetriebene Robotiktechnologie „X-ble Shoulder“, die Standbesucher selbst erleben können. „X-ble Shoulder“ ist ein vom Hyundai Motor Group Robotics LAB entwickelter industrieller Wearable-Roboter und läutet eine neue Ära der Wearable-Technologie ein. Bei Überkopfarbeiten, bei denen der Arm des Bedieners angehoben ist, kann „X-ble Shoulder“ die Oberarmmuskulatur des Benutzers entlasten und die Belastung des oberen Bewegungsapparats verringern.

Zu den Vorteilen von X-ble Shoulder zählen eine erhöhte Arbeitssicherheit, ein verringertes Risiko für Verletzungen des Bewegungsapparats, verbesserter Tragekomfort sowie gesteigerte Effizienz und Produktivität. Das Gerät kann die Schulterbelastung um bis zu 60 Prozent und die Aktivität des vorderen und seitlichen Deltamuskels um bis zu 30 Prozent reduzieren.

X-ble Shoulder erzeugt die Unterstützkraft über sein Muskelkompensationsmodul anstelle eines elektrischen Systems und verfügt über eine nicht-elektrische Struktur zur Drehmomenterzeugung. Er muss nicht aufgeladen werden, was die Wartung und Handhabung vereinfacht. Sein Gewicht beträgt etwa 1,9 kg. Die Körperlänge ist zwischen 406 mm und 446 mm einstellbar, während das Gerät eine vollständige Armbewegung von 0 bis 180 Grad ermöglicht, ohne Arbeits- oder Ruheaktivitäten zu beeinträchtigen.

Hyundai: Langfristiges Engagement in Europa

In Paris bekräftigt Hyundai sein Engagement in Europa mit der nächsten Phase seiner Produktoffensive und erneuert sein SUV-Angebot in den Kernmarktsegmenten. Hinzu kommen der Einstieg in ein neues Kundensegment mit dem STARIA Cargo Elektro sowie wichtige Partnerschaften, um mehr Kunden zu erreichen und die Marke in Europa weiter auszubauen.

Heute ist das Engagement für Europa greifbar: Hyundai Motor Manufacturing Czech (HMMC) in Nošovice hat seit seiner Gründung im Jahr 2006 mehr als fünf Millionen Fahrzeuge produziert. Dieser Meilenstein spiegelt langfristige Stabilität, technologische Reife und Produktion in Europa für Europa wider – und das Werk wird seine strategische Bedeutung als Teil der Hyundai Aktivitäten weiter ausbauen, während es sich auf den Produktionsstart des neuen TUCSON vorbereitet.

Wie HMMC bereitet sich auch Hyundai Motor Türkiye (HMTR) auf die Produktion eines völlig neuen Fahrzeugs vor und wird noch in diesem Jahr mit der Fertigung des neuen BAYON beginnen. Die Produktion des neuen Kompakt-SUV in Izmit wird auch auf Hybridantriebe ausgeweitet, ermöglicht durch ein neues Werk zur Montage von Batteriesystemen, das Anfang dieses Jahres vor Ort errichtet wurde.

Sowohl in die beiden Werke als auch in das Forschungs- und Entwicklungszentrum im Hyundai Motor Europe Technical Center (HMETC) in Deutschland wurden erhebliche Investitionen getätigt, um die Präsenz von Hyundai in Europa weiter zu stärken. Mit einer Investition von 150 Millionen Euro in den neuen „Square Campus“ am HMETC erweiterte Hyundai im vergangenen Jahr seine F&E-Einrichtungen um weitere 25.000 m² und machte das Zentrum damit zu einem der modernsten F&E-Zentren der Automobilbranche in Europa.

In Izmit investierte das Unternehmen 250 Millionen Euro in den Umbau des Werks mit einem neu gestalteten Karosserieboden für Elektrofahrzeuge, der Integration von Hochspannungsbatterien und Leistungselektronik und nahm im August dieses Jahres erfolgreich die Produktion seines ersten Elektrofahrzeugs, des IONIQ 3, auf.

Das Werk in Nošovice in der Tschechischen Republik wurde ebenfalls im Jahr 2025 erweitert, um die Produktion und Montage von Batterien für reine Elektrofahrzeuge (BEV) zu unterstützen; seit seiner Eröffnung im Jahr 2008 wurden dort insgesamt über 2 Milliarden Euro investiert.

Hyundai Motor Europe verfügt in der Region über eine Produktionskapazität von rund 580.000 Einheiten mit Ausbaupotenzial und beabsichtigt, mehr als die Hälfte der regionalen Produktion auf batterieelektrische Fahrzeuge auszurichten.

Die in Paris vorgestellten Produkte der Marke, darunter der IONIQ 3, der neue TUCSON und der neue BAYON, verbinden lokale Produktion, Elektrifizierung und softwaredefinierte Technologie in den Bereichen Stadt-, Familien- und Geschäftsmobilität.

Das Engagement von Hyundai in Europa ist langfristig angelegt. Hyundai entwirft, entwickelt, testet, produziert und verkauft Fahrzeuge in Europa und wird bis 2030 mehr als 3 Milliarden Euro in

die Region investiert haben – ein Beleg dafür, dass Hyundai sein strategisches Engagement verstärkt, während andere möglicherweise zurückfahren.

***

Verbrauchs- und Emissionsangaben:

Hinweis: Die Angaben zu Energieverbrauch und Fahrleistungen sind noch nicht final und stehen unter dem Vorbehalt der abschließenden Homologation. Fahrzeugspezifikationen und Ausstattungsmerkmale können je nach Land bzw. Region variieren und ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Der neue Hyundai BAYON steht noch nicht zum Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchsermittlung der deutschen Länderausführungen erfolgen unmittelbar vor den Markteinführungen.

Der neue Hyundai TUCSON steht noch nicht zum Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchsermittlung der deutschen Länderausführungen erfolgen unmittelbar vor den Markteinführungen.

Der neue Hyundai TUCSON N Line steht noch nicht zum Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchsermittlung der deutschen Länderausführungen erfolgen unmittelbar vor den Markteinführungen.

Energieverbrauch in kWh/100km für den Hyundai STARIA Cargo Elektro: kombiniert 20,7; CO_2-Emissionen kombiniert 0 g/km, CO_2-Klasse: A.

Die angegebenen Verbrauchs- und CO_2-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt.

https://www.hyundai.news/de/articles/press-releases/hyundai_paris_autosalon_2026_premieren.html