

Nový Hyundai ix35  
- favorit třídy C-SUV

New Hyundai ix35  
- Favorite of the C-SUV Segment



Česko-korejské vztahy trvají již 20 let

The Czech-Korean Relations have already been lasting for 20 Years

Hyundai představil novinky v Ženevě

Hyundai presented New Models in Geneva

## Novinky z automobilového průmyslu / News from the Automotive Industry

## Studenty láká zpět k technickým oborům speciální projekt

Nezájem o technické obory, nízký počet vystudovaných odborníků – tak může za pár let vypadat stav na trhu práce, kterému budou muset mnozí automobiloví výrobci v ČR čelit. Potenciální problém jim má pomoci vyřešit projekt Sdružení automobilového průmyslu a Ministerstva školství ČR „Autánás baví“. Jeho cílem je přesvědčit školáky z devátých tříd, aby se přihlásili na střední školy a učiliště s technickým zaměřením.

Řemeslo má zlaté dno a odborníci si vždy hledají snadno pracovní uplatnění – tak by se dalo shrnout motto celé kampaně. Automobilový průmysl je navíc dlouhodobě páteří českého průmyslu, o kvalifikované pracovníky proto bude pořád velký zájem. Ministerstvo školství ČR si od projektu slibuje navázání užší spolupráce škol a budoucích zaměstnavatelů a podílení se firem na tvorbě vzdělávacích obsahů předmětů. Automobilové společ-

nosti mají lákat také na atraktivní stáže a odborné exkurze. Projekt je pro studenty dostupný na internetovém portále [www.autanasbavi.cz](http://www.autanasbavi.cz). Kromě seznamu odborných škol a rad odborníků zde mohou zjistit praktické informace, které jim pomohou v jejich dalším profesním směřování.

Společnost HMMC se do projektu také zapojila. Pro žáky a studenty středních technických škol organizuje speciální programy, jejichž součástí je možnost podívat se do zákulisí výroby vozů Hyundai i30 a modelu Kia Venga. V roce 2009 navštívilo výrobní závod Hyundai v Nošovicích na 1300 žáků a studentů z 29 středních technických škol Moravskoslezského kraje. „Studenti si mohli prohlédnout, jak probíhá zdejší výroba a zjistit, jak se na své povolání v automobilovém průmyslu připravit,“ popisuje Jaromír Radkovský, generální manažer Oddělení lidských zdrojů.

## A Special Project lures the Students back to the Technical Fields

The lack of interest in technical fields, a small number of educated experts – that is how it might look like on the labour market which many of the Czech car manufacturers will have to face in a few years. They should find help in solving this potential problem within a project of Automotive Industry Association and the Czech Ministry of Education „We enjoy cars“ (in Czech „Autánás baví“). Its aim is to convince the pupils from the ninth grades to register with the secondary schools and training institutions with technical orientations. The craft has a golden bottom and the experts find their working fulfilment easily – that is how the motto of the whole campaign could be summarized. The car industry is a backbone of the Czech industry in the long term, there will be always the interest in qualified workers. The Ministry of Education put great expectations into this project as it promises closer cooperation between schools and the future employers will be created as well as cooperation of com-

panies while preparing educational subject contents. The car companies should lure the schoolchildren and students to the attractive scholarships and technical excursions. The project is available for the students online on the internet portal [www.autanasbavi.cz](http://www.autanasbavi.cz). Besides the list of technical schools and several pieces of advice from the experts they can find here practical information which will help them in their further professional hang.

HMMC joined this project too. The company organizes special programs for the schoolchildren and students of technical fields the content of which is to look into the backstage of the Hyundai i30 and Kia Venga production. In 2009, up to 1,300 students from 29 secondary schools in the Moravian-Silesian Region region visited Hyundai plant in Nošovice. „The students could see how the production is being run here and find out how to prepare themselves for their future career in the car industry,“ Jaromír Radkovský, HR general manager describes.

## Z tisku / From the Press

## Úspěch vozu Hyundai i30 ve Velké Británii

Po článku o úspěchu značky Hyundai, publikovaném v magazínu Fortune, se automobilu Hyundai i30 podařilo získat pozornost dalšího média, tentokrát britského časopisu pro spotřebitele s názvem Which? Periodikum se specializuje na recenze a rady v oblasti služeb a výrobků – od domácích spotřebičů až po moderní technologie.

V jeho testu se Hyundai i30 podařilo v kategorii „Nejvýhodnější hatchback střední třídy“ porazit mnohem dražší vozy Volvo C30 a Mercedes třídy A. Dalšími konkurenty v testu byli například Ford Focus, Volkswagen Golf, Mazda 3 nebo nový Vauxhall Astra.

Podle výsledků má Hyundai i30 stejně dobré jízdní vlastnosti jako Ford Focus nebo Volkswagen Golf. Mezi přednosti vozu patří také kvalitní materiály použité v interiéru a výbava. Magazín Which? testoval Hyundai i30 se dvěma zážehovými motory (1,4 a 1,6 litru) a jedním vznětovým o objemu 1,6 litru. Testovací tým dospěl k závěru, že nejlepší volbou pro zákazníka je diesellový agregát o objemu 1,6 litru, který poskytuje slušnou akceleraci a úspornou spotřebu paliva. V lednovém vydání časopisu Which? se

dále například dozvíte, že jeho čtenáři v každoročním testu kvality servisních služeb nejlépe hodnotí značku Hyundai. Na druhém místě skončila Mazda a třetí příčku obsadil Mercedes.

## Success of Hyundai i30 in the UK

After an article about Hyundai brand success published in Fortune magazine, Hyundai i30 has won favor of another medium, this time it is the British consu-

mer journal called Which? This periodical includes reviews and advice covering a wide range of services and products - from white goods to modern technology.

Hyundai i30 beat more expensive Volvo C30 and Mercedes A-Class in the „Best Buy Medium Hatchback“ category of Which? magazine's latest test. Other rivals were e.g. Ford Focus, Volkswagen Golf, Mazda 3 or the new Vauxhall Astra.

According to the results Hyundai i30 performs as well on the road as VW Golf or Ford Focus. Hyundai i30 strong points are also high-quality materials used in the interior and its equipment. Which? magazine tested Hyundai i30 with two petrol engines (1.4 and 1.6 liter) and one diesel engine 1.6 liter. The test showed that the 1.6 diesel is the best option for a customer. The engine offers decent acceleration and fuel efficiency.

In January issue of Which? magazine you can also learn that its readers rated car dealer service. Hyundai brand was the best. Mazda finished second and Mercedes took the third place.

**TEST LAB MEDIUM CARS**  
BUDGET BRAND HYUNDAI BEATS MORE EXPENSIVE MODELS FROM VOLVO AND MERCEDES

**BEST BUY MEDIUM HATCHBACKS**  
**HYUNDAI i30** (1.6 CRDi) £12,999  
BEST BUY MEDIUM HATCHBACKS BY CATEGORY  
Hyundai i30 (1.6 CRDi) £12,999  
Ford Focus (1.6) £12,999  
Volkswagen Golf (1.6) £12,999  
Mazda 3 (1.6) £12,999  
Vauxhall Astra (1.6) £12,999

**HYUNDAI i30** (1.6 CRDi) £12,999  
The i30 is the best value for money in the medium hatchback class. It offers a low running cost, a spacious interior and a range of equipment. The i30 is also a good choice for those who want a car with a high level of safety and reliability.

**HYUNDAI i30** (1.6 CRDi) £12,999  
The i30 is the best value for money in the medium hatchback class. It offers a low running cost, a spacious interior and a range of equipment. The i30 is also a good choice for those who want a car with a high level of safety and reliability.

**HYUNDAI i30** (1.6 CRDi) £12,999  
The i30 is the best value for money in the medium hatchback class. It offers a low running cost, a spacious interior and a range of equipment. The i30 is also a good choice for those who want a car with a high level of safety and reliability.

## Hyundai představil novinky v Ženevě

Návštěvníci jubilejního 80. ročníku Ženevského autosalonu, který se konal od 4. do 14. března, mohli v expozici značky Hyundai obdivovat celkem osm světových premiér.

První z nich byl zcela nový koncept **i-flow** (HED-7), jenž dále rozvíjí designérskou filosofii „fluidního tvarování“ vozů Hyundai. Tento koncept naznačuje budoucí podobu vozu segmentu D. Na první pohled zaujme svými elegantními liniemi a futuristickými bionickými tvary, jejichž předností jsou mimořádné aerodynamické vlastnosti. Součinitel odporu vzduchu  $c_x = 0,25$  přispívá ke snížení emisí  $CO_2$  na pouhých 85 g/km a spotřeby paliva na 3 l/100 km. Klíčovými faktory pro dosažení těchto vynikajících ekologických parametrů je první hybridní poháněcí soustava Hyundai se vznětovým motorem. Nový agregát U2 o objemu 1,7 litru, který disponuje dvoustupňovým přeplňováním a pokrokovými lithium-polymerovými akumulátory Li-Pol společnosti Hyundai, spolupracuje s novou šestistupňovou dvouspojčkovou převodovkou.

Na úspěch modelové řady i30 naváže modernizované provedení **i30U**, jehož sériová výroba začne v březnu letošního roku. Tento facelift, kromě vylepšení

balíček odráží důvěru značky Hyundai v kvalitu a spolehlivost všech modelů i30 vyráběných v Evropě a zákazníkům přinese ještě větší pocit jistoty v každodenním provozu.

Hyundai na Ženevském autosalonu představil také nejnovější výsledky svého vývojového programu Blue Drive. V rámci tohoto projektu vzniklo již celkem pět nových sériově vyráběných modelů: **i10 blue**, **i20 blue**, **i30 blue**, **i30cw blue** a **ix35 blue**. Tyto vozy jsou dalšími milníky na cestě společnosti Hyundai k jejímu cíli stát se v rámci automobilového průmyslu globálním lídrem v oblasti ekologicky orientovaných technologií. První čtyři z výše uvedených novinek mají emise  $CO_2$  pod hranicí 100 g/km díky použití systému ISG (Idle Stop & Go), pneumatik s nízkým valivým odporem a upravené aerodynamice. Pátý model ix35 blue se může pochlubit skvělou hodnotou 135 g/km, která je novým měřítkem v kategorii vozů SUV segmentu C. Těchto zlepšení bylo dosaženo bez jakýchkoli kompromisů v oblasti výkonu, spolehlivosti nebo radosti z jízdy.

Pohled do budoucnosti nabízí model **ix35 FCEV**, s nímž se značka Hyundai přiblížila na dosah komercializace elektricky poháněných vozů s vodíkovými pa-

## Hyundai presented New Models in Geneva

The visitors of the 80<sup>th</sup> Geneva Motor Show that took place from 4<sup>th</sup> to 14<sup>th</sup> March could admire eight world premieres on the Hyundai company stand.

The first one was the all-new concept car **i-flow** (HED-7), which develops the “fluidic sculpture” design philosophy of Hyundai cars. Previewing a future D-segment contender from Hyundai, **i-flow** boasts elegant lines and a futuristic bionic shape with outstanding aerodynamics. The drag coefficient of 0.25Cd helps to reduce the car's  $CO_2$  output to just 85 g/km and fuel consumption to only 3 l/100 km. Hyundai's first diesel-electric hybrid powertrain is a key factor in delivering such an environmentally-conscious return. The new U2 1.7-liter engine is augmented by two-stage turbocharging and Hyundai's Lithium Ion-Polymer battery, partnered with a six-speed dual-clutch transmission. Entering mass production in March this year, the **i30U** takes over from the well-established i30 and incorporates a wide range of improvements in design, equipment and competitiveness, as well as the

of the i30 cars made in Europe and gives added peace of mind to consumers.

At the Geneva Motor Show Hyundai also revealed the latest products of its eco-focused Blue Drive program. Five new production vehicles have resulted from this project: the **i10 blue**, **i20 blue**, **i30 blue**, **i30cw blue** and **ix35 blue**. These cars will drive the Hyundai company towards its goal of global leadership in automotive technologies that are sensitive to the environment. Through innovations such as the ISG system (Idle Stop & Go), low-rolling resistance tyres and modified aerodynamics, the first four of these cars have  $CO_2$  emissions below 100 g/km. The fifth model ix35 blue boasts an impressive 135 g/km - a new benchmark figure for the C-segment SUV. These improvements were achieved without compromising performance, reliability or driver satisfaction.

Looking one step beyond the Blue Drive models, the new **ix35 FCEV** moves the Hyundai brand closer to the commercialization of hydrogen fuel cell electric vehicles. This new arrival brings several important



Budoucnost vozů segmentu D - koncept i-flow // The future of D-segment cars - i-flow concept car

v oblasti designu, výbavy a konkurenceschopnosti, zahrnuje také motory s ještě nižšími emisemi. Důležitou součástí nové řady i30U je rovněž paket Hyundai „Triple5“, který nabízí vylepšenou pětiletou záruku na celý vůz bez omezení ujetých kilometrů, pětiletou asistenční službu a každoroční servisní prohlídky po dobu pěti let stáří automobilu. Tento

lymovými články. Tato novinka, v porovnání s předchozí generací reprezentovanou prototypem Tucson FCEV, přináší několik důležitých inovací, které umožní vyrobit tisíce vozů Hyundai FCEV už do roku 2012. Intenzivním vývojem ix35 FCEV se podařilo znatelně snížit výrobní náklady a zjednodušit produkci palivových článků i celkovou finální montáž.

engines with lower emissions. To complete the upgrade, i30U comes with the Hyundai “Triple5” package consisting of an enhanced five-year, bumper-to-bumper unlimited warranty, roadside assistance for five years and five-year annual vehicle seasonal check. The package reflects the quality and reliability

innovations over the previous generation Tucson FCEV and will lead to the production volume of Hyundai FCEV in thousands by 2012. Among the developments implemented on ix35 FCEV are steps to reduce the cost and complexity of fuel-cell manufacturing and to simplify the final assembly.

## Nový Hyundai ix35 – favorit třídy C-SUV

**Nové kompaktní SUV Hyundai ix35 přichází na trh jako nástupce úspěšného modelu Tucson. Kromě elegantnějšího designu, většího vnitřního prostoru, bohatší výbavy a inovativních technických prvků nabízí tato novinka také nízkou spotřebu paliva s minimálními emisemi. Zlepšuje tak ekologickou bilanci vozů SUV a demonstruje snahu společnosti Hyundai ještě aktivněji přispívat k ochraně životního prostředí.**

Nový ix35 si v pětimístném interiéru zachovává vysokou úroveň praktičnosti, kterou dokumentuje větší prostor pro hlavu a nohy a výrazně větší objem zavazadlového prostoru. Vůz je delší, širší a nižší než Tucson (o 85 mm, 20 mm a 20 mm) a jeho rozvor byl prodloužen o 10 mm na 2640 mm. Svůj elegantní vzhled a inovativní konstrukci získal ve výzkumném a vývojovém středisku Hyundai v Rüsselsheimu. Hyundai ix35 na první pohled zaujme novou designérskou filozofií „fluidních ladných tvarů“, kterou mohla veřejnost poprvé obdivovat na konceptu ix-onic v roce 2009, jehož ztvárnění v sobě spojuje tři kvality: vytríbenost, odvahu a dynamiku. V případě sériového

modelu ix35 je vytríbenost vyjádřena zakřivenými osobitými liniemi a rozvážným pevným postojem. Odvaha pramení z jedinečných a agresivních linií na bocích, smělých detailů a robustních kol z lehkých slitin. Dynamiku odráží nízký profil vozu a plynule integrovaný zadní spoiler. Tři zmíněné kvality zdůrazňuje šestiúhelníková přední maska chladiče, která se stane klíčovým vizuálním prvkem nové rodinné podoby evropských modelů automobilky Hyundai.

Hyundai ix35 se pro evropský trh vyrábí v závodě KIA ve slovenské Žilině. Vůz bude mít postupně k dispozici čtyři motory (dva zážehové a dva vznětové s rozpětím výkonů od 84,5 kW (115 k) do 135 kW (184 k), mechanickou a samočinnou převodovku a pohon předních nebo všech kol. Tři z uvedených motorů jsou nové. Jedná se o vznětové agregáty R 2,0 a U2 1,7 a oblíbený zážehový motor Hyundai 1,6 Gamma ve verzi GDI. Všechny modely ix35 se mohou pochlubit optimalizovanou spotřebou paliva a sníženými emisemi díky novému systému řízení alternátoru (redukuje zatížení motoru), funkci podporující hospodárný styl jízdy, zadnímu spoileru, který sni-

## New Hyundai ix35 – Favorite of the C-SUV Segment

**The all-new compact SUV Hyundai ix35 is coming to the market to supersede the successful Tucson. The car offers more elegant design, more space, more equipment, new high-tech features and also low fuel consumption with minimal emissions. It improves SUV eco-credentials and demonstrates Hyundai's respect for the environment.**

New ix35 maintains high levels of practicality with increased headroom and legroom in the five-seat cabin and a significantly larger cargo bay. Longer, wider and lower than its predecessor (by 85 mm, 20 mm and 20 mm). Its wheelbase was stretched by 10 mm to 2640 mm. Designed and developed at Hyundai's R&D centre in Rüsselsheim, the new ix35 adopts Hyundai's new "fluidic sculpture" design philosophy. Previewed on the 2009 ix-onic show car, the design concept brings together three qualities: refinement, confidence and dynamism. Refinement is conveyed by the ix35's sweeping, distinctive lines and a poised stance. Confidence comes from the unique and aggressive 'double-step' lines on the flanks, boldness in the details and chunky alloy wheels. Dynamism is projected by the car's low profile and its smoothly integrated rear spoiler. These three qualities are accentuated by the hexagonal front grille that will become

the key visual element of the brand's new European family look.

Hyundai ix35 for the European market has been produced in Žilina KIA factory. The ix35 will be available with a choice of four engines (two petrol and two diesel with a power spread of 115HP to 184HP), manual and automatic transmissions and two-wheel or four-wheel drive. Three of the engines are new – the R 2.0 and U2 1.7 diesel and the GDI version of Hyundai's popular 1.6 Gamma petrol engine. All ix35 models feature optimized fuel economy and reduced emissions with a new alternator management system (eliminates drag on the engine), driving aid to encourage economical (fuel-saving) motoring, rear spoiler that reduces aerodynamic drag and low-rolling resistance silica compound tyres. When fitted with ISG (Idle Stop & Go), the CO<sub>2</sub> ratings of ix35 will be as low as 139 g/km (1.7 diesel) and 149 g/km (1.6 GDI). All new ix35 vehicles demonstrate significant improvements over the previous Tucson models.

Hyundai ix35 will be available with four equipment levels - Classic, Comfort, Style and Premium. Buyers will be able to choose from nine exterior and three interior colors. New active safety features, fitted as standard in most countries, include ESP (Electronic Stability Program), a new Rollover Sensor



Hyundai ix35 je delší, širší a nižší než jeho předchůdce Tucson // Hyundai ix35 is longer, wider and lower than its predecessor Tucson

žuje aerodynamický odpor vzduchu, a pneumatikám s nízkým valivým odporem ze směsi s větším obsahem siliky. Vozy ix35 budou postupně vybaveny také systémem ISG (Idle Stop & Go), s nímž dosahují nízkých hodnot emisí CO<sub>2</sub> ve výši jen 139 g/km (1,7 diesel), resp. 149 g/km (1,6 GDI). Všechny varianty Hyundai ix35 doznaly v porovnání s předchozími modely Tucson výrazného zlepšení.

Modelová řada ix35 nabízí čtyři úrovně výbavy - Classic, Comfort, Style a Premium. Zákazníci budou mít na výběr devět barev karoserie a tři barevná provedení interiéru. Mezi novými prvky aktivní bezpečnosti, dodávanými ve většině zemí jako součást sériové výbavy, najdete stabilizační systém ESP (Electronic Stability Program), nový senzor převrácení (v případě potřeby aktivuje hlavové a boční airbagy a předpínače bezpečnostních pásů), asistent rozjezdu do kopce HAC (Hillstart Assist Control), který zabráňuje samovolnému pohybu vozu při rozjíždění do svahu, a asistent pro jízdu ze svahu DBC (Downhill Brake Control), jehož úkolem je udržovat velmi nízkou rychlost jízdy z prudkého kopce.

Nový vůz Hyundai ix35 se objeví v celoevropské síti 2350 prodejců



*Interiér nabízí cestujícím vynikající komfort // Interior offers outstanding comfort for passengers*

během letošního jara. Společně s modernizovaným modelem Santa Fe přispěje k posílení pozice automobilky Hyundai mezi pěti nejoblíbenějšími značkami vozů SUV v Evropě a výrazně tak podpoří růst odbytu, zlepšení povědomí o značce a zvýšení tržního podílu.

(that deploys the curtain airbags, side airbags and seatbelt pretensioners when required), Hillstart Assist Control (to prevent roll-back when starting on an incline) and Downhill Brake Control (to severely limit speed during a steep descent).

The new Hyundai ix35 will begin to ap-

pear in 2350 dealer showrooms across Europe during the spring. Together with the upgraded Santa Fe, ix35 will consolidate Hyundai's position as one of the top five SUV brands in Europe, while playing a significant role in boosting sales, enhancing brand awareness and raising the company's market share.

## Hyundai ix35... dokonalá krása

**Když se krása a účelnost spojí v jedno a rozum a cit spolu kráčí ruku v ruce, pak za tím nemůže být nic jiného než žhavá novinarka automobilky Hyundai, model kategorie SUV, ix35.** A protože každá novinka musí být uvedena ve známost, nejinak tomu bylo i u téhle neobyčejné krásky. Představena byla poprvé novinářům odborných médií na tiskové konferenci pořádané 16. února v Ekotechnickém muzeu v Praze. A čím že je zaujala? Hlubokýma, uhrančivýma očima, ladnými svůdnými křivkami a atraktivními mírami 4410-1820-1660. Do města ani na delší výlet se jí zatím nikdo pozvat neodvážil, a tak si bude muset ix35 počkat do některého z redakčních testů, kde všem ukáže, že není z cukru, ale že je to holka i do nepohody...

**When the beauty and efficiency meet in one and mind and sensation walk along each other hand in hand, then nothing can be behind but fervent novelty from the car manufacturer Hyundai, a model of SUV category, ix35.** And because every novelty has to be introduced into general knowledge, it was no difference in the case of this exceptional belle. She was in-

## Hyundai ix35... a Perfect Beauty



*Rozum a cit, krása a účelnost... Nový vůz Hyundai ix35 // Mind and sensation, beauty and efficiency... New Hyundai ix35*

roduced for the first time to the journalists of expert media at a press conference held on 16<sup>th</sup> February in the Ecotechnical Museum in Prague. And how did she attract

them? With her deep, mesmeric eyes, elegant seductive curves and attractive measures 4410-1820-1660. No one dares to invite her into the city or for a small trip so the ix35

will have to wait until some of the editors' tests where she will show to everybody she is no softie but that she is a girl to bad weather too.

## Česko-korejské vztahy trvají již 20 let

Z historického hlediska je období 20 let vztahů mezi dvěma státy relativně krátkou dobou, zvláště v případě styků s geograficky vzdálenou Korejskou republikou. Korea se do širšího povědomí našich obyvatel zapsala až po skončení 2. světové války na Dálném východě v srpnu 1945. Tehdy, po porážce Japonska, v jehož téměř čtyřicetiletém područí se někdejší korejské království nacházelo, získala Korea opět svobodu. Spojenci stanovená 38. rovnoběžka vedla k odlišnému vývoji v obou částech země rozdělené touto demarkační linií. Vzájemné spory vyvrcholily nakonec v korejské válce (1950-53). Ani tento střet však nevyřešil sjednocení obou korejských států, vzniklých na poloostrově v r. 1948, v jednotný demokratický státní útvar. Válka skončila pouze příměřím, trvajícím dodnes. Tehdy, v atmosféře sílící „studené války“ a bipolárního rozděleného světa, tehdejší Československo – stejně jako Sovětský svaz a ostatní země socialistického bloku – uznávalo jednostranně pouze Korejskou lidově demokratickou republiku na severu. Žádné oficiální kontakty s Korejskou republikou v jižní části poloostrova neexistovaly, styky s touto zemí byly zakázány.

Významným mezníkem v postojích tehdejšího Československa k oběma korejským státům byly hluboké společenské změny, k nimž došlo koncem 80. let minulého století v Sovětském svazu a následně rozpad komunistických režimů v celém bloku evropských socialistických států, jež nastoupily cestu demokratického vývoje a samostatné zahraniční politiky. Tento trend – včetně nového přístupu ke Korejské republice - se výrazně projevil po úspěšných Letních olympijských hrách v Soulu v r. 1988. Nelze se proto divit, že bezprostředně po Listopadu 1989 nová vláda ČSR uznala oficiálně Korejskou republiku, v březnu 1990 s ní navázala diplomatické styky a následujícího roku byla zřízena v Praze a v Soulu velvyslanectví.

K vytvoření právního rámce pro rozvíjení oboustranně prospěšné spolupráce v oblasti politické i ekonomické významně přispěly návštěvy prezidenta V. Havla v KR (1992) a prezidenta Kim Young-sama (1995) v ČR. Byly podepsány důležité dokumenty jako Dohoda o podpoře a vzájemné ochraně investic a Dohoda o zamezení dvojího zdanění, později Dohoda o vědeckotechnické spolupráci, Smlouva o sociálním zabezpečení aj. Po vstupu ČR do EU v r. 2004 se bilaterální vztahy v ekonomické oblasti řídí Rámcovou dohodou mezi EU a KR z r. 2001. Další četné dokumenty o spolupráci byly podepsány v oblasti vědy, školství, kultury aj.



*Univerzita Karlova byla jedním z prvních míst na světě, kde byl už v roce 1950 založen vědecký obor koreanistika a první studenti se začali učit tento nelehký jazyk.*

*The Charles University in Prague was one of the first places in the world, where students could study M.A. programme in Korean studies as early as from 1950.*

Přirozeně, že dynamický rozvoj korejské ekonomiky i naše dosavadní zkušenosti s korejským teritoriem (být dříve omezené především na Severní Koreu) přispěly k rychlému růstu efektivní spolupráce především v podnikatelské sféře a obchodní výměně. Ostatně právě automobilka Hyundai v Nošovicích je toho přesvědčivým důkazem. Výrobky takových firem jako Hyundai, Kia, Samsung, Daewoo, LG a dalších jsou dnes už dobře známé nejen v podnikatelských kruzích, ale i naší široké veřejnosti.

Je potěšitelné, že během minulých 20 let rozvíjející se spolupráce v mnoha sférách přispěla v obou zemích k hlubšímu vzájemnému poznání a chápání historického vývoje, kulturního bohatství, současných problémů i způsobu života. Na pestré paletě těchto aktivit se podílejí nejen státní, veřejné a soukromé instituce, ale též četná občanská sdružení. Velkou pomoc při tom poskytují i velvyslanectví v obou zemích. Jako příklad lze uvést festival „Soulské dny v Praze“ při návštěvě primátora Soulu (2009) nebo otevření Kulturního informačního centra ČR v Soulu v objektu Castle Praha (2009). K prezentaci naší republiky přispěl též český pavilon na Světové výstavě EXPO Taejon 1993.

Značně se rozvinula spolupráce v oblasti vědy, školství, kultury a sportu, podložená často dlouhodobými dohodami, mnohé akce se realizovaly i na komerční bázi. K šíření poznatků

o Koreji a výchově specialistů znalých korejský jazyk a tamní problematiku přispěla svým dílem i česká koreanistika (založená na Univerzitě Karlově už v r. 1950). Dohoda UK o spolupráci s Univerzitou cizích jazyků Hankuk v Soulu z r. 1990 umožnila těsnou spolupráci s tamní katedrou bohemistiky, výměnu profesorů i výměnné stáže studentů, společnou tvorbu učebnic atd. Bádáním o Koreji se zabývá také Orientální ústav Akademie věd ČR, zájemci o korejské výtvarné umění či etnografii mohou shlédnout zajímavé expozice Náprstkova muzea nebo Národní galerie. Intenzivní spolupráce v oblasti hudební výchovy se rozvíjí mezi pražskou konzervatoří a institutem Seoul Oratorio. Korejská kinematografie se účastní pravidelně karlovarských filmových festivalů, stejně jako se české filmové umění prezentuje na filmových přehlídkách v Pusanu. Návštěvy našich symfonických orchestrů v Koreji se těší stejnému zájmu jako vystoupení korejských souborů seznamující naše posluchače s tradičními i moderními formami korejské hudby, písní a tanců. Velkou popularitu mezi naší mládeží si rychle získal u nás dosud neznámý bojový sport – taekwondo. Ve výčtu nelze opomenout ani velký význam zavedení přímého leteckého spojení Praha-Soul korejskými aeroliniemi KAL, které hojně využívají též korejské turisté k poznání krás naší země. Díky překladatelské a vědecké čin-

nosti českých koreanistů se výrazně zvýšil počet překladů z korejské klasické a moderní literatury i odborných publikací a učebnic týkajících se korejského jazyka, historie, kultury a umění. Stejně tak zásluhou korejských bohemistů se čtenáři v Koreji mohou seznámit s překlady děl K. Čapka, J. Haška, M. Kundery, J. Škvoreckého, J. Seiferta, V. Havla aj., mají k dispozici moderní učebnice a příručky o českém jazyce, kultuře, nové česko-korejské slovníky či turistické průvodce. Vydání těchto publikací bylo v mnoha případech umožněno díky korejským nadacím jako Korea Foundation, Academy of Korean Studies, Korea Literature Translation Institute a dalších. Mnohé akce pro utužení vzájemných styků a poznání Koreje organizuje Česko-korejská společnost, založená už v r. 1990, podobné cíle sleduje také Společnost korejsko-českého přátelství v Soulu.

Výše zmiňované příklady dokumentují ve zkratce bohaté aktivity a kontakty zaměřené na vzájemné poznání, porozumění a upevňování přátelství mezi lidmi obou našich zemí. Pevně věříme, že se stanou dobrým základem pro další úspěšné a plodné prohlubování oboustranně prospěšných vztahů mezi ČR a KR i v příštích letech.

*Autorem článku je Doc. PhDr. Vladimír Pucek, CSc., mezinárodně uznávaný odborník na koreanistiku vyučující na Ústavu Dálného východu Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze.*

# The Czech-Korean Relations have already been lasting for 20 Years

**From the historical point of view, the 20-years amount of time between two countries is relatively a short time, mostly in the case of relations with the geographical-distant Korean republic. Korea came into the broader awareness of local citizens after the end of the Second World War in the Far East in August 1945.** Then, after the defeat of Japan, under the yoke of which the former Korean Kingdom used to suffer, it gained freedom again. The 38<sup>th</sup> parallel ordained by the Allies led to a different development on both parts of the country divided by this demarcation line. Mutual disputes culminated in the Korean War in the end (1950-53). But this conflict did not solve the unification of the two countries, created on the peninsula in 1948 into unified democratic state formation. The war ended then by the armistice lasting till today. At that times in the atmosphere of growing stronger „Cold war“ and bipolar divided world, the former Czechoslovak - as well as the Soviet Union

turning points in the attitude of the former Czechoslovakia. This trend - including the new attitude towards the Korean republic – was significantly presented at the Summer Olympic Games in Seoul in 1988. It is not a surprise that immediately after November 1989 (Velvet revolution) the new Czech government approved the Korean republic officially and in 1990 the diplomatic relations were established. In the following year, the embassy in Prague and Seoul were opened. The visits of president V. Havel in Korea (1992) and president Kim Young-sam in the CR (1995) have contributed to the creation of the juridical realm of mutually beneficial cooperation in the field of politics and economics. The important documents have been signed such as Declaration of support and mutual investment protection and an Agreement about forestalling of double taxation, later an Agreement on scientific-technical cooperation, the Treaty on social welfare and others. After the CR entered the EU in 2004

such companies as Hyundai, Kia, Samsung, Daewoo, LG and other are well known not only in the business groups but for the public too.

It is gratifying that during the past 20 years of developing cooperation in many spheres has helped to mutual knowledge and understanding of historical development, cultural wealth, contemporary problems and the way of living. Not only state, public and private institutions but also many civic associations participate in the varied palette of these activities. The embassies in both countries provide the big deal of help. As an example, we can name a festival „Days of Seoul in Prague“ during the visit of Seoul's city mayor (2009) or opening of the Cultural Information Centre of the CR in Seoul in the object of Prague Castle (2009) etc. The Czech Pavilion at the EXPO Taejon exhibition in 1993 has helped to the presentation of the CR.

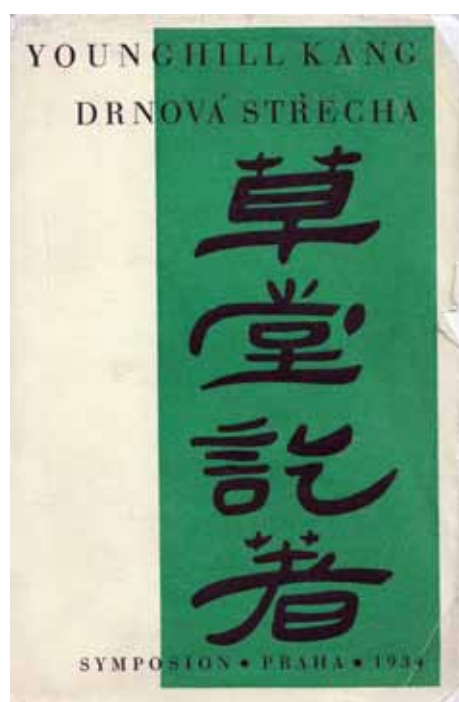
The cooperation in the field of science, education, culture and sport based on long time agreements has developed

mutual students scholarships, mutual book creations and so on. The Orient institute of Academy of Science of the CR has focused on research about Korea too, those interested in the Korean art or ethnography can visit the interesting expositions in the Náprstek Museum or in the Nation Gallery. An intensive cooperation in music education has been developing between the Prague conservatory and Seoul Oratorio Institute. The Korean cinematography has been taking regularly part in the film festival in Karlovy Vary as well as the Czech film art is presented in the film shows in Pusan. The visits of our symphonic orchestras in Korea are popular as well as introducing the traditional and modern forms of Korean music, songs and dances by the Korean artists in the CR. In the CR fighting sport taekwondo that has not been known well so far has obtained a big popularity among Czech youths. In the listing we cannot forget the launch of direct flight connection Prague-Seoul of the Korean airlines KAL which have been used frequently by the Korean tourists for exploring the beauty in the Czech Republic.

Thanks to the translations and scientific activities of the Czech Koreanists the amount of translations from the Korean classic and modern literature has increased together with translations of expert publications and schoolbooks concerning the Korean language, history, culture and art. The same merit belongs to the Korean bohemists thanks to whom the readers in Korea can read the translations of K. Čapek, J. Hašek, M. Kundera, J. Škvorecký, J. Seifert, V. Havel and other books and they have modern schoolbooks of the Czech language, culture, new Czech-Korean dictionaries or tourist guides at their disposal. The publication of such books was possible thanks to Korean foundations such as Korea Foundation, Academy of Korean Studies, Korean Literature Translation Institute and so on. Many events for fortifying mutual relations and knowledge of Korea is organised by the Czech-Korean society founded in 1990, the Society of Korean-Czech friendship in Seoul follows the same objectives.

The above mentioned examples prove in a nutshell the rich activities and contacts focused on mutual understanding, knowledge and boosting mutual friendship. We strongly believe they will remain a good basis for further successful and fertile deepening mutually merit relations between the CR and Korea in the upcoming years.

*Vladimír Pucek, the author of this article, is internationally respected expert on Koreanist teaching at the Institute of Far East at the Charles University in Prague.*



*Ve 30. letech vyšly první překlady knih z korejštiny do češtiny*

*In 1930s the first books were translated from Korean into Czech language*

and other countries of the socialistic bloc – approved unilaterally only the Korean people's Democratic Republic on the North. The official contacts with the Korean republic in the South did not exist, they were forbidden.

Deep social changes which happened at the end of the 1980s in the Soviet Union and the following break-up of the communist regimes in the whole bloc of the European socialistic states which started to go their ways of democratic development and independent foreign policies were important

the bilateral relations followed the General agreement between the EU and KR from 2001. Further many documents about the cooperation were signed in the field of science, education, culture and others. Naturally, the dynamic development of the Korea and our previous experience with the Korean territory (howbeit limited to the North Korea formerly) have helped to the speedy growth of effective cooperation mostly in the scope of business and trade exchange. Hyundai is a convincing proof of that. The products of

significantly. Many events have been organised on the commercial basis. The Czech Koreanist (founded at the Charles University in Prague already in 1950) has helped to widespread the knowledge about Korea and education of experts well versed of the Korean language and local problems. The agreement of the Charles University with the University of foreign languages in Hankuk, Seoul, from the year 1990 has enabled a tight cooperation with the local department of Czech studies, professors exchange and

## Hyundai představuje svou fleetovou politiku

### Fleetové zákazníci si hýčkáme

**Fleetová, neboli firemní klientela tvoří 50 % trhu s novými vozy, proto je jako celek pro každou značku velmi důležitá. Pro Hyundai představuje prodej firemním klientům velký potenciál k dalšímu rozvoji, protože na celkových prodejkách tvoří fleetový prodej zatím přibližně pouhých 20 %.** Do fleetové klientely jsou zahrnovány vedle velkých společností i autopůjčovny, autoškoly, VIP zákazníci a prostřednictvím speciálního programu také postižené osoby se ZTP. Součástí této politiky je celý komplex služeb, protože při fleetovém prodeji nejde jen o dodávku auta, ale i o jeho následný servis. V Česku však naráží značka Hyundai na překážky v podobě předsudků pramenících z tradice, národního citění firem a dlouholetým vztahům, které mají zákazníci vytvořeny k jiným automobilkám vyrábějícím vozy v ČR. Výběrová řízení na firemní vozový park si organizují sami zákazníci – poptávající, proto společným úsilím nejen jednotlivých dealerů, ale i importéra Hyundai je se těchto výběrů účastnit. Jednotliví prodejci aktivně oslovují firmy, kterým představují výhody umístování vozů Hyundai do jejich autoparků. Lákadlem je nabízený program slev a výhod, silná modelová řada vhodná do firemních autoparků (i30cw, ix35, i20, chystaná nová Sonata kombi) a také garance, které významně snižují případné náklady na provoz vozů. Samozřejmostí je dále individuální nabídka financování vozů a široké prodejní a servisní zázemí v síti prodejců Hyundai.

První vlašovou úspěchu slibující postupně prolomení bariér předsudků bylo pro Hyundai prestižní ocenění v anketě ALD Automotive FLEET Awards 2009, kde se Hyundai i30 cw 1.6 CRDi VGT stal nejlepším firemním autem roku v kategorii referentský automobil.

### Hyundai našel partnera na poli leasingu firemních automobilů

**Poslední čísla zveřejněná Evropskou asociací výrobců automobilů ukázala, že Hyundai se opět stal vedoucí značkou v růstu objemu prodeje v roce 2009. Nejvíce se znače dařilo ve Velké Británii, Itálii a Německu.** Velký podíl na tomto výsledku má produktová řada známá pod označe-

ním „i“. Aby si společnost zajistila další objem zakázek a upevnila svůj podíl na evropském trhu, zaměřila se aktivně na prodej firemních automobilů. Začátkem ledna proto podepsala celoevropskou dohodu s evropskou společností ALD Automotive o zvýhodněných cenových podmínkách při prodeji vozidel Hyundai v 21 zemích, včetně České republiky. ALD Automotive je jednou z největších leasingových společností v Evropě. Prezident společnosti Hyundai Motor Europe, Ike Oh, od této spolupráce očekává posílení přítomnosti značky Hyundai na evropském fleetovém trhu.

### Zvláštní barva? Žádný problém...

**Fleetoví zákazníci jsou nároční a jedním z jejich specifik bývají i zvláštní požadavky na zbarvení vozidel.** A tak ačkoli modely z Nošovic vyrábějí v deseti barevných provedeních, nemusí to vždy postačovat. V tomto ohledu umí HMMC vyjít svým zákazníkům vstříc a vyrobit jim jejich vozy přesně v zadaném „corporate“ odstínu, které odpovídají firemním barvám zákazníka. Příplatek za zvláštní barvu mimo standardní katalog je běžný také u všech dalších modelů. Největší zájem je dlouhodobě o tmavší barvy, jako jsou Stone Black či Steel Gray a také o stříbrnou metalízu. Ta bývá ostatně vděčným odstínem i v případě řady fleetových provozovatelů – třeba kvůli remarketingu, protože stříbrná barva je obecně velmi oblíbená.



*Fleetoví zákazníci navštívili 11. března závod HMMC  
Fleet customers visited HMMC plant on 11<sup>th</sup> March*

## Hyundai introduces its Fleet Politics

### We pamper Our Fleet Clients

**The fleet clientele represents 50 pct of the market with new cars and that is why it is so important for every car brand. The sales to corporate clients represent a huge potential for Hyundai's further grow; recently the fleet sales participate in the total sales by 20 pct only.** Besides big companies there are also rent a car services, car schools, VIP customers and by force of a special program handicapped persons included into its rows. A whole complex of services is a part of it as the fleet purchase is not only about car sales but about its subsequent service too. In the CR, the company has to face obstacles in the form of stereotypes originating from tradition, national feelings of companies and years-lasting relationships which the customers feel towards other car making companies operating here. The selective procedures for car pools are organised by the companies – customers – themselves so the common aim of individual dealers and the importer as well is to participate in them. The dealers address the companies actively and introduce the advantages of placing Hyundai cars among their car pools to them. The offered discounts and an advantage program, strong lineup suitable for the pool cars (i30cw, ix35, i20, new upcoming Sonata combi) and guarantees which decrease the possible expenses on the cars running are the key lures. An individual offer of car financing together with wide sale and service background in Hyundai dealership

network and complex service support are the platitude.

A prestigious award in ALD Automotive FLEET Awards 2009 in 2009 for Hyundai i30 cw 1.6 CRDi VGT is the first swallow promising a success and gradual barrier break-through. Hyundai became the best car in the category of medium car category.

### Hyundai has found a Partner in the Fleet Leasing Field

**The latest sales figures from the automotive industry body ACEA have revealed that Hyundai is, once again, the leading volume brand for sales growth in Europe in 2009.** UK, Italy and Germany have been the mark's three biggest territories. The sales of the i-models have made a significant contribution to the firm's performance. To secure additional volume and consolidate the company's European market share, Hyundai is now actively targeting an increase in fleet penetration. Hyundai has in fact signed a pan-European agreement with leasing company ALD Automotive to supply the brand's cars in 21 territories; including the CR. ALD Automotive is one of Europe's major leasing companies. Mr. Ike Oh, President of Hyundai Motor Europe, expects that this cooperation will be a catalyst for increasing Hyundai's presence in the European fleet market.

### A Special Colour? No Problem...

**The fleet customers are very demanding and special demand for car colour belongs to one of their particularities.** So despite the fact the models from Nošovice are offered in ten basic colours this does not have to be sufficient for them. HMMC can accommodate its customers and produce their cars in the colour demanded according to their „corporate“ designs. The surcharge for the special colour besides the standard ones presented in catalogues is possible with other Hyundai models too. There is the biggest interest in darker colors such as Stone Black or Steel Gray and a silver metallic paint. The last named is a grateful tint for many fleet customers – e.g. due to remarketing because silver colour is generally very favourite.



## Z posluchačky folku manažerkou dravé ostravské kapely I.C.Q.

**Koníčky mohou člověka natolik pohltnout, že se mohou stát téměř „druhým povoláním“. Svě o tom ví Barbara Priesnerová, která se přes folkové festivaly seznámila s ostravskou kapelou I.C.Q., které dělá manažerku.**

**Barbaro, tvůj koníček je určitě pro spoustu lidí lákavý, jak ses k němu dostala?**

Náhodou. Pokud bych měla zavzpomínat, pak vše pro mě začalo díky kamarádovi z kapely Lokálka. Naše nyní už mnohaleté přátelství vzniklo na jedné oslavě narozenin, kde jsme se s členy kapely Lokálka potkali. Pak jsem s těmito dnes již hudebními veterány měla možnost jet na několik folkových festivalů, nahlédnout do zákulisí přípravy koncertů a navázat cenné kontakty. Získané zkušenosti jsem potom zúročila právě při práci pro kapelu I.C.Q.

**Kde jsi o kapele I.C.Q. slyšela poprvé? A co bys nám o ní řekla?**

Vybavuje se mi Zahrada 2009, kde kluci získali prestižní ocenění festivalu Krtek. Tam jsem je viděla a slyšela hrát úplně poprvé a jejich hudba mě oslovila. Zaujalo mě, že jejich písničky jsou osobité a že si je kluci píšou sami. Podruhé jsem se s nimi coby posluchačka setkala na Folkovém létě v Ostravě-Porubě. Naše spolupráce se rozvinula ale až začátkem ledna tohoto roku. Od té doby jsem jejich manažerka. Kapela má tři členy: na kytaru hraje a zpívají Martin Kofe Neumann a Lubomír Vlna Vaňka, na bezpražcovou baskytaru je doprovází Jan Džin Pánek. Texty a hudbu má na starosti Kofe. Byť kapela funguje teprve tři roky, za sebou má již 120 odehraných vystoupení. Milovníci folku se s nimi mohou setkat na festivalech jako je Zahrada, Mohelnický dostavník, Za Vodou, Klokočůvek, na Osadě u vycházejícího slunce, kde si pravidelně zve kapelu osobnost a legenda folku Wabi Daněk, a dalších. Kluci mají kapelu také jako koníčka při práci. Setkávají se a cvičí ve zkušebně dvakrát týdně ve svém volném čase.

**Jaké jsou tvé plány, čeho bys chtěla coby manažerka této kapely dosáhnout?**

Máme velký sen – hrát tak, abychom byli na festivaly zváni. Aby se o nás vědělo. Aby I.C.Q. nebylo v Česku známo jen jako komunikační portál, ale také aby si lidé za ním představili folkovou kapelu s originální hudbou. Naším prvním společným

velkým úspěchem byl koncert konaný 3. března v Polance, kde si kluci zahráli na koncertě Žalman a jeho hosté. Toto vystoupení bylo první akcí, kterou jsem pro kapelu domluvila. Pravidelně potom pořádáme Čajfolk v Dobré čajovně ve Frýdku-Místku, kde si zveze hosty, kteří s námi hrají návštěvníkům při čaji. Naším dalším úkolem a přáním je natočit na podzim autorské CD s dvanácti písničkami. Zatím na něj sháníme sponzory... **Už jsi na to částečně narazila,**



Zleva: Kofe, Barbara, Džin, vpředu: Vlna. Máte-li rádi folk, navštivte [www.kapelaicq.info](http://www.kapelaicq.info) nebo [www.bandzone.cz/icq](http://www.bandzone.cz/icq).

From the left: Kofe, Barbara, Džin, in front Vlna. Do you enjoy folk? Then visit [www.kapelaicq.info](http://www.kapelaicq.info) or [www.bandzone.cz/icq](http://www.bandzone.cz/icq)

**nicméně toto je „pozlátka“ tvé práce, co dalšího ještě funkce manažerky kapely zahrnuje?**

Mám na starost hlavně propagaci kapely. Od reklamních triček, plakátů a nálepek až po skutečné budování jména kapely a rozšiřování povědomí o tom, co hrajeme. Oslovuji média v jednotlivých krajích od televizí po pro nás nesmírně důležitá rádia; podílím se na šíření naší hudby pomocí moderních kanálů jako je youtube.com. Vybíráám pro kluky festivaly, kde je bavilo si zahrát, a potom oslovuji jejich pořadatele, aby nás zařadili do repertoáru daného festivalu. A díky tomu, že kluci hrají dobře a jsou draví, práce stále přibývá...

**Barbara Priesnerová, 34 let, v HMMC pracuje od 15. června 2009 v Oddělení lidských zdrojů jako mzdová účetní. Do Nošovic dojíždí z Ostravy.**

## From a Folk Listener to the Manager of Rapacious Ostrava Band I.C.Q.

**Some hobbies can absorb one so much that they can nearly become a „second employment“. Barbara Priesnerová who has met a folk band I.C.Q. from Ostrava thanks to folk festivals and has become its manager knows a lot about that.**

**Barbara, your hobby is very attractive for many people, how have you come to it?**

By chance. If I should have cast my mind back then everything has started for me

been their manager. The band has three members: Martin Kofe Neumann and Lubomír Vlna Vaňka are playing the guitars and singing and they are accompanied by Jan Džin Pánek playing the fretless bass. The music and texts are being created by Kofe. Despite the fact the band has existed three years only, it has played over 120 performances. The folk lovers can meet them at the festivals like Zahrada, Mohelnický dostavník, Za Vodou, Klokočůvek, Osada u vycházejícího slunce, where the band is invited regularly by the folk personality and legend Wabi Daněk, and many others. The guys have the band as a hobby aside their work. They meet and rehearse in the rehearsal room twice a week in their free time.

**What are your plans, what do you want to reach as the band manager?**

We have a big dream. To play so that we would be invited to the festivals. So that we are well known in the Czech Republic and so that behind I.C.Q. one would not imagine only a communication portal but a folk band with original music behind it too. Our common big success was a concert held in Polanka on 3rd March where guys played during the concert of Žalman and his guests. This performance was the first event I had organised for the band. Regularly, we hold Čajfolk in a Dobrá čajovna Tea Room in Frýdek-Místek where we invite guests who play with us for the visitors during tea drinking. Our other task and a wish is to record our author CD with 12 songs in autumn. Meanwhile we are looking for the sponsorship...

**You have hinted at it already but this is only the „glitz“ of your work, what else does the band manager function involve?**

My task is to promote the band. From the promotional T-shirts, posters and stickers to a real reputation creation and widespreading of the awareness what kind of music we play. I appeal to media in the regions from TV stations to the radios which are of a key importance to us; I participate in the broadcasting of our music via modern channels such as youtube.com. I pick up the festivals for the guys where they would enjoy playing and then I address their organizers to include us to the repertoire of the festival. And thanks to the fact that guys play well and are rapacious, the amount of work is increasing.

**Barbara Priesnerová, 34 years, has been working in HMMC since 15th June 2009 in HR Department as a wages clerk. She commutes to Nošovice from Ostrava.**

thanks to a friend from band Lokálka. Our nowadays many years lasting friendship arose at one birthday celebration where I met members of Lokálka band. After that I had a possibility to visit several folk festivals with these music veterans, to look inside the concerts preparations and to establish valuable contacts. I have made good use of the obtained experience right for my work for the band I.C.Q.

**Where have you heard about this band for the first time? And what can you tell us about it?**

I recall the festival Zahrada 2009, where the guys obtained a prestigious price of this festival called Krtek. That was where I saw them and heard them playing for the very first time and their music appealed to me. I was impressed by the fact their songs are original and that they write them personally. For the second time I met the band as a listener at the event Folkové léto in Ostrava-Poruba. But our cooperation developed at the beginning of January of this year. Since then I have

## Co byste měli vědět o... What you should know about....

### ... DOPRAVĚ

- Společnost HMMC podporuje dopravu do a ze zaměstnání formou autobusových spojů ve spolupráci s jejich zřizovatelem - Krajským úřadem Moravskoslezského kraje. Provozovateli jsou autobusové společnosti Veolia a 3ČSAD.
- Jízdní řády najdete na nástěnkách, v informačním systému Autoway a také jsou veřejně přístupné na stránkách [www.idos.cz](http://www.idos.cz).
- HMMC zpětně přispívá zaměstnancům na dopravu ve výši 50% z prokazatelných nákladů. Jízdenky, nalepené na speciálním formuláři, je nutné odevzdat k proplacení Oddělení vnitřních záležitostí, vždy do druhého pracovního dne následujícího měsíce.
- Ve zvláštních případech HMMC zřizuje vlastní autobusovou dopravu provozovanou soukromou dopravní společností:
  - doprava na třisměnný provoz
  - doprava po přesčasech
  - doprava z Morávky na denní a noční směny
  - speciální doprava na žádost oddělení
  - kyvadlová doprava mezi Frýdkem-Místkem a Nošovicemi
- Doprava po práci přesčas je plánována na základě individuálních žádostí jednotlivých oddělení, a to vždy do 13:00 daného pracovního dne. Tato doprava je pro zaměstnance HMMC zdarma.
- O případných změnách budete informováni prostřednictvím interních médií.



### ... TRANSPORTATION

- The HMMC company has been supporting the transportation to and from the workplace via bus lines in cooperation with their institutor - the Regional Authority of the Moravian-Silesian Region. The transport operators are Veolia and 3ČSAD bus companies.
- The timetables are available on notice boards, Autoway and also on public accessible website [www.idos.cz](http://www.idos.cz).
- HMMC has been retrospectively contributing to the employees transportation in amount of 50% from provable expenses. The tickets, glued to the special form, must be delivered to the General Affairs Department, always by the second working day of the next month.
- In special cases HMMC establishes its own bus transportation operated by private transport company:
  - transport to three-shift operation
  - transport after overtime
  - transport from Morávka to day and night shifts
  - special transport at department request
  - pendular transport between Frýdek-Místek and Nošovice
- The overtime transport is planned on the basis of departments' individual requests, always by 13:00 of given working day. The transport for HMMC employees is free of charge.
- You will be informed about possible changes via internal media.

## Zimní turnaj ve squashu

Napínavé souboje nabídl Zimní turnaj HMMC ve squashu, který se počátkem února uskutečnil ve sportovním centru Squashstorm ve Frýdku-Místku. Své síly tam změřilo patnáct hráčů a jedna hráčka.

Jakékoliv ohledy šly však tentokrát stranou. Účastníci turnaje, rozdělení do čtyř skupin, bojovali do slova o každý míček. Dva nejlepší z každé skupiny postoupili do vyřazovacích bojů, které se hrály systémem náhlá smrt. Po šesti hodinách soupeření bylo rozhodnuto. Vítězem turnaje se stal Tomáš Mutina, reprezentant ČSOB. Druhé místo obsadil Vladimír Dostál z Oddělení kontroly kvality a třetí skončil Rostislav Bužek ze stejného oddělení.

Akce proběhla za podpory ČSOB, která pro nejlepší hráče připravila finanční odměny. Jejich jména zdobí také putovní pohár turnaje. Toto sportovní klání má svou tradici. Koná se již třetím rokem, vždy dvakrát ročně. Na další squashový turnaj HMMC se můžete těšit na podzim letošního roku.



Trí nejlepší hráči turnaje. Zleva: R. Bužek, T. Mutina a V. Dostál  
Three best players of the tournament. From the left: R. Bužek, T. Mutina and V. Dostál

## Squash Winter Tournament

The HMMC Squash Winter Tournament that took place at Squashstorm sports center in Frýdek-Místek at the beginning of February offered dramatic battles. Fifteen men and one woman participated in this event.

The competitors played without any reference to each other. Divided into four groups, they fought for every single ball. Two best players of each group advanced to the sudden death eliminative round. Everything was clear after six hours. Tomáš Mutina from the ČSOB bank won the tournament. Vladimír Dostál from Quality Control Department finished second and Rostislav Bužek from the same department was placed third.

The event was financially supported by the ČSOB bank that provided awards for the best players. Their names are also placed on the tournament trophy. The competition has its tradition. It has already been taking place for three years, always twice a year. You can look forward to the next HMMC squash tournament this autumn.

## Význam benefitů

Zaměstnanecské benefity představují výhody, které pracovník může využívat díky svému zaměstnaneckému poměru. Zaměstnanci často považují jejich poskytování za samozřejmost. Málokdo však ví, že benefity jsou formou odměňování, která je poskytována nad rámec zákonných povinností zaměstnavatele. Proč tedy zaměstnavatelé tyto výhody poskytují? Nejčastějším důvodem je zvyšování motivace a loajality zaměstnanců.

V době obtížné hospodářské situace mnohé firmy omezují či ruší některé z benefitů v důsledku snahy o dosažení úspor. Jedná se především o vyplácení mimořádných odměn, rušení 13. platů, omezení příspěvků na dopravu, sport a kulturu. Společnost HMMC se k těmto krokům neuchýlila, avšak více než jindy se snažíme zvyšovat efektivitu poskytovaných výhod.

V mnoha případech jsou benefity pro zaměstnance i zaměstnavatele daňově zvýhodněny, ale není tomu tak vždy. Například **nákupní dárkové poukázky či slevy na zboží** podléhají **dani z příjmu a odvodům na zdravotní a sociální pojištění na straně zaměstnance**. Tyto poukázky jsou tedy daňově nevýhodnými benefity. Pokud ale pracovník dostane **permanenku na sportovní aktivity**, tato se nedodává a zaměstnanec tak obdrží výhodu v plné výši – výhodný benefit.

Jednou z cest, kterou se snažíme v HMMC jít, je poskytovat ty výhody, které nepodléhají daňovému zatížení u zaměstnanců, např. penzijní připojištění, životní pojištění, příspěvky na sportovní a rehabilitační aktivity poskytované formou nepeřeňního plnění, vstupenky na kulturní akce apod.

## Meaning of Benefits

Employee benefits represent amenities that employees can take advantage of thanks to their employment. Employees often take benefits for granted. Few people know that benefits are a way of remuneration that is afforded beyond the employer duties. Why do employers offer these amenities? The most common reason is to raise the motivation and loyalty of employees.

In time of a difficult economic situation many companies reduce or cancel some of the benefits because of cost saving. It concerns bonuses, cancellation of 13<sup>th</sup> salaries, limitation of transport, sport and culture benefits. The HMMC company does not follow these steps but more than ever we try to heighten the efficiency of offered benefits. In many cases benefits for employees and employers are advantaged fiscally, but not always. For example **gift vouchers or discounts on goods** are liable to **income tax and statutory deductions on employee side**. These vouchers are fiscally unfavorable benefits. If an employee obtains **a voucher for sport activities**, it will not be taxed. The employee will receive the amenity in full extent - favorable benefit.

In HMMC we try to offer benefits that are not liable to the tax burden on employees' side – e.g. retirement income insurance, life insurance, benefits for sport and rehabilitation activities, cultural events tickets etc.

## Korejská kuchařka v českém jazyce

**Máme dobrou zprávu pro ty, kteří si oblíbili korejská jídla. Při jejich vaření už nebudete potřebovat slovník. V knihkupectvích i v internetových obchodech je totiž k dostání první korejská kuchařka v českém jazyce nazvaná Krása korejského jídla - 100 nejoblíbenějších receptů.**

Korea má znamenitou potravinovou kulturu, která se vyvinula v průběhu mnoha tisíciletí historie země. Korejská strava je velmi zdravá, a proto přitahuje zájem lidí po celém světě. Důkazem toho je skutečnost, že v Koreji, v porovnání s ostatními zeměmi, žije méně obézních lidí i těch s nadváhou. Korejské jídlo je totiž převážně založeno na zelenině, není příliš kalorické a obsahuje potřebné bílkoviny, cukry a tuky. Podle hodnocení WHO (Světové zdravotnické organizace) je korejská strava modelem pro zachování vyvážené a vhodné výživy. Americký časopis Health nedávno propagoval kimči jako jedno z pěti nejzdravějších jídel na světě.

Tato kuchařka byla zpracována v Institutu tradičního korejského jídla pod vedením jeho ředitelky Sookja Yoon, která je vůdčí osobností popularizace a globalizace korejské kuchyně. V korejštině vyšla poprvé v roce 2007. Poté byla přeložena do japonštiny, čínštiny, francouzštiny a angličtiny a z ní pak i do češtiny jako šestého jazyka. Kniha obsahuje stovku těch nejpopulárnějších standardizovaných receptů, takže korejská jídla si může snadno uvařit každý cizinec. Kromě toho v ní najdete rovněž informace týkající

se základů vaření, krájení, přípravy ochucovadel, ale také například kultury stolování.

Suroviny na přípravu korejských jídel můžete nakoupit v obchodě Seoul potraviny, který se nachází na ulici Malý Koloredov 2281 ve Frýdku-Místku. Prodejna má otevřeno od pondělí do soboty od 11 do 19 hodin. Kontaktní telefon je 558 659 077. Přejeme Vám dobrou chuť!

## Korean Cookbook in the Czech Language

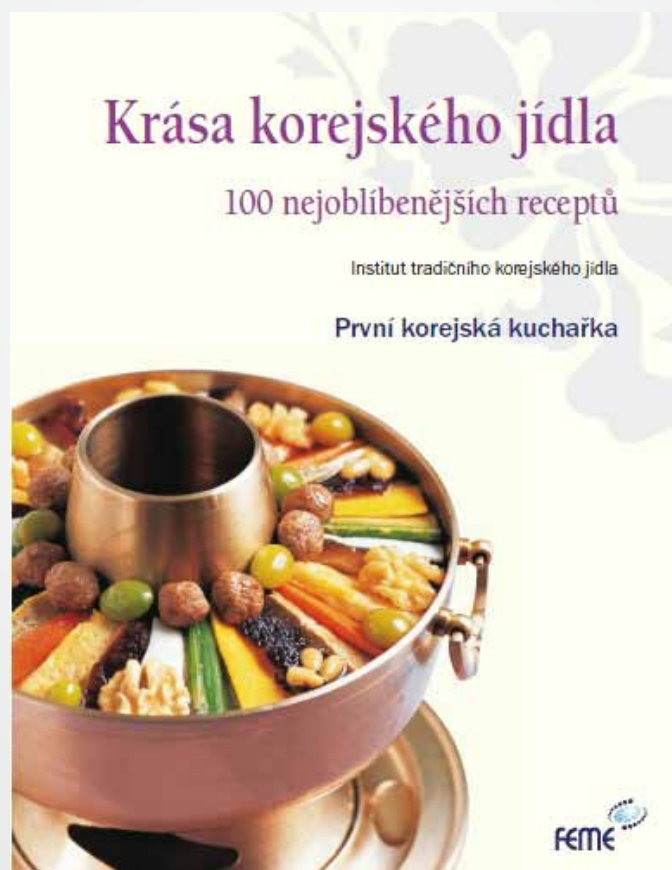
**This is the good news for the Korean cuisine lovers. While cooking you will not need a dictionary anymore. The first Korean cookbook in the Czech language named The Beauty of the Korean Food - 100 most popular recipes is available in the bookshops and Internet shops.**

Korea has excellent food culture that developed during many thou-

sands years of its history. The Korean diet is very healthy and for that reason it attracts the interest of people from all around the world. The proof of this statement is the fact that there are less obese people living in Korea, in comparison to other countries. The Korean food is mainly based on vegetables, it is not too caloric and it contains necessary proteins, sugars and lipids. According to the World Health Organization evaluation the Korean food is a role model for preservation of balanced and proper nutrition. The American magazine Health has promoted kimchi as one of five most healthy meals in the world.

This cookbook was compiled in the Traditional Korean Food Institute under the supervision of institute manager Sookja Yoon. She has been trying to popularize and globalize the Korean cuisine. The book was published in Korean language in 2007. Afterwards it was translated into Japanese, Chinese, French, English and Czech language. The book includes a hundred of the most popular standardized recipes so cooking of Korean meals should be easier for every foreigner. Inside you will also find information concerning foundations of cooking, cutting, flavouring and culture of dining.

You can buy the Korean ingredients in the Seoul grocery store, Malý Koloredov 2281 in Frýdek-Místek. The shop is opened from Monday to Saturday from 11:00 to 19:00. The phone number is 558 659 077. Bon appétit!



## Za kulinářskými zážitky s gurmánským speciálem!

Milí příznivci tradiční korejské kuchyně i vy, co jste ještě jídlo Korejského poloostrova neměli příležitost ochutnat, připravovaný speciál jistě potěší všechny z vás. Počínaje tímto vydáním Vám každý měsíc přineseme jeden díl z gastronomického seriálu recenzí korejských restaurací v našem regionu. A protože chceme být co nejobjektivnější, ohodnotíme navštívené podniky Hyundaiiovskými H. Na stupnici od od jednoho do pěti H budeme jako ve škole známkovat nejen kvalitu jídel, ale také příjemnost a ochotu obsluhy, interiér a celkový dojem, který na nás navštívená restaurace udělala. Každá recenze bude také doplněna o názor některého z našich korejských kolegů a kole-

gyň, protože to, co chutná Čechům, nemusí být autentické korejské jídlo a naopak.



## For Culinary Experiences with the Gourmet Special Series!

Dear lovers of the traditional Korean cuisine and also you who have not have an opportunity to taste the food

of the Korean peninsula, the upcoming special series will delight both of you. Starting this issue we are bringing you one episode from the gastronomic special series every month with reviews of the Korean restaurants in our region. And because we want to be as objective as possible, we will assess the visited restaurants with Hyundai H. On the scale of 1 to 5 H as at school we will evaluate not only the food quality but the behaviour and willingness of the attendants, interior and total impression which the visited restaurant made on us. Every review will be accompanied by an opinion of one of our Korean colleagues because what we Czechs like could not be authentically Korean food and vice versa.

## Tipy na víkendy / Weekend Tips

CO / WHAT	KDY / WHEN	KDE / WHERE	POZNÁMKY / NOTES
Pretty Cool, Wadda	20. 3. (19:30)	Klub Prostor Prostor Club	koncert slovenských kapel concert of Slovak groups
Eric Trottier - U2	20. 3. (19:00)	Divadlo Jiřího Myrona J. Myron Theatre	premiéra baletu ballet premiere
Kynologický ples Cynology Ball	20. 3. (19:00)	Kulturní dům Michálkovic Michálkovic House of Culture	
Taneční večery Dancing Evenings	21. 3. (17:00)	Kulturní dům K-Trio K-Trio Community Centre	
Bedřich Smetana - Dalibor	21. 3. (17:00)	Divadlo Antonína Dvořáka A. Dvořák Theatre	opera
Big Boss Crew	27. 3. (20:00)	Klub Marley Marley Club	hip-hopová show hip-hop show
BK NH Ostrava X Miltra Nový Jičín	27. 3. (17:30)	Bonver Arena	utkání Mattoni NBL Mattoni NBL match
O pejskovi a kočičce Story about Doggie and Kitty	28. 3. (10:00 / 15:00)	Divadlo loutek Ostrava Theatre of Puppets, Ostrava	dětské představení performance for children
Lítám v tom Up in the Air	28. - 31. 3. (17:00 / 19:30)	Kino Art Art Cinema	
Den ptactva Day of Birds	4. 4. (09:00 - 19:00)	ZOO Ostrava	akce pro všechny event for everybody
Podskalák	10. 4. (19:00)	Divadlo Jiřího Myrona J. Myron Theatre	opereta operetta
Space Music	10. 4. (18:00)	Hvězdárna a planetárium J. Palisy J. Palisa Observatory	nový hudební pořad s projekcí new music program with projection
Joe Penhall - Bavič Dumb Show	11. 4. (19:00)	Divadlo Antonína Dvořáka A. Dvořák Theatre	divadelní představení theater performance

Zdroj / Source: <http://www.ostravainfo.cz>

## Zábava / Entertainment

## SUDOKU

9				4	5				
	1		9						6
		8		3		4			
				2	6	8			
	4				3				5
		1				3			
	5					1			
7		6					9	2	
		2					7		

Autorem je zaměstnanec HMMC // Prepared by an HMMC Employee

## Věděli jste, že...?

Společnost Hyundai rozšířila své sponzorské aktivity v oblasti sportu. Kromě dlouhodobé podpory Mistrovství světa ve fotbale se stala partnerem další významné akce – **fotbalového Mistrovství Evropy**. Strategická sponzorská smlouva byla podepsána počátkem března. Hyundai Motor Company bude oficiálním sponzorem Mistrovství Evropy v roce 2012 a 2016. UEFA EURO je nejprestižnějším fotbalovým turnajem v Evropě. Koná se každé čtyři roky a účastní se ho 16 týmů rozdělených do čtyř skupin. Mistrovství Evropy se v roce 2012 uskuteční v Polsku a na Ukrajině.



## Did You Know That...?

Hyundai has enlarged its sponsor activities concerning sport. Except long-lasting support of FIFA World Cup the company became a partner of another significant event - **UEFA European Football Championship**. A strategic sponsorship agreement was signed at the beginning of March. Hyundai Motor Company will serve as the official sponsor of the UEFA EURO 2012 and 2016. The UEFA European Football Championship final tournament is the most prestigious football competition in Europe. It is held every four years, featuring 16 teams drawn into four groups. The UEFA EURO 2012 will take place in Poland and Ukraine.

HMMC News: vydává Hyundai Motor Manufacturing Czech, s.r.o. pro zaměstnance společnosti

Adresa: Průmyslová zóna Nošovice, Nižní Lhoty 700, 739 51, Česká republika, tel.: +420 596 141 660, fax: +420 596 141 901, [www.hyundai-motor.cz](http://www.hyundai-motor.cz)

Evidenční číslo: MK ČR E 18145