
Ausgezeichnete Ergebnisse: Hyundai weiter im Aufwind

Von Michael Kirchberger

Die deutsche Dependence der koreanischen Automarke Hyundai kann mit größter Zufriedenheit auf das vergangene Jahr zurückblicken. 2019 wurden 129.500 Fahrzeuge bei uns neu zum Verkehr zugelassen. Dieses Ergebnis bedeutet einen Zuwachs von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr und entspricht einem Marktanteil von 3,6 Prozent. Geschäftsführer Jürgen Keller freut sich vor allem über den großen Anteil von Autos mit alternativen Antrieben. Mehr als 10.000 Stück wurden davon insgesamt verkauft, über 5000 hatten einen batterieelektrischen Antrieb. Das Wachstum dieser Klasse liegt für Hyundai bei eindrucksvollen 140 Prozent.

Vor allem im Flottengeschäft hat die Marke immens zulegen können. Rund 70 Prozent mehr Fahrzeuge wurden in Unternehmenfuhrparks verschiedenster Größe abgesetzt. Keller reagiert drauf mit einer speziellen Schulung der Vertriebsmitarbeiter, die sich künftig gezielt mit den Belangen der gewerblichen Kunden bei Leasing und Service auseinandersetzen. Zurzeit zählt Hyundai 339 Haupthändler mit 122 Filialen und 63 Servicepartner zur Organisation, ist also an insgesamt 524 Standorten in Deutschland präsent. In den eigenen Unternehmen wie der Zentrale in Offenbach, dem europäischen Entwicklungszentrum in Rüsselsheim und anderen Betrieben werden mehr als 1600 Mitarbeiter beschäftigt. Jürgen Keller spricht hier von durchweg sicheren Arbeitsplätzen

Als Ziele nennt die Geschäftsführung, unter die ersten drei Spitzenanbieter von Elektroautos zu kommen. 44 Modelle sollen daher bis 2025 mit alternativen Antrieben im Portfolio zu finden sein. Das Investitionsvolumen hierfür liegt bei 46 Milliarden Euro. Die Absichten sind als überaus realistisch einzustufen. Schließlich hat die Marke mit dem Kona Elektro und dem Brennstoffzellenfahrzeug Nexo schon vor geraumer Zeit entsprechende Serienmodelle im Programm, während es andere auch heute noch bei Absichtsbekundungen belassen.

Doch auch bei den konventionell angetriebenen Fahrzeugen will Hyundai nachlegen. Bis Ende 2020 wird so das Angebot der besonders sportlichen N-Line-Modelle auf insgesamt sieben steigen. Sie werden unter deutscher Federführung vor allem im eigenen Testzentrum am Nürburgring entwickelt. Auch die im vorigen Jahr auf der Automesse in Los Angeles gezeigte Crossover-Studie Vision T soll bis Ende des Jahres als Serienmodell auf deutsche Straßen kommen. Der neue i10 konnte bei seinem Verkaufsstart über 5000 Kunde-Bestellungen zählen, der Kleinwagen i20 steht kurz vor einer umfassenden Überarbeitung. Zudem bekommen die beiden SUV-Modelle Tuscon und Kona ein Facelift.

Den Lieferengpässen bei der elektrischen Variante begegnet Hyundai mit dem Aufbau einer Produktion für speziell dieses Fahrzeug im tschechischen Werk Nasovice, der zweite europäische Fertigungsstandort ist in der Türkei in Izmit angesiedelt. Mit einer auf acht Jahre ausgedehnten Garantie und einer auf insgesamt 8000 Euro angehobenen Umweltprämie will der Hersteller die Attraktivität der Elektromobilität weiter steigern.

Jürgen Keller sieht die Marke auch wegen des ausgewogenen Absatzes auf einem guten Weg. Das Volumen stemmen fünf Baureihen nahezu gleichwertig. Spitzenreiter unter den Bestsellern ist der Kompaktwagen i30 mit 21,2 Prozent, ihm folgt das SUV Tuscon mit 18,8 Prozent. Auf Rang drei fährt der Kona mit 17,1, Platz vier belegt der i20 mit 16,7 Prozent Verkaufsanteil. Vom Kleinstwagen i10 wurden im vergangenen Jahr immer noch 20.279 Fahrzeuge verkauft, obwohl die Ablösung durch ein neues Modell zum Jahreswechsel bekannt war.

Neue Wege im Vertrieb schlägt man unterdessen mit einem virtuellen Showroom ein, bei dem sich Interessenten per Internet von einem Berater informieren lassen können. Wechselnd werden vier Baureihen von vier Beratern präsentiert. Damit, und mit dem eleganten Flagship-Store im Frankfurter Ostend, will Hyundai die Absätze weiter steigern und sich mit einzelnen Modellen allmählich als Premiumanbieter etablieren. (ampnet/mk)

Bilder zum Artikel



Hyundai-Geschäftsführer Jürgen Keller bei der Jahres-Pressekonferenz 2020.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Michael Kirchberger



Hyundai-Geschäftsführer Jürgen Keller bei der Jahres-Pressekonferenz 2020.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Michael Kirchberger



Hyundai nutzt im Vertrieb einen virtuellen Showroom.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai-Deutschlandzentrale in Offenbach.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai