
Hyundai setzt zum nächsten Spurt an

Hyundai Motor hat gestern in Seoul bei einem Treffen mit Investoren eine Roadmap („Strategy 2025“) vorgestellt, mit der das Unternehmen eine Vorreiterposition bei der Mobilität der Zukunft sichern will. Mit dem Verkauf von jährlich 670.000 Elektrofahrzeugen weltweit will Hyundai einer der drei weltweit führenden Hersteller von Batterie- und Brennstoffzellen-Fahrzeugen werden. Das koreanische Unternehmen zwei Geschäftsfelder aufbauen: Smart Mobility Device und Smart Mobility Service. Als Hauptziele nennt die Strategie die Steigerung der Rentabilität von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor (ICE), die Führungsposition bei der e-Mobilität und die Schaffung plattformbasierter Geschäfte.

Bei den Dienstleistungen will Hyundai Produkt und Service kombinieren und so eine integrierte Mobilitätsplattform einführen, die dem Kunden personalisierte Inhalte und Services ermöglicht. Zu diesem Zweck wird Hyundai bis 2025 umgerechnet rund 46 Milliarden Euro (61,1 Billionen KRW) für Forschung und Entwicklung sowie für den weiteren Ausbau künftiger Technologien bereitstellen. Etwa 31 Milliarden Euro davon werden für Produkte und Investitionen bereitgestellt. 15 Milliarden Euro stehen für die Elektrifizierung, autonomes Fahren, KI, Robotik, PAV und neue Energien zur Verfügung.

Smart Mobility Device-Geschäftsfeld

Das Geschäftsfeld Smart Mobility Device wird Produkte liefern, die an Serviceangebote angepasst sind. Die Pläne für das Geschäftsfeld umfassen eine breite Palette an Produkten jenseits von Automobilen. Dazu gehören individuelle Luftfahrzeuge (Personal Air Vehicle, PAV), Robotik und Mobilitätslösungen für die sogenannte „Letzte Meile“. Damit will Hyundai ein lückenloses Mobilitätserlebnis bieten. Ein wichtiges Feld dabei wird die Zusammenarbeit mit Urban Air Mobility (UAM) sein, für die das Unternehmen sowohl Personal Air Vehicles (PAV) als auch Mobilitätsdienstleistungen zur Verfügung stellen möchte.

Im Bereich Smart Mobility plant das Unternehmen Wachstum mit einem Portfolio, das regionale Unterschiede bei den Anforderungen an die Produkte berücksichtigt. Allgemein wird sich Hyundai mit erschwinglichen batterieelektrisch betriebenen Fahrzeugen (BEV) zunächst an jüngere Zielgruppen und Flottenkunden richten. Die geplanten 670.000 Elektrofahrzeuge, die bis 2025 jährlich verkauft werden sollen, unterteilen sich in 560.000 batterieelektrische Fahrzeuge und 110.000 Brennstoffzellenfahrzeuge (FCEV). Ziel ist es, die Mehrzahl neuer Modelle bis 2030 in Schlüsselmärkten wie Korea, den USA, China und Europa zu elektrifizieren. Schwellenländer wie Indien und Brasilien sollen bis 2035 folgen.

Die Marke Genesis wird ihre ersten vollelektrischen Modelle 2021 auf den Markt bringen, bevor sie 2024 ihre elektrische Produktpalette erweitern. Um die Wettbewerbsfähigkeit bei der Elektrifizierung weiter zu steigern, wird Hyundai auch elektrische Hochleistungsmodelle und SUV anbieten.

Maximalen Nutzen für den Kunden sieht Hyundai auf der Grundlage von drei Elementen: innovative digitale Benutzererfahrung (UX), künstliche Intelligenz (AI) für vernetzte Dienste und sicherheitsorientiertes autonomes Fahren. Bei der autonomen Fahrtechnik werden SAE Level 2 und 3 sowie das Advanced Driver Assistance System (ADAS) für das Einparken bis 2025 in allen Modellen verfügbar sein. Bis 2022 wird Hyundai eine vollständig autonome Fahrplattform entwickeln und bis 2024 mit der Serienproduktion beginnen.

Um die Herstellkosten im Griff zu behalten, wird das Unternehmen – beginnend mit den

Fahrzeugeinführungen im Jahr 2024 – eine globale modulare Architektur für batterieelektrische Elektrofahrzeuge einführen. Hyundai plant außerdem, sein Vertriebsmodell durch Netzwerkoptimierungen und neue Vertriebsmethoden zu modernisieren sowie den Ausbau von Partnerschaften mit anderen Herstellern.

Smart Mobility Service-Geschäftsfeld

Smart Mobility Service wird ein wichtiger Wachstumstreiber für Hyundai sein. Dieses Geschäftsfeld vereint Produkt und Service. Das Unternehmen plant, seinen bestehenden Kundenstamm zu nutzen, um Dienstleistungen im Zusammenhang mit Fahrzeugen bereitzustellen, einschließlich Wartung, Reparatur, Finanzierung, und Versicherung. Es soll außerdem versucht werden, auch Kunden anderer Hersteller für das breitere Leistungsspektrum zu gewinnen.

Hyundai wird eine integrierte Mobilitätsplattform aufbauen, die Daten im und um das Fahrzeug analysiert. Mit dem besseren Verständnis der Kundenwünsche wird das Unternehmen Dienstleistungen einschließlich Einkaufs-, Liefer-, Streaming- und multimodaler Mobilitätsdienste anbieten können.

Die Strategie befasst sich auch mit der regionalen Anpassung des Smart Mobility Service. In den USA werden Carsharing- und Robotaxi-Demonstrationen die erwartete Kommerzialisierung autonomer Fahrzeuge der SAE-Stufe 4 oder höher nutzen. In Korea, Asien und Australien plant Hyundai den Einstieg in den Mobilitätsdienstleistungs-Markt durch Partnerschaften mit führenden lokalen Akteuren. In den dienstleistungsgeprägten Regionen Europas und Russlands wird sich Hyundai zunächst auf Geschäftsfelder konzentrieren, die Produkte und Dienstleistungen kombinieren.

Die finanziellen Ziele

Das von Hyundai festgelegte Ziel für den operativen Gewinn im Automobilbereich liegt bis 2025 bei acht Prozent und damit über dem bisherigen Ziel von 7 Prozent bis 2022. Das Ziel von Hyundai, bis 2025 einen Marktanteil von fünf Prozent in der globalen Automobilindustrie zu erreichen, entspricht einer Steigerung von einem Prozentpunkt gemessen an den rund vier Prozent im Jahr 2018. Hyundai kündigt auch Pläne an, bis Februar nächsten Jahres eigene Aktien im Wert von umgerechnet rund 230 Millionen Euro vom Markt zurückzukaufen.

Über Hyundai Motor Deutschland

Hyundai Motor Deutschland mit Sitz in Offenbach am Main ist seit 2012 eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. In Deutschland verbuchte Hyundai 2018 einen Marktanteil von 3,3 Prozent, 114.878 Zulassungen und einen Privatkundenanteil von 42 Prozent. Einer der Erfolgsfaktoren neben Design, Technik und Preiswürdigkeit ist das Fünf-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden 70 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



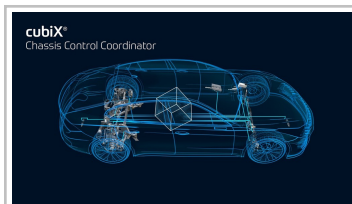
Hyundai Nexo an der Wasserstofftankstelle vor dem Hyundai-Hauptquartier in Offenbach.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



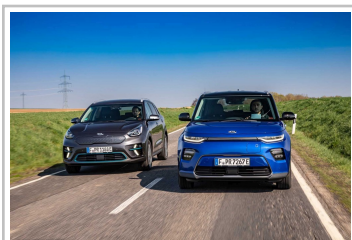
Öffentlich zugängliche Wasserstofftankstelle an der Deutschland- und Europazentrale von Hyundai in Offenbach.

Foto: Hyundai



Mit Cubix entwickelt ZF gemeinsam mit Microsoft eine Software für die zentrale Fahrwerkssteuerung.

Foto: Auto-Medienportal.Net/ZF



Kia e-Niro (rechts) und Hyundai Kona - die beiden batterieelektrischen Crossover aus Korea.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Hyundai Kona Electro.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai