

25. Februar 2016

## **Rekordjahr 2015: Hyundai steigert Umsatz, Absatz und Marktanteil**

- Neuzulassungen klettern um 8,6 Prozent auf mehr als 108.000 Einheiten
- Kräftige Zuwächse sowohl bei Privat- als auch bei Flottenkunden
- Highlight 2016: Einführung des Hyundai IONIQ

Hyundai feiert ein Jahr der Rekorde in Deutschland: Ob Umsatz, Absatz oder Marktanteil, in allen Bereichen konnte Hyundai in Deutschland 2015 weiter wachsen. So verzeichnete die Marke im vergangenen Jahr insgesamt 108.434 Neuzulassungen; 8,6 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Hyundai wuchs damit deutlich stärker als der Gesamtmarkt, der lediglich um 5,6 Prozent auf 3,21 Millionen Einheiten zulegte. Mit einem um 0,1 Punkte auf 3,4 Prozent gestiegenen Marktanteil festigte das Unternehmen sowohl seine Position als erfolgreichste asiatische Automobilmarke in Deutschland als auch Platz drei unter den Importmarken.

Die Zuwächse zeigen sich gleichermaßen im Privat- und Flottenmarkt. Bei den Neuwagenkäufen durch Privatkunden registrierte Hyundai ein Plus von elf Prozent auf 49.130 Fahrzeuge. Rund 45 Prozent aller 2015 verkauften Hyundai Modelle in Deutschland wurden damit an private Kunden übergeben. Der Anteil an Privatkunden im Gesamtmarkt war im Vergleichszeitraum um zwei Prozentpunkte auf 34 Prozent gesunken. Auch bei den Gewerbetreibenden nimmt Hyundai weiter Fahrt auf: Im vergangenen Jahr kletterte der Absatz im Flottengeschäft um 26 Prozent auf 13.601 Fahrzeuge. Verantwortlich für diese Entwicklung ist unter anderem die gezielte Qualifizierung der auf Gewerbekunden spezialisierten Fleet Business Center. Im laufenden Jahr werden weitere bis zu 15 solcher Vertragspartner hinzukommen, sodass ihre Zahl dann auf deutschlandweit 85 Standorte steigt.

Der Erfolg von Hyundai in Deutschland zieht sich durch die gesamte Modellpalette: Einmal mehr war die kompakte i30 Baureihe mit 27.161 Einheiten oder 25 Prozent des Gesamtabsatzes der Spitzenreiter, im nunmehr vierten Jahr nach Markteinführung sind ihre Verkaufszahlen erneut gestiegen. Auf Platz zwei folgen der neue Hyundai Tucson gemeinsam mit seinem Vorgänger ix35 mit 25.407 Neuzulassungen oder 23 Prozent. An dritter Stelle landet der Hyundai i10 mit 22.868 Einheiten (21 Prozent) vor der i20

Baureihe. Der Kleinwagen, für den sich 15.416 Kunden entschieden, gewann 2015 als erstes Hyundai Modell den Leserpreis der prestigeträchtigen Auszeichnung „Das Goldene Lenkrad“. An der Wahl nahmen mehr als 400.000 Leser von „Bild am Sonntag“ und „Auto Bild“ aus insgesamt 20 europäischen Ländern teil.

Neben dem Absatz konnte die Hyundai Motor Deutschland GmbH 2015 auch ihren Umsatz um 20 Prozent auf 1,45 Milliarden Euro steigern. Der zunehmende Verkauf von Fahrzeugen mit höherer Ausstattung, qualitative Verbesserungen wie das Programm „Hyundai Mission Quality“ zur Optimierung der Abläufe in den Autohäusern und die wachsende Kundenzufriedenheit wirken sich positiv aus. Internen Erhebungen zufolge hat Hyundai im Markenranking beim Verkauf bereits die zufriedensten Kunden, im Service belegt die Marke Rang zwei - in den vergangenen drei Jahren hat sich Hyundai damit um insgesamt 19 Plätze verbessert.

„25 Jahre nach dem Start in Deutschland kann Hyundai hierzulande auf das erfolgreichste Jahr aller Zeiten zurückblicken. 2015 haben wir uns in vielen Bereichen gesteigert- zum Beispiel bei der Kundenzufriedenheit und beim Absatz und Marktanteil. Der September 2015 geht mit 12.744 verkauften Fahrzeugen als Rekordmonat in die Geschichte ein. Qualität und Nachhaltigkeit stehen für uns dabei immer im Vordergrund“, bilanziert Markus Schrick, Geschäftsführer der Hyundai Motor Deutschland GmbH. „Deutschland und Europa spielen eine zentrale Rolle in den Aktivitäten des Konzerns. Und das nicht nur, wenn es um den Pkw-Absatz geht: Hyundai bietet allein in Deutschland rund 1.000 sichere Arbeitsplätze - mehr als jeder andere Importeur.“ Neben der Deutschland- und Europa-Zentrale in Offenbach betreibt das Unternehmen ein Forschungs- und Entwicklungszentrum in Rüsselsheim sowie ein Testzentrum am Nürburgring. Das bayerische Alzenau ist die Heimat der Hyundai Motorsport GmbH, die die Motorsportaktivitäten der Marke in der Rallye-WM koordiniert. In Friedberg gibt es ein Teilelager, nahe Fulda ein Logistikzentrum.

Auch 2016 haben Qualität und Nachhaltigkeit bei Hyundai in Deutschland weiterhin Priorität. Das Ziel ist erneut ein Marktanteil von 3,4 Prozent - bei einem Flottenanteil von 14 Prozent und 45 Prozent Privatkundenanteil. Hyundai setzt seine Modelloffensive Product Momentum 2017 fort, bei der bis Ende 2017 insgesamt 22 neue und überarbeitete Modelle in den Markt gebracht werden. Nach i10, i20, Genesis Sportlimousine, dem Transporter H350 und dem Tucson sowie den neuen Modellgenerationen

von i30, i40, ix20, Santa Fe und H-1 ist seit Jahresbeginn zusätzlich der Crossover Hyundai i20 Active erhältlich. In diesem Jahr rollen die Sondermodelle „Passion“, die Hyundai als offizieller Partner der UEFA Europameisterschaft 2016 in Frankreich auflegt, sowie der überarbeitete Grand Santa Fe auf den Markt. In der zweiten Jahreshälfte folgt der Hyundai IONIQ: Die kompakte Stufenheck-Limousine ist das weltweit erste Modell, das für den Einsatz von gleich drei alternativen Antriebssystemen entwickelt wurde. Im Herbst wird zunächst das Hybridmodell eingeführt, später ein reines Elektrofahrzeug. 2017 folgt ein an der Steckdose aufladbares Plug-in-Hybridmodell. „Mit der Einführung des IONIQ bietet Hyundai als einziger Hersteller alle wichtigen alternativen Antriebsarten in Serie an. Dies stärkt die Marke und wird weitere Wachstumsimpulse liefern“, so Schrick. Damit hat Hyundai das jüngste Modellprogramm seiner 25-jährigen Geschichte.

Das deutsche Vertriebsnetz profitiert 2016 von weiteren Verbesserungen: Nachdem rund 90 Vertragspartner schon 2015 auf die neue Corporate Identity umgestellt haben, können in diesem Jahr 100 weitere Betriebe die modernen und hochwertigen Gestaltungsrichtlinien umsetzen. Warme Farbtöne und moderne helle Gestaltungselemente lassen die Hyundai Autohäuser edler wirken und laden die Kunden dazu ein, die Marke auf eine neue, besonders hochwertige Art und Weise zu erleben. Die fortschreitende Digitalisierung in Service und Ausstellungsräumen vereinfacht unter anderem Vertriebs- und Service-Prozesse sowie die Kommunikation.

\*\*\*

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Bernhard Voss, Tel.: (069) 380767-470; Fax: (069) 380767-475; E-Mail: [bernhard.voss@hyundai.de](mailto:bernhard.voss@hyundai.de)

Stephanie Wester, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 380767-475; E-Mail: [stephanie.wester@hyundai.de](mailto:stephanie.wester@hyundai.de)

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter [www.hyundai-presselounge.de](http://www.hyundai-presselounge.de)

### 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. 2015 wurden mehr als 108.000 Fahrzeuge in Deutschland verkauft. Der Marktanteil lag bei 3,4 Prozent, damit zählt Hyundai zu den drei stärksten Importmarken im Land. Weltweit gehört die Hyundai Motor Group mittlerweile zu den fünf größten Automobilherstellern. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design gepaart mit hoher Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden fast 95 % aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Rund 92 % dieser Modelle werden auch in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut. Als langjähriger Partner der FIFA, der UEFA sowie der Caritas ist Hyundai im sportlichen und im sozialen Bereich engagiert.