

Presse-Information

22. Juli 2019

Hyundai auch 2019 weiter auf Erfolgskurs

- 62.095 Neuzulassungen von Januar bis Juni – ein Plus von 5,3 Prozent
- SUV-Modelle und Ausstattung N Line sind bei den Kunden besonders beliebt
- Flottengeschäft trägt jetzt stärker zum Hyundai Erfolg bei

Erstmals hat Hyundai auf dem deutschen Markt mehr als 60.000 Autos im ersten Halbjahr abgesetzt: Mit 62.095 Neuzulassungen lag das Ergebnis von Januar bis Juni 2019 um 5,3 Prozent über der vergleichbaren Zahl des bisherigen Rekordjahres 2018. In der Folge stieg auch der Marktanteil weiter: 3,36 Prozent aller deutschen Autokäufer entschieden sich 2019 für einen Hyundai. Damit hat die Marke aus Südkorea ihren zehnten Platz in der Zulassungsstatistik gefestigt und ist der stärkste asiatische Anbieter auf dem deutschen Markt.

„Die Zahlen belegen, dass es richtig war, die SUV-Flotte auszubauen und sie beim Design und den Antrieben noch attraktiver zu machen“, sagt Jürgen Keller, Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland. Tatsächlich haben die SUV-Modelle Tucson, Kona und Santa Fe entscheidend zum aktuellen Erfolg beigetragen. Beim Flaggschiff Santa Fe ging Ende 2018 die vierte Generation an den Start, was den Zulassungszahlen für 2019 Auftrieb gab: Im ersten Halbjahr fand das große SUV 1.288 neue Käufer, ein Plus von 16,8 Prozent. Das ebenfalls 2018 gestartete Kompakt-SUV Kona konnte mit 10.514 Neuzulassungen sein Halbjahresergebnis beinahe verdoppeln. Als erfolgreichster Hyundai hat sich erneut der Tucson behauptet, er legte um 3,6 Prozent auf 13.245 Neuzulassungen im ersten Halbjahr zu.

Neue Ausstattungslinie N Line erzeugt überdurchschnittliches Wachstum

Einer der Gründe für diesen Zuwachs ist die lebhafte Nachfrage nach der Ausstattungslinie N Line. Obwohl erst seit April im Angebot, erzielten die Modelle mit sportlichen Accessoires wie größerem Dachspoiler, markanterem Kühlergrill und schwarzen 19-Zoll-Aluminiumrädern einen Anteil von 15 Prozent an den Tucson Verkäufen. Die N Line ist für den jeweils stärksten Benzin- und Dieselmotor verfügbar und umfasst zusätzlich Ledersitze mit roten Ziernähten, das Krell-Soundsystem der Premium-Ausstattung sowie eine vergrößerte Bremsanlage.

Beim Verkauf des kompakten Hyundai i30, der aktuellen Nummer zwei bei Hyundai, spielt die N Line ebenfalls eine wichtige Rolle, schließlich hat Hyundai seine sportlichere Ausrichtung mit

dem Hochleistungssportler i30 N (Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 10,6, außerorts 6,1, kombiniert 7,8; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 178) begründet. Diese Top-Variante erfreut sich weiter steigender Beliebtheit, auch weil inzwischen der i30 Fastback N (Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 10,6, außerorts 6,1, kombiniert 7,8; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 178) zusätzlich verfügbar ist.

Ausstattungsdetails, die zum Fahren auf der Rennstrecke passen, sind aber nicht mehr nur den N-Modellen mit 202 kW (275 PS) vorbehalten. Für drei weitere i30-Motorisierungen ist die N Line verfügbar, die unter anderem 18-Zoll-Aluminiumräder mit Reifen der Größe 225/40 umfasst, außerdem Sportsitze sowie je eine speziell gestaltete Front- und Heckschürze. N Line und N-Modelle sind mitverantwortlich für den überdurchschnittlichen Zuwachs beim i30, dessen Zahlen im ersten Halbjahr 2019 um 26,4 Prozent anstiegen: 13.019 Mal wurde ein i30 neu zugelassen.

Fuhrparkmanager entscheiden sich häufiger für Hyundai

Besonders erfreulich hat sich für Hyundai zudem das Flottengeschäft entwickelt. Deutschlands Fuhrpark-Verantwortliche haben sich im ersten Halbjahr 2019 viel häufiger für einen Hyundai entschieden. Die 7.594 an Fuhrparks verkauften Hyundai Pkw bedeuten einen Zuwachs um 65,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Der Hyundai Marktanteil in Deutschland bei echten Flottengeschäften (ohne Autovermieter) stieg damit von 1,1 auf 1,7 Prozent, was einem Zuwachs um 54,5 Prozent entspricht. Damit erhöhte sich auch die Bedeutung des Flottengeschäftes für die wirtschaftlichen Aktivitäten von Hyundai in Deutschland: Lag der Flotten-Anteil des Pkw-Geschäfts im ersten Halbjahr 2018 noch bei 7,8 Prozent, so ist er nun auf 12,2 Prozent gestiegen.

Kraftstoffverbrauch für den Hyundai Santa Fe in l/100 km: innerorts 13,3-6,6, außerorts 7,1-5,2, kombiniert 9,3-5,7; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 215-151; CO₂-Effizienzklasse: F-B

Kraftstoffverbrauch in l/km für den Hyundai Tucson: innerorts 9,7 – 4,5; außerorts: 6,7 – 4,2; kombiniert: 7,8 – 4,4; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 179 – 117; CO₂-Effizienzklasse: D – A

Kraftstoffverbrauch in l/km für den Hyundai Kona: innerorts 8,4– 4,8, außerorts 6,2 – 3,9, kombiniert 7,1 – 4,1; CO₂-Emissionen in g/km: 160 - 113; CO₂-Effizienzklasse: D – A

Kraftstoffverbrauch in l/100 km für den Hyundai i30: innerorts 7,9-4,4, außerorts 5,2-3,7, kombiniert 6,2-3,9; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 143-104; CO₂-Effizienzklasse: D-A

Kraftstoffverbrauch in l/100 km für den Hyundai i30 N Performance/Hyundai i30 Fastback N Performance: innerorts: 10,6, außerorts: 6,1; kombiniert: 7,8; CO₂-Emissionen in g/km kombiniert: 178; CO₂-Effizienzklasse: E

Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 823 798 702; E-Mail: nicole.welscher@hyundai.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. In Deutschland hat Hyundai im Jahr 2018 mit einem Marktanteil von 3,3 Prozent, 114.878 Zulassungen und einem Privatkundenanteil von 42 Prozent eine hohe Qualität der Zulassungen erreicht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. Beim Red Dot Award wurde Hyundai mit dem Ehrentitel „Marke des Jahres 2018“ ausgezeichnet. Kunden bestätigen Hyundai außerdem ein attraktives Design und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden 95 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Als langjähriger Partner der FIFA ist Hyundai im sportlichen Bereich engagiert.

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter www.hyundai-presselounge.de