

Presse-Information

19. September 2019

Hyundai mit Hattrick bei TÜV Rheinland Award für Kundenzufriedenheit

- Zum dritten Mal in Folge gewinnt Hyundai den Markenpreis der Importeure
- Hohe Servicequalität sorgt für hohe Kundenzufriedenheit
- Hyundai Mission Quality optimiert Prozesse und Abläufe im Handelsbetrieb

Hyundai Motor Deutschland hat beim TÜV Rheinland Award für Kundenzufriedenheit den Hattrick geschafft und zum dritten Mal in Folge den Markenpreis der Importeure gewonnen.

362 Autohäuser haben am diesjährigen Award für Kundenzufriedenheit teilgenommen und sich der anspruchsvollen Aufgabe gestellt, ihren Service auf den Prüfstand zu stellen. Prämiert werden die zehn besten Autohäuser und auch die meistvertretene Marke, jeweils in Form eines Hersteller- und Importeur-Preises.

Bei der zehnten Auflage des freiwilligen Wettbewerbs wurden die Betriebe in einem mehrteiligen Prüfverfahren von den Experten der Prüforganisation auf Servicequalität, Kompetenz und Kundenansprache getestet – mit Mystery-Mail, Mystery-Call und Mystery-Shopping bis hin zu Werkstatttests. Für die Handelsbetriebe ist es eine gute Möglichkeit, Verbesserungspotenziale in der direkten Kundenbeziehung aufzudecken und zu nutzen.

„Zufriedene Kunden sind die Basis für eine langfristige Beziehung. Nur glückliche Kunden halten der jeweiligen Marke die Treue“, sagte Hyundai-Geschäftsführer Jürgen Keller, der den Preis in der Frankfurter Klassikstadt entgegennahm. „Die Autohäuser erfahren von neutraler Seite viel über den Zustand ihres Betriebs in Sachen Servicequalität und Kundenzufriedenheit. Ich finde den Award deshalb sehr wertvoll und freue mich, dass sich so viele Hyundai Händler dem Wettbewerb stellen. Immerhin 19, vier mehr als im vergangenen Jahr. Das ist zugleich die größte Anzahl unter den Importmarken.“

Insgesamt beteiligten sich neben Autohäusern mit 23 unterschiedlichen Marken auch markenunabhängige Betriebe und erstmals auch einige Filialen einer Werkstattkette.

Hyundai hat als größte asiatische Importmarke in Deutschland mit über 460 Handelsstützpunkten einem guten Mix aus kleinen, mittleren und großen Autohäusern und Servicebetrieben, die darauf ausgerichtet sind, eine hohe Servicequalität zu liefern und damit eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Das bestätigen auch die Gesamtinvestitionen in den Handel im Jahr 2018 in Höhe von rund 57 Millionen Euro. 2019 erwartet die Marke rund 60 Millionen Euro an Investitionen. So wurde in diesem Jahr nach dreijähriger Umsetzungsphase deutschlandweit das Hyundai CI mit der

neuen bronzefarbenen Signalisation und Investitionen in den Innenausbau der Handelsbetriebe abgeschlossen.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Bernhard Voß, Tel.: (069) 380767-470; Fax: (069) 823 798 702; E-Mail: bernhard.voss@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 und erhielt bei den Automotive Innovation Awards gleich zwei Preise für die zukunftsorientierte Ausrichtung seiner Antriebstechnologien. 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 70 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.