

Presse-Information

19. Dezember 2019

Strategy 2025 – Hyundai wird zum Anbieter smarter Mobilitätslösungen

- Smart Mobility Solutions mit Produkten und Serviceangeboten bis 2025
- Mit 670.000 Einheiten weltweit unter die Top 3 der Hersteller elektrischer Fahrzeuge
- Investitionen in Zukunftstechnologien ermöglichen Wachstum bei Marktanteil und Gewinn

Hyundai Motor hat einen ambitionierten Fahrplan erarbeitet, mit dem das Unternehmen seine Vorreiterposition beim Thema Mobilität der Zukunft sichern will.

Im Rahmen der Roadmap mit dem Namen „Strategy 2025“ wird das Unternehmen Smart Mobility Device und Smart Mobility Service als zwei Kerngeschäftsfelder integrieren. Das Zusammenspiel dieser beiden Säulen ermöglicht Hyundai den Wandel zu einem **Smart Mobility Solution Provider**, also einem Anbieter smarter Mobilitätslösungen.

Das Geschäftsfeld **Smart Mobility Device** wird Produkte, die für Dienstleistungen optimiert sind, liefern und die Voraussetzungen für Serviceangebote schaffen. Dazu wird das Geschäft mit Smart Mobility Services in Form von personalisierten Inhalten und Diensten bereitgestellt, um einen breiteren Kundenstamm zu sichern.

Die Pläne für das Geschäftsfeld Smart Mobility Device bei Hyundai 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“. Durch den Ausbau der Angebote kann Hyundai alle Produkte für ein lückenloses Mobilitätserlebnis der Kunden bieten.

Ein wichtiges Feld dabei wird die Zusammenarbeit mit Urban Air Mobility (UAM) sein, denen man sowohl Personal Air Vehicles (PAV) als auch Mobilitätsdienstleistungen zur Verfügung stellen möchte.

Smart Mobility Service ist ein neues Geschäftsfeld für Hyundai, das als wichtige strategische Säule für zukünftige Geschäfte gefördert wird. Dienste und Inhalte werden personalisiert und über eine integrierte Plattform angeboten, um den Mehrwert für die Kunden zu maximieren.

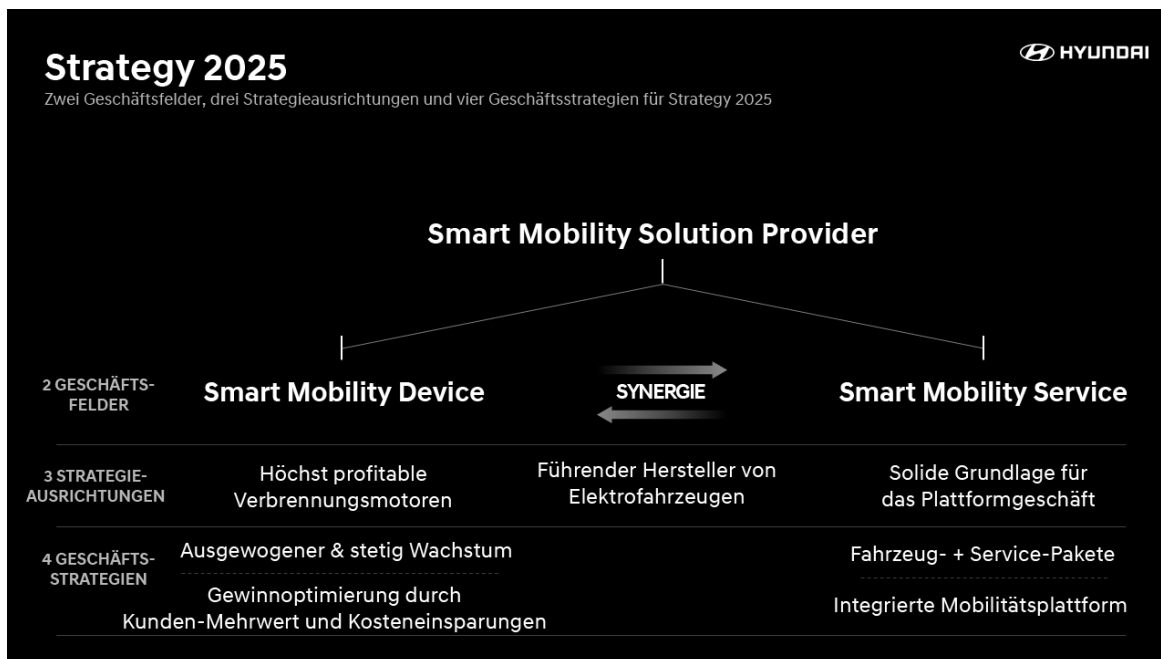
Diese beiden Säulen unterstützen die vom Unternehmen definierten Hauptausrichtungen: Steigerung der Rentabilität von Fahrzeugen mit Verbrennungsmotor (ICE), Sicherung der Führungsposition bei der Fahrzeugelektrifizierung und Grundsteinlegung für plattformbasierte Geschäfte.

Um die Strategy 2025 auf der Produktseite umzusetzen, strebt Hyundai ein ausgewogenes und stetiges Wachstum an, bei dem die Nachhaltigkeit Vorrang vor kurzfristigen Zielen hat. Insbesondere will Hyundai durch den Verkauf von jährlich 670.000 Elektrofahrzeugen weltweit seine führende Position bei der Elektrifizierung sichern und bis 2025 einer der drei weltweit führenden Hersteller von Batterie- und Brennstoffzellen-Elektrofahrzeugen werden.

Auf Seiten der Dienstleistungen will das Unternehmen Produkt und Service kombinieren und 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. Im gleichen Zeitraum strebt das Unternehmen einen operativen Gewinn von acht Prozent im Automobilgeschäft und einen Anteil von fünf Prozent am globalen Fahrzeugmarkt an.

Die umfassende mittel- bis langfristige strategische Ausrichtung von Hyundai stellte Präsident und CEO des Unternehmens, Wonhee Lee, während des „CEO Investor Day“ Kongresses in Seoul (Südkorea) vor, an dem verschiedene Interessengruppen, darunter auch Aktionäre und Investoren, teilnahmen.

„Der Schlüssel zu unserer zukünftigen Strategie ist es, sich auf die Kunden zu konzentrieren und passende Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren. Wir wollen intelligente Mobilitätslösungen anbieten, die den sich ändernden Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden, indem wir fortschrittliche Technologien nutzen“, sagt Präsident Lee. „Der Wandel zu einem Smart Mobility Solution Provider mit umfassenden Mobilitätslösungen, die Produkte und Dienstleistungen kombinieren, wird das Herzstück der Zukunftsstrategie von Hyundai sein.“



Strategy 2025

(1) Smart Mobility Device

Im Bereich Smart Mobility Device legt Hyundai Strategien zur Aufrechterhaltung seiner Wettbewerbsfähigkeit im Kerngeschäft fest, indem die Profitabilität bei Fahrzeugen mit Verbrennungsmotoren gestärkt und die Führungsrolle in der Elektrifizierung gesichert wird.

Das Unternehmen plant ein ausgewogenes und stetiges Wachstum mit einem Portfolio, das regionale Unterschiede und unterschiedliche 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.

Gleichzeitig führt Hyundai Neuerungen in den Bereichen Qualität und Kostenstruktur ein, die vollumfänglich dem Kunden zu Gute kommen werden.

Qualitätsinnovationen werden den Kundennutzen auf der Grundlage von drei intelligenten Elementen maximieren: innovative digitale Benutzererfahrung (UX), auf künstliche Intelligenz (AI) basierte vernetzte Dienste und sicherheitsorientiertes autonomes Fahren. In Bezug auf die autonome 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. Das Ziel von Hyundai ist es, mit diesen differenzierten Fahrzeugtechnologien die Wahrnehmung der Marke bei den Kunden zu steigern.

Im Hinblick auf Kosteninnovationen wird das Unternehmen beginnend mit den Fahrzeugeinführungen im Jahr 2024 eine neue globale modulare Architektur für batterieelektrische Elektrofahrzeuge einführen, um die Effizienz und Skalierbarkeit der Produktentwicklung zu verbessern. Das Unternehmen plant außerdem, sein Vertriebsmodell durch Netzwerkoptimierungen und neue Vertriebsmethoden zu modernisieren, die Produktion bedarfsgerecht zu optimieren und Partnerschaften mit anderen Herstellern auszubauen.

(2) Smart Mobility Service

Smart Mobility Service wird ein wichtiger zukünftiger Wachstumstreiber für Hyundai sein. Dieses Geschäftsfeld vereint Produkt und Service, um Kunden einen individuellen Mobilitätslebensstil anzubieten.

Das Unternehmen plant, seinen bestehenden Kundenstamm zu nutzen, um Dienstleistungen im Zusammenhang mit Fahrzeugen bereitzustellen, einschließlich Wartung, Reparatur, Finanzierung, und Versicherung. Es wird auch Anstrengungen unternehmen, um einen breiteren Kundenkreis mit einem umfassenderen Leistungsspektrum zu erreichen. Hyundai wird eine integrierte Mobilitätsplattform aufbauen, die Daten im und um das Fahrzeug mithilfe der Fahrzeugkonnektivität analysiert. Durch ein besseres Verständnis der Kundenwünsche wird das Unternehmen Dienstleistungen anbieten, die auf die Bedürfnisse der Kunden in jedem Aspekt ihres Lebens zugeschnitten sind, einschließlich Einkaufs-, Liefer-, Streaming- und multimodaler Mobilitätsdienste.

Strategy 2025 beschreibt auch die regionale Optimierung 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 Mobilitätsdienstleistungsmarkt durch Partnerschaften mit führenden lokalen Akteuren. In den dienstleistungsgeprägten Regionen Europa und Russland wird sich Hyundai zunächst auf Geschäftsfelder konzentrieren, die Produkte und Dienstleistungen kombinieren.

Für die erfolgreiche Umsetzung der Strategy 2025 sind auch Organisations- und Managementreformen geplant. Das Unternehmen wird neue Systeme für datenbasierte Entscheidungsfindung, Mitarbeiter-Performance-Management, Prozessinnovation und Enterprise Resource Planning (ERP) der nächsten Generation einführen. Darüber hinaus wird eine flexiblere Organisationsstruktur geschaffen und eine harmonische Unternehmenskultur rund um Kommunikation und Zusammenarbeit gefördert.

Finanzielle Ziele

Hyundai hat auch die wichtigsten finanziellen Ziele ermittelt, die zur Erreichung der in Strategy 2025 festgelegten Ziele erforderlich sind.

Von 2020 bis 2025 wird Hyundai insgesamt umgerechnet rund 46 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung sowie in zukünftige Kerntechnologien investieren, um den Wandel zum Smart Mobility Solution Provider zu erleichtern. Insbesondere werden umgerechnet etwa 31 Milliarden Euro für Produkte und Investitionen bereitgestellt, um die Wettbewerbsfähigkeit in bestehenden Geschäftsfeldern zu verbessern, während umgerechnet rund 15 Milliarden Euro für zukünftige Technologien wie Elektrifizierung, autonomes Fahren, KI, Robotik, PAV und im Bereich neuer Energien aufgewendet werden.

Der Sechsjahres-Investitionsplan wurde aktualisiert, nachdem Hyundai im Zeitraum 2019 bis 2023 einen Ausgabenplan in Höhe von umgerechnet rund 34 Milliarden Euro veröffentlicht hatte. Das von Hyundai neu festgelegte Ziel für den operativen Gewinn im Automobilbereich liegt bis 2025 bei 8 Prozent und damit über dem bisherigen Ziel von 7 Prozent bis 2022.

Unterstützt von verbesserter Rentabilität und Kostenwettbewerbsfähigkeit wird das Unternehmen den Anteil von Elektrofahrzeugen in seiner Produktpalette erhöhen und die Voraussetzungen für neue Geschäfte im Bereich von Mobilitätsdienstleistungen schaffen, um dieses Ziel zu erreichen. Die erfolgreiche Präsenz der Marke Genesis auf dem globalen Luxusfahrzeugmarkt wird voraussichtlich auch die Rentabilität des Unternehmens weiter verbessern.

Eine Reihe von Kosteninnovationsprogrammen – wie Plattformintegration, standardisierte Fahrzeugarchitektur und Vereinheitlichung von Teilen – werden dazu beitragen, die Effizienz in der Lieferkette des Unternehmens zu steigern. Die Prozesse der Fahrzeugarchitektur werden nach Regionen optimiert und innovative Fertigungstechnologien eingesetzt, um die Effizienz und

Rentabilität weiter zu steigern.

Ein verbesserter Produktmix, kombiniert mit wettbewerbsfähigen neuen Modellen, wird dazu beitragen, die Ausgaben für Kaufanreize zu reduzieren, während präventive Qualitätskontrollmaßnahmen die qualitätsbezogenen Kosten senken werden. Das Unternehmen wird auch die Effizienz der Investitionen für die Marke Genesis weiter steigern.

Das Ziel von Hyundai, bis 2025 einen Marktanteil von 5 Prozent in der globalen Automobilindustrie zu erreichen, entspricht einer Steigerung von einem Prozentpunkt gemessen an den rund 4 Prozent im Jahr 2018. Um dieses Ziel zu erreichen, wird das Unternehmen die schwankende Nachfrage in den einzelnen Märkten regional flexibel bedienen und wettbewerbsfähige Mobilitätsdienstleistungen anbieten.

Hyundai kündigt auch Pläne an, bis Februar nächsten Jahres eigene Aktien im Wert von umgerechnet rund 230 Millionen Euro vom Markt zurückzukaufen, als Teil ihrer kontinuierlichen Bemühungen, den Unternehmenswert zu steigern und eine marktgerechte Politik zu fördern.

Seit der ersten Ankündigung von Plänen zur Maximierung der Aktionärsrendite im Jahr 2014 stieg die Dividende des Unternehmens schrittweise auf umgerechnet 3,08 Euro pro Aktie im Jahr 2015 gegenüber umgerechnet 1,50 Euro im Jahr 2013. In 2018 führte Hyundai ein groß angelegtes Aktienrückkauf- und Annullierungsprogramm durch, das einem Gegenwert von 3 Prozent der insgesamt ausstehenden Aktien entsprach.

„Hyundai wird seine Kunden immer in den Mittelpunkt stellen und sich bemühen, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern“, sagt Präsident Lee. „Wir werden unser Bestes geben, um uns für die Zukunft zu rüsten, führender Anbieter in der Mobilitätsbranche zu sein und unseren Unternehmenswert zu maximieren.“

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; 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 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-Pressbereich unter www.hyundai-presselounge.de.