

Presse-Information

17. Februar 2021

Hyundai Motor Company will 2021 wieder wachsen

- Umsatz steigt im letzten Quartal 2020 um 5,1 Prozent auf 29,24 Billionen KRW
- Gewinnmarge liegt im Vierten Quartal 2020 bei 5,6 Prozent, die höchste seit 2017
- Weiteres Wachstum für das Jahr 2021 angestrebt

Die Hyundai Motor Company schließt trotz der anhaltenden weltweiten Einschränkungen das Jahr 2020 mit einem guten vierten Quartal: Der Umsatz in diesem Zeitraum stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal um 5,1 Prozent auf 29,24 Billionen Won (KRW).

Das Unternehmen verkaufte im Zeitraum von Oktober bis Dezember weltweit 1.139.583 Einheiten, was einem Rückgang von 4,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Verkäufe in Märkten außerhalb Koreas gingen um 6,6 Prozent auf 935.393 Einheiten zurück, da die Nachfrage in den meisten Märkten der Welt schwach blieb. Die Verkäufe in Korea stiegen um 5 Prozent auf 204.190 Einheiten. Die Luxusmarke Genesis trug ebenfalls zur Verkaufsdynamik bei.

Der Betriebsgewinn der südkoreanischen Hyundai Motor Company kletterte im vierten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 40,9 Prozent auf 1,64 Billionen KRW, wobei die Betriebsgewinnmarge mit 5,6 Prozent den höchsten Wert seit dem ersten Quartal 2017 erreichte. Der Nettogewinn (einschließlich Minderheitsanteile) stieg auf 1,38 Billionen KRW von 772,1 Milliarden KRW im gleichen Zeitraum.

Stabile Verkaufszahlen von SUV-Modellen und Genesis-Luxusmodellen sowie niedrige Rabatte trugen dazu bei, den Umsatz im vierten Quartal trotz eines ungünstigen wirtschaftlichen Umfelds und eines ungünstigen Wechselkurses zu steigern. Die Erholung der Verkäufe und die Ausweitung der Marktanteile in Nordamerika, Indien und Russland trugen ebenfalls zu höheren Umsätzen bei.

Im Jahr 2020 belief sich der weltweite Absatz von Hyundai auf 3.744.737 Einheiten, was einem Rückgang von 15,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Umsatz ging im Vergleich zu 2019 um 1,65 Prozent auf 104 Billionen KRW zurück, während der Betriebsgewinn um 22,9 Prozent auf 2,78 Billionen KRW sank. Der Nettogewinn (einschließlich Minderheitsanteile) sank um 33,5 Prozent auf 2,12 Billionen KRW.

Hyundai Motor strebt weltweites Wachstum für das Jahr 2021 an

Im Jahr 2021 strebt die Hyundai Motor Company ein Umsatzwachstum von 14 bis 15 Prozent und eine jährliche operative Gewinnmarge von 4 bis 5 Prozent in der Automobilsparte an. Das

Unternehmen plant für dieses Jahr einen Gesamtabsatz von 4,16 Millionen Fahrzeugen. Außerdem soll die Dividende zum Jahresende 2020 bei 3.000 KRW pro Aktie liegen, was dem Niveau von 2019 entspricht.

Hyundai sieht das Jahr 2021 als das Jahr des Wandels zum Anbieter von Smart Mobility Lösungen und wird sich auf zukunftssträchtige Geschäftsbereiche konzentrieren, einschließlich Elektrifizierung, Urban Air Mobility, Robotik und Brennstoffzellentechnologie. Insbesondere plant das Unternehmen, mit der Einführung des IONIQ 5 (Der neue Hyundai IONIQ 5 steht noch nicht zum Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchsermittlung der deutschen Länderausführung erfolgen unmittelbar vor der Markteinführung), dem ersten Modell der neuen Submarke IONIQ, die Marktführerschaft im Bereich der elektrifizierten Modelle zu festigen.

Das Unternehmen wird sich außerdem darauf konzentrieren, seine Produktpalette mit SUV- und Luxusmodellen auszubauen und die Rentabilität auf der Grundlage von Kosteninnovationen zu steigern, um trotz des schwierigen Geschäftsumfelds eine führende Position in der zukünftigen Mobilitätsbranche einzunehmen.

Verbrauchs- und Emissionsangaben

Der neue Hyundai IONIQ 5 steht noch nicht zum Verkauf. Die Homologation und die Kraftstoffverbrauchsermittlung der deutschen Länderausführung erfolgen unmittelbar vor der Markteinführung.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; E-Mail: nicole.welscher@hyundai.de

Stephanie Niermann, Tel.: (069) 380767-475; E-Mail: stephanie.niermann@hyundai.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH mit Sitz in Offenbach am Main ist eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. Vor 30 Jahren startete Hyundai den Verkauf seiner Produkte auf dem deutschen Markt. Der Fahrzeugbestand stieg von knapp 3.000 Einheiten Ende 1991 auf über 1,33 Millionen heute. Im Corona-Jahr 2020 erreichte Hyundai mit rund 105.000 Zulassungen einen Marktanteil von 3,6 Prozent, was dem Rekordwert des Vorjahres entspricht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. 75 Prozent der Hyundai Modelle haben einen elektrifizierten Antrieb. Überzeugend für die Kunden sind neben dem attraktiven Design und einem sehr guten Preis-Wert-Verhältnis das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung und acht Jahre Garantie für batterieelektrische Fahrzeuge. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden zwei Drittel aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Hyundai produziert für den europäischen Markt an zwei Standorten: Im Werk HMCC im tschechischen Nošovice werden die Modellreihen i30, TUCSON und auch der KONA Elektro gefertigt, in der Türkei laufen im Werk HAOS der i10 und der i20 vom Band. Im Fußball engagiert sich Hyundai von den Amateuren bis zu den Profis, so ist Hyundai in der Bundesliga Partner von Hertha BSC und Eintracht Frankfurt.

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