
Hyundai nimmt sich für 2017 viel vor

Von Hans-Robert Richarz

Wo Licht ist, ist auch Schatten. Davon kann Hyundai, fünftgrößter Automobilkonzern der Welt (nach VW, Toyota, General Motors und Renault/Nissan), ein Lied singen. Nicht nur, dass 2016 mit 100 000 weltweit weniger verkauften Autos den Südkoreanern ein Absatzminus von 2,1 Prozent das Geschäft verhaselte. Jetzt treibt ihnen auch noch der wilde Mann im Weißen Haus von Washington mit angedrohten Strafzöllen tiefe Sorgenfalten auf die Stirn. Daher dürften die Manager in Seoul froh darüber sein, dass sie im vergangenen Jahr in Deutschland vergleichsweise gut davon gekommen sind.

In Europa insgesamt kletterte der Verkauf um acht Prozent bzw. 35 375 Exemplare nach oben. Wie üblich war aber nicht alles Gold, was glänzt. In Deutschland sank der Absatz – wenn auch nur recht gering – um 1206 Einheiten auf 107 228 verkaufte Fahrzeuge, gleichzeitig aber kletterte der Umsatz um zehn Prozent auf 1,6 Milliarden Euro. Das lag daran, dass sich mehr Kunden denn je für höherwertige Versionen aus der Fahrzeugpalette entschieden hatten. Und das war nicht der einzige Grund, worüber sich Geschäftsführer Markus Schrick gestern auf der Jahrespressekonferenz am freute. Erfolge, die sich nicht in Euro und Cent ausdrücken lassen, stellte er an den Anfang seiner Rückschau auf das abgelaufene Jahr.

Dazu zählten beispielsweise zum dritten Mal hintereinander der Klassensieg beim 24-Stundenrennen auf der berühmten Nordschleife des Nürburgrings, wobei der rennsportbegeisterte Schrick selbst zum Fahrerteam gehörte; die Eröffnung einer Wasserstofftankstelle vor der repräsentativen Hauptverwaltung in Offenbach; der erste Platz im Qualitätsreport der Zeitschrift „Auto Bild“ und die Übergabe von 50 Hyundai ix35 Fuel Cell an den Carsharing-Dienst Bee Zero in München sowie die Auszeichnung mit dem renommierten „Red Dot Design Award“ für den Hyundai Ioniq.

Doch auch die Geschäftszahlen waren nicht von schlechten Eltern. Hyundai bestätigte erneut seinen Rang als erfolgreichster asiatischer Hersteller auf dem deutschen Markt und Mitglied der drei absatzstärksten Importeure. Die kleinen und kompakten Modelle der Koreaner i10, i20 und i30 machten etwa ein Drittel der Verkäufe aus, die meisten Kunden fand der Kompakt-SUV Tucson mit rund der Hälfte aller hier zu Lande verkauften Hyundai-Fahrzeuge.

Selbstbewusst formulierte Geschäftsführer Schrick: „Wir sind kein asiatisches Schnäppchen, sondern ein ernst zu nehmender Wettbewerber auf dem deutschen Markt.“ Das zeige beispielhaft der neue i30. Bereits dessen Basisversion biete für 17 450 Euro mit zahlreichen Assistenzsystemen die beste Sicherheitsausstattung seiner Klasse, sei also ein echter Wagen für das Volk. Schrick: „Wir wollen eine echte Alternative zu Volkswagen sein. Nicht in Bezug auf die Größe, aber als Denkanstoß.“

Deshalb hat sich das Unternehmen für die absehbare Zeit viel vorgenommen. Mit der Einführung des Ioniq als Plug-in-Hybrid im Sommer 2017 soll zunächst das Angebot an alternativen Antrieben vervollständigt werden. Hyundai ist dann der einzige Hersteller, der alle wichtigen alternativen Antriebe in Serie anbietet: Elektroantrieb, Hybrid und Plug-in-Hybrid beim Ioniq, Brennstoffzelle beim ix35 Fuel Cell. Bis zum Jahr 2020 will der Konzern insgesamt 28 Modelle mit alternativem Antrieb im Portefeuille haben.

In Deutschland soll als Modellneuheit noch in diesem Jahr ein zusätzliches SUV unterhalb des Tucson präsentiert werden. Auch die sportliche Komponente soll 2017 mit besonders starken N-Performance-Modellen nicht zu kurz kommen. Den Anfang macht im Herbst der

i30, dessen N-Variante 184 kW / 250 PS leisten wird. All das soll Hyundai nicht nur zur begehrtesten Marke unter den Importeuren machen, sondern auch den Bekanntheitsgrad, der zurzeit bei 18 Prozent liegt, auf 20 Prozent steigern.

Dazu dürfte auch die Rolle des koreanischen Konzerns als Arbeitgeber in Deutschland beitragen. 1200 Beschäftigte führt Hyundai hier zu Lande auf der Gehaltsliste. Sie arbeiten in der Deutschland- und Europa-Zentrale in Offenbach, im Design- und Entwicklungszentrum in Rüsselsheim, wo über 90 Prozent der in Deutschland verkauften Modelle gezeichnet und entwickelt werden, sowie in der Motorsport Gesellschaft in Alzenau, wo die weltweiten Rallye-Aktivitäten koordiniert werden.

3,3 Prozent soll der Marktanteil von Hyundai am Ende dieses Jahres betragen. Wenn auch andere Märkte im gleichen Maß nachziehen, dürften dem Autokonzern aus dem südkoreanischen Seoul die 3,1 Milliarden Dollar (rund 2,9 Milliarden Euro), die er als Versöhnungsgeste gegenüber Trump in den USA bis 2022 investieren will, nicht mehr allzu schwer fallen. (ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Hyundai i30.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Line-up des Hyundai Ioniq (v.l.): Hybrid, Electric und Plug-in-Hybrid.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Öffentlich zugängliche Wasserstofftankstelle an der Deutschland- und Europazentrale von Hyundai in Offenbach.

Foto: Hyundai



Markus Schrick.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai-Deutschland- und Europazentrale in Offenbach.

Foto: Hyundai