
Hyundai ist stärkste asiatische Marke in Deutschland

Im ersten Halbjahr hat Hyundai 58 982 Zulassungen verbucht. Das bedeutet ein Volumenwachstum von elf Prozent gegenüber dem Vorjahr und einen Marktanteil von 3,2 Prozent. Im Juni erreichte Hyundai ein Zulassungsplus von 14 Prozent und einen Marktanteil von 3,5 Prozent. Hyundai bleibt damit die stärkste asiatische Marke in Deutschland. Der Privatkäufer-Anteil lag bei 47 Prozent.

Besonders beliebt waren in der ersten Jahreshälfte wieder die SUV. Sie machen mehr als ein Drittel der Verkäufe für Hyundai in Deutschland aus. So entschied sich jeder fünfte Kunde für den Tucson. Der Kona gewann neun Prozent der Hyundai Kunden.

Hyundai Deutschland steigerte den Absatz seiner Elektro- und Hybrid-Modelle um 115 Prozent. Damit übertrifft die Marke den Gesamtmarkt, der um 64 Prozent wuchs. Bei der Entwicklung des Brennstoffzellen-Antriebs hat Hyundai Motors angekündigt, künftig mit Audi zu kooperieren. Dazu werden sich die Hyundai Motor Group und der Volkswagen Konzern sowie deren jeweilige Marken Patente teilen. (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel



Hyundai Santa Fe.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai Tucson.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai Tucson.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai
