
Hyundais Jahresbilanz: Erfolg mit Elektro-Antrieben

Von Frank Wald

Bei Hyundai geht's voran. Mit exakt 105.074 Pkw-Zulassungen konnten die Koreaner im vergangenen Jahr auf dem deutschen Markt ihren ersten Platz unter den asiatischen Importmarken vor Toyota und Konzernschwester Kia behaupten. Vor allem die elektrifizierten Modelle machen dabei einen immer größeren Anteil aus. Mit 33.338 verkauften Fahrzeugen besaßen gut ein Drittel einen vollelektrischen Antrieb. Das bedeutet unter den Stromern Platz 3 hinter Tesla und VW sowie vor Opel, Audi, Mercedes oder BMW. Ein weiteres Drittel fuhr als Mild-, Voll- oder Plug-Hybrid. „Wer in Deutschland auf der Suche nach einem umweltverträglichen elektrifizierten Antrieb ist, kommt an Hyundai nicht mehr vorbei“, so der deutsche Geschäftsführer Jürgen Keller.

„Insbesondere dank der wegweisenden 800-Volt-Architektur, die extrem schnelles Laden ermöglicht, hat sich Hyundai eine Führungsposition im Elektrosegment erarbeitet“, glaubt der Manager, wohl wissend, dass die Konzernbrüder Kia EV6 und Genesis GV60 mit derselben Technologie unterwegs sind. Der meistverkaufte Vollzeitstromer ist mit dem Kona Elektro dennoch ein E-Modell mit der üblichen häftigen Betriebsspannung. Mit 17.029 Zulassungen führt das kleine SUV, das auch insgesamt mit 25.979 abgesetzten Exemplaren das beliebteste Hyundai-Modell in Deutschland ist, das interne Elektro-Ranking an. Der angesprochene Ioniq 5 kam 2022 dagegen „nur“ auf 14.080 Zulassungen. Großen Anteil am 67-Prozent-Tortenstück der alternativer Antrieben hat mit 17.050 Einheiten außerdem das Plug-in-Hybrid-SUV Tucson PHEV mit 17.050 Einheiten. „Ab dem Jahr 2026 werden alle Hyundai-Modellreihen in Deutschland mit alternativen Antrieben angeboten“, sagt Jürgen Keller.

Was den deutschen Importeur an der Jahresbilanz aber mindestens ebenso freut, ist die Tatsache, dass fast die Hälfte aller abgesetzten Fahrzeuge von Privatkunden gekauft wurden. Insgesamt 49.448 Zulassungen bedeuten ein Plus von mehr als 28 Prozent und einen Marktanteilszuwachs auf 5,2 Prozent. Zufrieden sein dürfen auch die Hyundai-Händler, die 2022 mit 2,79 Prozent im Durchschnitt die beste Umsatzrendite in der Geschichte des Deutschland-Präsenz eingefahren haben. Hyundai setzt auch weiter auf seine 500 lokalen Vertragspartner und plane nach Kellers Aussage kein Agentur-Modell.

Apropos deutsche Präsenz: Im vergangenen Jahr hat Hyundai die Marke von mehr als zwei Millionen verkaufte Fahrzeuge in Deutschland seit dem Markteintritt 1991 überschritten. Für Keller „ein echter Meilenstein“, der zeige, „welchen Stellenwert sich die Marke in drei Jahrzehnten erarbeitet hat“. Wobei es bis zur ersten Million noch 22 Jahre, für die zweite dann nur noch neun Jahre gedauert hat. Die ewige Produkt-Bestenliste führt dabei das Kompakt-SUV Tucson bzw. ix35 mit bisher 390.100 Exemplaren an. Dahinter folgen das Kompaktmodell i30 mit 354.000 Einheiten und der Kleinwagen i10 mit 264.300 Modellen. Dennoch beantworten auch nach 30 Jahren auf dem deutschen Markt immer noch gut 80 Prozent der Deutschen die Frage „Kennen Sie Hyundai?“ mit einem Schulterzucken. Auch wenn Wahrnehmung und Bekanntheit in den letzten beiden Jahren – nicht zuletzt wegen des forcierten Ausbaus der Elektromobilität – um einige Prozentpunkte gestiegen sind.

Beides könnte sich in den nächsten Jahren weiter verbessern. Denn zum einen plant Hyundai seine Produktpalette zu erneuern und bringt weitere neue Elektromodelle auf den deutschen Markt. Ein Highlight soll schon im März/April mit dem bereits bestellbaren Ioniq 6 starten. Die Coupé-Limousine fährt mit demselben Antriebskonzept wie der Ioniq 5, fällt aber durch sein elegant-extravaganteres Design ins Auge. Vorher aber noch geht der futuristisch gezeichnete Van Staria als 9-Sitzer an den Start. Ein weiterer Höhepunkt im Neuheiten-Kalender der Koreaner ist der neu entwickelte Bestseller Kona, der im Juli zunächst als Benziner und Hybrid-Variante, zwei Monate später auch mit Elektroantrieb

eingeführt werden soll. Darüber hinaus stehen im Laufe des Jahres noch jede Menge Überarbeitungen auf dem Programm. So bekommen die komplette i-Pkw-Modellreihe, vom i10 über i20 bis i30 und i30 N, sowie kurz vor Jahreschluss außerdem noch der Tucson ein Facelift. Ein weiteres Bonbon folgt ebenfalls im Dezember: der Ioniq 5 in der besonders sportlichen N-Version soll dann bereit stehen.

Zugleich laufen die Vorbereitungen für die Einführung neuer Elektro-Plattformen, auf der die künftigen E-Modelle stehen sollen. Bis 2035 will Hyundai nur noch Batterie- und Brennstoffzellen-Fahrzeuge nach Europa bringen. Auf Basis der Plattform namens „eM“ für Pkw aller Größen verspricht Hyundai bis zu 50 Prozent mehr Reichweite sowie weiterentwickelte autonome Fahrtechnologien (Level 3+). Die zweite Plattform trägt die Bezeichnung „eS“ und ist für elektrische Spezialfahrzeug vorgesehen. Aber auch an der Entwicklung weitgehend automatisiert fahrender und sogar fliegender Robotaxis sind die Koreaner dran, weil sie darin einen neuen urbanen Mobilitätsmarkt zu erkennen glauben. Immerhin, spätestens dann wird Hyundai auch in Deutschland wohl nicht mehr zu übersehen sein. (aum/fw)

Bilder zum Artikel



Jürgen Keller.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Foto der Woche: Hyundai Ioniq 6.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Hyundai Staria.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Hyundai Kona.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Hyundai



Der Hyundai Ioniq 5 gewinnt den „German Car of the Year 2022“-Award (v.l.): Bernd Hitzemann (CEO Altastic), Michael Cole (Präsident und CEO Hyundai Motor Europe), Jens Meiners (GCOTY) und Jürgen Keller (Geschäftsführer Hyundai Deutschland) bei der Preisübergabe.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Martin Joppen
