

28. Januar 2014

Hyundai gibt Absatz- und Finanzergebnisse 2013 bekannt

- Umsatz um 3,4 Prozent auf 59,74 Milliarden Euro gestiegen
- Fahrzeugabsatz legt um 7,3 Prozent auf 4,73 Millionen Einheiten zu
- Für 2014 plant Hyundai weiteres Wachstum auf 4,9 Millionen Fahrzeuge

Die Hyundai Motor Company hat die Finanzergebnisse für das Kalenderjahr 2013 bekannt gegeben. Dank gesteigener Fahrzeugabsätze auf den ausländischen Märkten konnte Hyundai ein Umsatzplus verzeichnen. Der Umsatz stieg 2013 im Vergleich zum Vorjahr um 3,4 Prozent auf 59,74 Milliarden Euro (87,3 Billionen Won). Der nach Marken am schnellsten wachsende Automobilhersteller verbuchte aufgrund von Produktionseinbußen, einer geringeren Nachfrage in Korea und Wechselkursschwankungen aber einen leichten Gewinnrückgang.

Der operative Gewinn sank um 1,5 Prozent auf 5,69 Milliarden Euro (8,32 Billionen Won); beim Nettogewinn verzeichnete Hyundai einen Rückgang um 0,7 Prozent auf 6,15 Milliarden Euro (8,99 Billionen Won, einschließlich Minderheitsanteile).

Hyundai verkaufte im vergangenen Jahr weltweit 4.732.366 Fahrzeuge. Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von 7,3 Prozent. In Korea sank der Absatz um 4,0 Prozent auf 640.698 Einheiten, während die Fahrzeugverkäufe auf den übrigen Märkten um 9,3 Prozent auf 4.091.668 Einheiten zulegten. Davon wurden 1.179.447 Fahrzeuge in Korea und 2.912.221 Fahrzeuge in den ausländischen Werken des Unternehmens produziert.

Im vierten Quartal des Jahres setzte Hyundai weltweit 1.232.344 Fahrzeuge ab und erzielte einen Umsatz von 15,01 Milliarden Euro (21,94 Billionen Won) – ein Rückgang von 3,4 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Dennoch stieg der operative Gewinn um 10,8 Prozent auf 1,39 Milliarden Euro (2,03 Billionen Won).



Für das laufende Jahr geht Hyundai sowohl in Korea als auch auf den ausländischen Märkten von einer stagnierenden Nachfrage aus und wird sich daher auf die Sicherstellung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit konzentrieren. Schwerpunkte liegen dabei auf der Verbesserung der Kraftstoffeffizienz sowie der Entwicklung neuer Fahrzeuge mit fortschrittlichen Technologien und sauberer Energie.

Für 2014 plant Hyundai einen weltweiten Fahrzeugabsatz von 4,9 Millionen Einheiten (Korea: 682.000 / Ausland: 4.218.000), was einem Plus von 3,6 Prozent gegenüber 2013 entspricht. Das Absatzwachstum soll durch eine Erhöhung der Effizienz an den ausländischen Produktionsstandorten und die Einführung neuer Modelle wie der neuen Genesis Sportlimousine und der nächsten Generation des i20 erreicht werden.

Hyundai investiert in Europa und plant bis 2020 Ausbau des Marktanteils auf fünf Prozent

2013 investierte Hyundai mehr als 500 Millionen Euro in seine europäischen Aktivitäten und errichtete zwei neue Standorte: Das zum European Technical Center gehörende Testzentrum am Nürburgring sowie die Hyundai Motorsport GmbH in Alzenau, die Heimat des Hyundai Shell World Rally Teams. Ebenfalls wurde in den Produktionsstandort im türkischen Izmit investiert, um die Produktion des neuen Hyundai i10 zu ermöglichen. Damit steigt die Produktionskapazität von Hyundai in Europa auf jährlich 500.000 Fahrzeuge. Vor diesem Hintergrund erwartet Hyundai steigende Absatzzahlen für die Marke in Europa ab 2015. Mit Maßnahmen zur Steigerung der Qualität und einer Reihe neuer Produkte – in den nächsten vier Jahren werden 22 neue Modelle und Derivate eingeführt – soll der Marktanteil bis 2020 auf fünf Prozent steigen.

95 Prozent aller in Europa verkauften Hyundai Modelle werden im europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim entworfen, konstruiert und getestet; 90 Prozent werden in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut.



Hyundai schafft in Deutschland bestes Ergebnis ihrer 22-jährigen Geschichte

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH hat im Jahr 2013 in Deutschland ein Rekordergebnis erreicht und mit 101.522 verkauften Fahrzeugen das beste Zulassungsergebnis ihrer 22-jährigen Geschichte erzielt. In einem um 4,2 Prozent schrumpfenden deutschen Gesamtmarkt entspricht dies einem Marktanteil von 3,4 Prozent (Vorjahr: 3,3 Prozent). Damit ist Hyundai zweitstärkste Importmarke im Land.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Bernhard Voss, Tel.: (069) 380767-470; Fax: (069) 380767-475; E-Mail: bernhard.voss@hyundai.de

Stephanie Wester, Tel.: (069) 380767-472; Fax: (069) 380767-475; E-Mail: stephanie.wester@hyundai.de

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

Über Hyundai Motor Deutschland

Hyundai Motor Deutschland ist seit 2012 eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. In Deutschland wurden 2013 101.522 Fahrzeuge verkauft. Der Marktanteil betrug 3,4 Prozent, damit ist Hyundai zweitstärkste Importmarke im Land. Weltweit gehört das Unternehmen mittlerweile zu den fünf größten Automobilherstellern. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design gepaart mit hoher Qualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden fast 95 % aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Rund 90 % dieser Modelle werden auch in den europäischen Werken der Marke in Tschechien und der Türkei gebaut. Als langjähriger Partner der FIFA, der UEFA sowie der Caritas ist Hyundai im sportlichen und im sozialen Bereich engagiert.