

Gutes Ergebnis trotz harter Marktbedingungen

- **Hyundai im Dezember mit vier Prozent Wachstum und 1,9 Prozent Marktanteil**
- **Über 47.500 Pkw-Neuzulassungen im gesamten Jahr 2007**
- **Cityroader Tucson erneut der Bestseller der Modellpalette**

Neckarsulm. Trotz eines schwachen Gesamtmarktes ist es der Hyundai Motor Deutschland GmbH gelungen, im Monat Dezember einen erfolgreichen Spurt hinzulegen: So gehörte die Marke im zwölften Monat des Jahres mit einem Zuwachs von 4,2 Prozent auf 4.498 Neuzulassungen und einem Marktanteil von fast 1,9 Prozent zu den wenigen Gewinnern der Statistik.

Von Januar bis Dezember verkaufte die koreanische Marke 47.523 Pkw an Neukunden, was einem Rückgang von rund 9,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Marktanteil von 1,5 Prozent entspricht. Das leichte Nutzfahrzeug H-1 hinzugerechnet, erreicht die koreanische Marke in 2007 insgesamt 48.612 Neuzulassungen. Der Gesamtmarkt brach im gleichen Zeitraum um 9,2 Prozent ein. Die privaten Pkw-Zulassungen gingen in Deutschland sogar auf 38,1 Prozent zurück. Diese machen bei Hyundai rund 80 Prozent des Geschäfts aus.

„Mehrwertsteuererhöhung, CO2-Debatte, Tempolimit und die Verteuerung von Benzin und Heizöl – all das hat zu einer großen Verunsicherung der deutschen Autofahrer geführt und das Jahr 2007 zu einer großen Herausforderung für unsere Organisation und unsere Händler werden lassen. Es freut mich und macht mir Mut, dass wir diese schwierigen Bedingungen so gut gemeistert haben und im Jahresendspurt ein ordentliches Ergebnis einfahren konnten“, erklärt Werner H. Frey, seit 1. Dezember 2007 Geschäftsführer der Hyundai Motor Deutschland GmbH.

Der Bestseller im deutschen Hyundai-Programm war 2007 erneut der Cityroader Tucson mit 11.228 Neuzulassungen, dicht gefolgt vom Kleinwagen Getz, der

11.142 Käufer fand. Ebenfalls aufs Treppchen schaffte es der Hyundai Atos, der 7.978 Mal verkauft wurde und im März vom neuen i10 abgelöst wird. Auf den Plätzen vier und fünf folgen der Sportsroader Santa Fe (4.896 Neuzulassungen) und der kompakte Neuling i30 (3.645 Neuzulassungen), der erst im September in den Markt eingeführt wurde. Damit verbuchte die Marke wie schon in den vergangenen Jahren große Erfolge in den Segmenten Kleinwagen und Geländewagen, wo Hyundai jeweils einen Marktanteil von rund sieben Prozent hält. Einen Sprung nach vorn schaffte 2007 zudem der Hyundai Accent, der 2.376 Mal verkauft wurde und damit ein Plus von rund 132 Prozent gegenüber dem Vorjahr verbuchen konnte.

Weltweit rund 2,6 Millionen Pkw abgesetzt

Die weltweiten Hyundai-Verkäufe legten in 2007 um 4,1 Prozent auf rund 2,6 Millionen Fahrzeugen zu. Dabei entfielen rund 625.000 Neuzulassungen (+7,6 Prozent) auf den koreanischen Heimatmarkt. Auch für 2008 verordnete sich die Marke ein umfangreiches Wachstums- und Investitionsprogramm. Unter dem Motto „Challenge the Future“ will die Hyundai Motor Company rund 3,11 Millionen Fahrzeuge verkaufen (+19,6 Prozent) und ihre Investitionen zum Ausbau der Produktion und der Modernisierung auf 11 Billionen Won (rund 8,1 Milliarden Euro) steigern. Insbesondere die Abhängigkeit von der Produktivität koreanischer Werke soll durch die Fertigstellung größerer Werke in Peking, China und in Chennai, Indien in 2008 sowie den Neubau eines Werkes in Sankt Petersburg, Russland weiter reduziert werden.

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen:

Claudia Kasper, Tel.: (07132) 487-255; Fax: (07132) 487-269; E-Mail: claudia.kasper@hyundai.de

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