
Hyundai: Im Flottengeschäft immer flotter unterwegs

Die Zulassungszahlen für Pkw auf dem deutschen Markt bieten den Herstellern aktuell nur wenig Grund zur Freude. Um rund ein Fünftel gingen die Anmeldungen im April gegenüber dem Vorjahresmonat zurück. Nicht so bei Hyundai. Der koreanische Konzern festigte seine Position als zweitbeliebteste Importmarke. Im Flottenbereich lief es sogar noch besser.

Eine Geschäftsentwicklung gegen den allgemeinen Trend ist für die Verantwortlichen immer ein Anlass, sich öffentlich zu äußern. So zeigte sich Tobias Krumnikl, bei Hyundai Abteilungsleiter für Gewerbekunden, auch „sehr zufrieden“ mit den jüngsten Zahlen. Während der allgemeine Marktanteil im vergangenen Monat für Hyundai erstmals eine „Vier“ vor dem Komma zeigte – nach 3,23 Prozent im ersten Quartal 2021 – stieg der Flottenanteil im Vergleich zum Vorjahresquartal sogar um mehr als ein Drittel. Im gleichen Zeitraum schrumpfte der Gesamtmarkt um 4,6 Prozent. Dabei fällt auf, dass die Flottenkunden bei Hyundai offenbar das Angebot der Fahrzeuge mit Kabelanschluss besonders schätzen.

Rein elektrische und Plug-in-Hybrid-Fahrzeuge(PHEV) machen inzwischen rund die Hälfte der Anschaffungen der Gewerbekunden aus. Modelle wie der Kona Elektro, der Ioniq 5 und der Tucson PHEV sorgten im ersten Quartal 2022 für einen elektrifizierten Anteil von 64 Prozent an den Neuzulassungen, während der Anteil der Pkw mit dem einem vergleichbaren Antriebskonzept im Gesamtmarkt nur 27 Prozent betrug.

Unter den Importeuren sieht Hyundai seine Stromer im Wettbewerb vor allem mit Skoda und Peugeot, die ebenfalls über einen hohen Flottenkunden-Anteil verfügen, in der Vergangenheit aber eher auf Diesel als Antriebsquelle gesetzt haben. Der E-Anteil steigt auch in deren Modellangebot, viele Kunden suchten nun den Ausstieg aus dem Diesel, sagt Hyundais Direktorin für Marketing und PR, Christina Herzog.

Mit jeweils drei batteriebetriebenen und PHEV-Pkw sowie vier 48-Volt-Mild-Hybriden und einem Brennstoffzellenfahrzeug sieht sich die in Offenbach beheimatete Importeur gut aufgestellt. Die Flottenkunden repräsentieren ein breites Feld an Einsatzgebieten. So hat etwa ein in Essen ansässiger international tätiger Getränkekonzern seine Hyundai-Flotte elektrifiziert, ein Sportartikel-Hersteller aus Herzogenaurach ebenfalls. Nicht ohne Stolz verweisen die Statthalter des koreanischen Herstellers darauf, dass auch die Polizeidirektion in Osnabrück und die Freiwillige Feuerwehr in Nörvenich elektrifizierte Einsatzfahrzeuge der Marke im Dienst haben.

Bekanntlich steckt Hyundai weltweit enorme Summen ins Sport-Sponsoring, wovon hierzulande vor allem zwei Fußballvereine profitieren. Die Bundesligaclubs von Eintracht Frankfurt und Hertha BSC aus der Hauptstadt nutzen in ihren Fuhrparks zusammen nahezu 170 Pkw und Kleinbusse, von denen wovon nach Auskunft des Herstellers mehr als 80 Prozent über nachhaltige Antriebe verfügen. (aum/afb)

Bilder zum Artikel



Coca-Cola setzt in seinem Fuhrpark den Hyundai Kona Elektro ein.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai Nexo mit Brennstoffzelle bei der Osnabrücker Polizei.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai Ioniq 5.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Hyundai



Hyundai Tucson PHEV.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Michael Kirchberger
