# 30 Jahre Hyundai in Deutschland – Steiler Aufstieg

Ich erinnere mich noch gut an mein erstes Fachgespräch unter Automobilisten, bei dem Hyundai im Mittelpunkt stand. Es müsste 1992 oder 1993 gewesen sein, als mich Thomas fragte, was ich vom Pony halte, denn sein Cousin hatte sich dieses Modell gekauft. Ich antwortete bewusst diplomatisch, dass mich dieser „Low-Tech-Wagen“ nicht begeistert, weder optisch noch technisch. Seitdem ist bei den Asiaten extrem viel passiert, sodass mein Kommentar zu den aktuellen Modellen ganz anders ausfallen würde. In den 30 Jahren von Hyundai in Deutschland stiegen die Verkaufszahlen der Koreaner auf fast 130.000 Einheiten (2019). Heute ist Hyundai die Nummer 1 unter den Asiaten bei uns und betrachtet sich nicht mehr nur als Automobilhersteller, sondern als Smart Mobility Provider.

Wie bei so vielen (asiatischen) Marken erfolgte Hyundai’s Start in Deutschland durch eine private Importgesellschaft, die auf der IAA 1991 den Kleinwagen Pony präsentierte. Zugegebenermaßen wurden die Koreaner damals nur von wenigen ernst genommen. Das wandelte sich Schritt für Schritt mit immer attraktiveren Modellen, die stetig bei Technik und Design zulegten und mehr und mehr den Geschmack der anspruchsvollen deutschen Kunden mit Modellen wie dem i20, i30 oder Santa Fe trafen. Heute betreut die 2013 gegründete Vertriebsorganisation in Offenbach als deutsche Hyundai-Tochter mit 250 Mitarbeitern rund 530 Händler hierzulande. Diese bieten rein elektrische IONIQ- ebenso wie Premium-Modelle der Submarke Genesis an und decken diverse Mobilitätslösungen ab.

➔ Wer kann sich noch an die Modelle Pony, Lantra, Sonata oder S-Coupé aus den Anfängen von Hyundai in Deutschland erinnern? Ich nur oberflächlich! Auch wenn sie in der Geschichte des Automobils keine bleibenden Spuren hinterlassen haben, so waren sie für die Koreaner doch für den Einstieg auf dem deutschen Markt immens wichtig. Denn sie legten den Grundstein für den hohen Stellenwert, den sich Hyundai in den letzten 30 Jahren bei uns erarbeitet hat. Ein gutes Maß dafür ist die Beliebtheit der emotionalen Modelle bei jungen Leuten: Auf sie übt der Hyundai i30 N offensichtlich eine hohe Anziehungskraft aus. Ein bisschen erinnert mich das an den Opel Kadett GTE/GSi als ersten Jäger des VW Golf GTI in den 1980er-Jahren.

Bildquelle: Hyundai