

Presse-Information Stand: 29.10.2019

Der Hyundai Markenwert steigt weiter kräftig an

- **Jetzt auf Platz 36 im weltweit bedeutendsten Unternehmensranking**
- **Unter den Automobilherstellern belegt Hyundai Rang sechs**
- **Führende Agentur Interbrand würdigt die Investitionen von Hyundai in die Mobilität der Zukunft**

Die Hyundai Motor Company (HMC) behält das kontinuierliche Wachstum ihres globalen Markenwertes bei und sichert sich im fünften Jahr hintereinander einen Platz unter den von Interbrand bestbewerteten 40 Unternehmen der Welt. Nach einem Anstieg des Hyundai Markenwertes um 4,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr liegt HMC nun in der aktuellen Rangliste der weltweiten Marken auf Platz 36. Unter den gelisteten Automobilherstellern belegt HMC die sechste Position.

Jedes Jahr bewertet die Agentur Interbrand, die seit mehr als 40 Jahren führend in der Markenberatung tätig ist, weltweit aufgestellte Unternehmen und erarbeitet daraus die Rangliste „Best Global Brands“. Der Wert einer Marke ergibt sich aus einer Einschätzung ihrer finanzwirtschaftlichen Aktivitäten und ihrer Marketingmassnahmen. Auf deren Basis werden unter anderem die künftigen Umsätze berechnet, und schlussendlich fasst Interbrand den Markenwert in einem Dollar-Betrag zusammen. Diese Zahl deutet darauf hin, um wie viel erfolgreicher ein Unternehmen mit einer attraktiven Marke im Vergleich zu einem Wettbewerber mit einer unattraktiven Marke sein kann, die Summe muss aber unabhängig vom Unternehmenswert betrachtet werden. Bei Hyundai ist der Markenwert im Vergleich zum Vorjahr von 13,5 auf 14,1 Milliarden Dollar gestiegen.

Wasserstoff als Schlüssel zum Erfolg

Seit Hyundai im Jahr 2005 in die Rangliste der 100 bestbewerteten Unternehmen aufgenommen wurde, hat der koreanische Autohersteller seinen Platz darin nicht nur gehalten, sondern ist mittlerweile um 48 Plätze aufgestiegen. Der in Geld ausgedrückte Markenwert wuchs in dieser Zeit um mehr als zehn Milliarden Dollar. 2005 lag HMC auf Platz 84 mit einem Markenwert von 3,5 Milliarden Dollar, in die Top 40 ist Hyundai 2015 aufgestiegen.

*«Hyundai Motor strebt danach, ein führendes Unternehmen für die Mobilität der Zukunft zu werden», sagt **Veljko Belamaric, Managing Director von Hyundai Suisse.** «Wir tun das, indem wir den dramatischen Wandel innerhalb der Autoindustrie als neue Chance erkennen und diese auch nutzen – immer mit dem Blick auf unsere Kunden.»*

«Die weitsichtigen Investitionen in die Wasserstofftechnologie und die kontinuierlichen Anstrengungen, das Geschäft mit zukünftigen Mobilitätstechnologien auszuweiten, haben dem jüngsten Fortschritt in Sachen Hyundai Markenwert enorm geholfen», sagt **Mike Rocha, Interbrands Direktor für die Markenbewertung**. «Hinzu kommt, dass die klare Vision des Unternehmens für eine wasserstoffbasierte Gesellschaft und sein erfolgreicher Schritt in das Robotik-Geschäft eines hinreichend bewiesen hat: Die Hyundai Motor Company reagiert proaktiv auf den Wandel, vor dem die Mobilitätsindustrie in Zukunft steht.»

Ein wichtiges Unternehmensziel der Hyundai Motor Group (HMG), zu der neben HMC auch Kia Motors gehört, wird in der Vision 2030 ausgedrückt. Dieses Ziel umfasst nicht nur die Herstellung von wasserstoffbetriebenen Elektroautos, es ist vielmehr ein Plan zur Beschleunigung des Wandels hin zur Wasserstoffgesellschaft allgemein. Denn gemäss der Vision 2030 soll die Produktionskapazität für Brennstoffzellensysteme über den Transportsektor hinaus ausgebaut werden, um eine Welt zu schaffen, die auf der Nutzung sauberer Energie fusst.

Autohersteller müssen nicht länger nur Autos verkaufen

Hyundai Motor ist dabei, das herkömmliche Denkmuster zu verlassen, nach dem ein Autohersteller hauptsächlich Autos verkauft. Das Unternehmen erweitert seine Palette mit alternativen Angeboten und Lösungen für die Mobilität der Zukunft. Sie umfassen Robotik-Systeme für das autonome Fahren, genauso wie Mikromobilität (z.B. mit E-Rollern), Ridesharing (die organisierte Beförderung kleiner Gruppen), Konnektivität und vergleichbare Technikfelder. All diese Innovationen werden die Wettbewerbsfähigkeit weiter erhöhen.

* * *

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Hyundai Suisse

Nicholas Blattner, Tel.: +41 44 816 43 45; Fax: +41 44 816 43 09; E-Mail: nicholas.blattner@hyundai.ch

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Hyundai Medienseite: news.hyundai.ch