

Presse-Information

Stand: 07.03.2022

Hyundai Motor treibt seine Elektrifizierungsstrategie voran

- **Ziel: Anteil von sieben Prozent am globalen EV-Markt bis 2030**
- **Steigerung des Verkaufs auf 1,87 Millionen batterieelektrischer Fahrzeuge pro Jahr**
- **Hyundai Motor Group plant 17 neue BEV-Modelle bis 2030, elf davon von Hyundai**

Die Hyundai Motor Company hat heute ihre Elektrifizierungsstrategie vorgestellt, um das Unternehmen auch in Zukunft weiterhin nachhaltig auszurichten. Präsident und CEO Jaehoon Chang und weitere Führungskräfte präsentierten die Pläne den Aktionären und Investoren sowie anderen Stakeholdern auf dem virtuellen Forum "2022 CEO Investor Day". Das Unternehmen stellte dabei auch die Umsatz- und Finanzziele vor, die bis zum Jahr 2030 erreicht werden sollen.

Die Strategie von Hyundai hinsichtlich seiner batterieelektrischen Fahrzeuge (BEV) beruht auf einer Stärkung der BEV-Produktpalette, einer Optimierung von Produktionskapazitäten und einer Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Hardware und Software. Der Plan sieht vor, den jährlichen weltweiten BEV-Absatz auf 1,87 Millionen Einheiten zu steigern und bis 2030 einen Weltmarktanteil von sieben Prozent zu erreichen.

Hyundai gab auch seine mittel- bis langfristigen Finanzziele bekannt: Das Unternehmen hat bis zum Jahr 2030 Investitionen in Höhe von 95,5 Billionen KRW (Südkoreanischer Won) für künftige Geschäftsbereiche vorgesehen, darunter 19,4 Billionen KRW für die Elektrifizierung und 12 Billionen KRW für Softwareanwendungen.

*"Hyundai beschleunigt erfolgreich den Übergang zur Elektrifizierung und wird zu einem weltweit führenden Anbieter von Elektrofahrzeugen, trotz eines schwierigen Geschäftsumfelds, das durch den weltweiten Chipmangel und die anhaltende Pandemie verursacht wird", sagte **Präsident Chang**. "Zusammen mit unseren anhaltenden Bemühungen, den Wert von Elektrofahrzeugen zu steigern, wird Hyundai Motor weiterhin seine nachhaltige Geschäftsstrategie als 'Anbieter von Mobilitätslösungen' durch fortschrittliche Technologien nicht nur bei der Hardware, sondern auch bei der Software sichern."*

Ausweitung des BEV-Angebots

Hyundai Motor hat sein jährliches Verkaufsziel bei batterieelektrischen Fahrzeugen von 560'000 Einheiten bis 2025 auf 1,87 Millionen Einheiten bis 2030 angehoben. Das Unternehmen strebt einen Marktanteil von sieben Prozent am globalen BEV-Markt an.

Darüber hinaus plant Hyundai die Einführung von 17 BEV-Modellen bis zum Jahr 2030 und damit die Erweiterung seiner Produktpalette. Dabei sind elf Modelle für die Marke Hyundai und sechs für die Luxusmarke Genesis vorgesehen. Die neuen Hyundai Elektro-Modelle werden drei Limousinen, sechs SUVs, ein leichtes Nutzfahrzeug sowie ein vollständig neues Modell umfassen. Noch in diesem Jahr beginnt Hyundai mit dem Verkauf des IONIQ 6, dem zweiten Modell der rein elektrischen Submarke Hyundai IONIQ, gefolgt vom IONIQ 7 im Jahr 2024.

Optimierung der Produktionskapazität von Elektromodellen

Hyundai Motor will einen hocheffizienten Produktionsprozess für die BEV-Fertigung etablieren, um seine Elektrifizierungsstrategie zu beschleunigen. Das „Hyundai Motor Global Innovation Center“ in Singapur (HMGICS), der Eckpfeiler für Weiterentwicklungen in der Mobilitäts-Wertschöpfungskette des Unternehmens, wird eine auf den Menschen ausgerichtete Innovationsplattform für die Fertigung aufbauen. Die Plattform soll durch ein flexibles Produktionssystem, eine fortgeschrittene Automatisierung und eine digitale Zwillingstechnologie für eine weitreichende Innovation in der Produktionseffizienz sorgen. Künftig soll diese auch auf die weiteren Werke weltweit ausgeweitet werden.

Neben den bestehenden BEV-Werken in Korea und der Tschechischen Republik plant Hyundai eine schrittweise Ausweitung seiner Produktionsstätten für batterieelektrische Modelle, angefangen mit einem Werk in Indonesien, das erst kürzlich den Betrieb aufgenommen hat. Das indonesische Werk wird noch in diesem Jahr auch die Produktion von Elektromodellen aufnehmen, um das generelle Produktionsvolumen zu erhöhen.

Mit dem Ausbau der BEV-Produktionsstätten strebt Hyundai danach, die lokale Lieferkette von Batterien durch strategische Allianzen mit Batterieherstellern in wichtigen Regionen, einschliesslich den USA, zu erhöhen, um eine ausreichende Batterieversorgung sicherzustellen. Durch diese Allianzen sollen ab 2025 mehr als 50 Prozent der Lithiumbatterien der nächsten Generation für BEVs bezogen werden.

Darüber hinaus wird sich Hyundai auch hinsichtlich der Batteriebeschaffung diversifizieren, um die Wettbewerbsfähigkeit seiner zukünftigen Elektromodelle zu stärken und seine Verkaufsziele bis 2030 zu erreichen. Hyundai wird die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Batterieherstellern fortsetzen, um bis 2030 Batterien mit einer Kapazität von 170 GWh für seine Modelle zu sichern. Im Hinblick auf Batterien der nächsten Generation, wie Festkörperbatterien, arbeitet Hyundai mit verschiedenen globalen Partnern zusammen, um die Energiedichte und Kosteneffizienz zu verbessern.

Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Hardware und Software

Hyundai Motor plant die Einführung einer integrierten modularen Architektur (IMA), die aus der bestehenden E-GMP („electric global modular platform“) hervorgeht, die die Grundlage zum Beispiel für den Hyundai IONIQ 5 bildet. Die IMA wird nicht nur als Plattform für die BEV-Passagierfahrzeuge von Hyundai Motor genutzt, sondern auch als exklusive Plattform für Spezialfahrzeuge („purpose-built vehicles“, PBV), die zur Rationalisierung der Produktionsprozesse und zur Kostenreduzierung beitragen wird.

Der IMA wird entwickelt, um nicht nur das Fahrgestell, sondern auch das Batteriesystem und den Motor zu standardisieren. Die innovative Architektur kann für BEV-Modelle in allen Segmenten verwendet werden und verbessert die Reichweite.

Im Gegensatz zum bestehenden BEV-Entwicklungssystem, das für jedes Modell unterschiedliche Typen von Batteriepacks vorsieht, kann die IMA mit standardisierten Batteriepacks ausgestattet werden, die unabhängig vom Modell flexibel und kosteneffizient eingesetzt werden können. Durch das Cell-to-Pack-System kann die neue Architektur eine ausreichende Energiedichte gewährleisten und die Ladezeit verkürzen. Je nach Modellanforderungen werden fünf standardisierte Motortypen in die IMA eingebaut. Durch dieses modulare Motorsystem werden die Wettbewerbsfähigkeit hinsichtlich Kosten und Gewicht sowie die Motoreffizienz sichergestellt.

Um Kunden ein angenehmes Nutzererlebnis bieten zu können, wird Hyundai Motor zudem die Entwicklung von Software-Architekturen vorantreiben. Neue Modelle, die ab Ende 2022 auf den Markt kommen, sollen mit einem Over-the-Air-Update (OTA) versehen werden. Bis 2025 soll die Funktion auf alle Hyundai Modelle ausgeweitet werden. Auf diese Weise kann die Anzahl der integrierten Steuergeräte bis 2030 um ein Drittel reduziert werden.

Eine autonome Fahrfunktion auf Level 3, der Highway Driving Pilot (HDP), kommt ab der zweiten Hälfte dieses Jahres im Genesis G90 zum Einsatz. „The Motional“, das Joint Venture für autonomes Fahren zwischen der Hyundai Motor Group und Aptiv, plant, das Einsatzgebiet eines auf dem IONIQ 5 basierenden Robotaxis nach dessen kommerzieller Inbetriebnahme im Jahr 2023 zu erweitern und in diesem Jahr durch Partnerschaften mit Uber Eats selbstfahrende Lieferdienste zu starten.

Hyundai möchte eine Software-Transformation durch die Ausweitung der Geschäftsbereiche Mobilität, Konnektivität und anderer datenbasierter Dienste sowie durch eine Verbesserung der Software-Wettbewerbsfähigkeit erreichen. Zu diesem Zweck wird das Unternehmen spezialisierte Kompetenzzentren für die Softwareentwicklung in Korea und im Ausland einrichten.

Bis 2030 wird das Unternehmen insgesamt 12 Billionen KRW investieren, um die Wettbewerbsfähigkeit im Bereich Software zu steigern. Davon entfallen 4,3 Billionen KRW auf die Entwicklung von Technologien wie Konnektivität und autonomes Fahren, 4,8 Billionen KRW auf strategische Investitionen für Start-ups und Forschungseinrichtungen und 2,9 Billionen KRW auf Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT). Nach 2030 sollen die Einnahmen aus softwarebezogenen Geschäften etwa 30 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen.

Finanzielle Ziele

Hyundai gab auch seine mittel- bis langfristigen Finanzziele bis 2030 bekannt, darunter Investitionen in Höhe von 95,5 Billionen KRW. Von den Gesamtinvestitionen werden 39,1 Billionen KRW für Forschung und Entwicklung und 43,6 Billionen KRW für Investitionen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bereitgestellt, während 12,8 Billionen KRW für strategische Investitionen vorgesehen sind. Der Ausgabenplan in Höhe von 95,5 Billionen KRW beinhaltet 19,4 Billionen KRW für Investitionen im Bereich Elektrifizierung, um die Produktionskapazitäten für Elektrofahrzeuge zu erweitern, Ladestationen zu bauen und strategische Technologieallianzen einzugehen.

Bis 2030 strebt Hyundai eine Umsatzrendite von zehn Prozent oder mehr im Bereich der Elektrofahrzeuge an, indem das Verkaufsvolumen erhöht und die Kostenstruktur erneuert wird. Ein verstärktes Angebot an Elektrofahrzeugen, die Entwicklung effizienter Batterien der nächsten Generation sowie IMA werden Hyundai helfen, seine finanziellen Ziele zu erreichen. Konsolidiert hat sich das Unternehmen eine operative Marge von 10 Prozent zum Ziel gesetzt. Wie der südkoreanische Hersteller Anfang dieses Jahres mitteilte, strebt Hyundai 2022 ein konsolidiertes Umsatzwachstum von 13 bis 14 Prozent und eine jährliche konsolidierte Betriebsgewinnmarge von 5,5 bis 6,5 Prozent an. Das Ziel hinsichtlich des Gesamtfahrzeugabsatzes liegt bei über 4,3 Millionen Einheiten.

Hyundai Motor ist ausserdem bestrebt, den Shareholder Value durch eine marktfreundliche Rückgabepolitik zu steigern. Trotz der Besorgnis über das unsichere Geschäftsumfeld im Jahr 2022 plant das Unternehmen, seine jährliche Dividendenpolitik auf dem gleichen Niveau wie im vergangenen Jahr beizubehalten.

* * *

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Blattner Nicholas

Public Relations Manager
Hyundai Suisse

T +41 44 816 43 45

T +41 79 412 13 11

nicholas.blattner@astara.com

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