

PERSINFORMATIE

- **Marktaandeel in Nederland met 30 % gestegen naar 3.91%**
- **Maand juni 70 procent beter dan in 2009**
- **Marktaandeel in Europa stijgt ruim tien procent**

Hyundai imponeert met indrukwekkende verkoopcijfers

Sassenheim, vrijdag 16 juli 2010 – Hyundai is een van de snelst groeiende automerken van dit moment. Nooit eerder verkocht Hyundai zoveel auto's in Nederland. In de eerste zes maanden van 2010 registreerde Hyundai meer dan tienduizend eenheden. Dat is liefst dertig procent meer dan in dezelfde periode vorig jaar. Ook in Europa waren de eerste zes maanden van 2010 de beste maanden uit het twintigjarig bestaan van het merk in Europa.

Het gaat Hyundai voor de wind. In de eerste zes maanden van 2010 registreerde Hyundai in Nederland niet alleen dertig procent meer auto's (10.540 eenheden). In de maand juni behaalde Hyundai zelfs een marktaandeel van 4.45 procent, zeventig procent beter dan in 2009. Ook het aantal klantenorders nam aanzienlijk toe. Hyundai is nu 9e op de Nederlandse ranglijst van succesvolste en bestverkopende automerken met een marktaandeel van 3,91 procent.

Ruim 4.000 klantenorders voor de Hyundai ix35

"Al onze i-producten, de Hyundai i10, Hyundai i20 en Hyundai i30 presteren uitstekend. Met name met de Hyundai ix35 troeven we alle concurrenten af", zegt Hans Kwaad, Managing Director van de Nederlandse Hyundai-importeur Greenib Car. "Vanaf de introductie eind maart hebben we nu al ruim 4.000 klantenorder genoteerd. Een absoluut record, waarmee we zelfs de verkoopaantallen van de populaire Hyundai Tucson overtreffen".

Hyundai ook succesvol in Europa

Ook in Europa is Hyundai zeer succesvol. Cijfers van ACEA (de Europese belangenorganisatie voor autofabrikanten) laten zien dat Hyundai van januari tot juli dit jaar 191.338 auto's op de Europese markt heeft verkocht. Dat is een verkoopstijging van 10,2 procent ten opzichte van de zelfde periode vorig jaar. Een uitmuntende prestatie aangezien dat de gehele Europese automarkt in de eerste zes maanden met 0,2 procent

is gedaald en in de maand juni zelf met 6.9 procent is afgenomen. Hyundai heeft nu een Europees marktaandeel van 2,6 procent en het merk is zelfs in diverse segmenten marktleider onder de Aziatische producenten die in Europa opereren.

i-reeks Hyundai presteert uitstekend

In Europa scoort de Hyundai met de i-reeks (de Hyundai i10, Hyundai i20, Hyundai i30 en Hyundai ix35) uitstekend. De verkoop van de in Europa gebouwde Hyundai i30 steeg (met meer dan 60.000 verkochte exemplaren) in de afgelopen maanden met 41 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. De Hyundai i20 steeg met 40 procent en de compacte Hyundai i10 boekte een uitstekende winst van 3 procent ten opzichte van het topjaar 2009, toen de sloopregeling de verkopen enorm omhoog haalde. Hyundai heeft nog een verkoopknaller in het vooruitzicht. Van de ix35 heeft het merk namelijk al meer dan 60.000 exemplaren verkocht sinds de auto in maart dit jaar zijn debuut maakte.

Uitgekiende strategie Hyundai betaalt zich uit

Hyundai's Europese vicepresident Allan Rushforth is zeer tevreden met het geboekte succes. "We zijn tot dusver heel blij met de verkoopresultaten van Hyundai. Het was ons doel om het succes van onze modellen te verbeteren met de diverse stimuleringsmaatregelen van overheden die de verkoop van milieuvriendelijke auto's stimuleren, en dat is goed gelukt. Dankzij het succes van de Hyundai ix35 hebben we in de eerste moeilijke maanden van dit jaar onze concurrenten weten af te troeven. Het Europese marktaandeel van Hyundai bedraagt nu 2,6 procent. Als de verkoop stabiel blijft, behalen we de doelstelling om het marktaandeel voor het einde van 2010 uit te breiden tot 2,75 procent".

"Hoewel de autobranche nog een aantal moeilijke maanden in het vooruitzicht heeft, kijken we vooruit en zijn we optimistisch omdat we met maar liefst 10 nieuwe modellen in verschillende segmenten op de markt komen. Hyundai is nu het op drie na grootste automerk ter wereld. De fabrikant heeft een uitgekiende strategie ingezet waarin kwalitatief uitstekende, eco-vriendelijke auto's met rijke standaard specificaties voor een uitstekende prijs de toon aangeven. Die strategie betaalt zich nu al uit en belooft veel voor de toekomst," aldus Rushforth.