

## Renault-Konzern setzt internationale Verkaufsstrategie fort

**Die Renault-Gruppe erzielte außerhalb Europas dank der guten Verkäufe in Russland und Brasilien im ersten Halbjahr 2012 ein Rekordergebnis. Der Konzern konnte einen Absatz-Zuwachs von 14,3 Prozent verbuchen. Dies konnte den Rückgang der Verkäufe in Europa (-14,9 %) allerdings nicht kompensieren. Mit weltweit 1,3 Millionen verkauften Fahrzeugen gingen die Verkäufe trotz des positiven zweiten Quartals (+1,2 %) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,3 Prozent zurück. Der Weltmarktanteil der Gruppe mit den Marken Renault, Dacia und Renault Samsung Motors sank auf 3,3 Prozent.**

Die Renault Gruppe verkaufte im ersten Halbjahr 2012 insgesamt 1 145 737 Pkw (-3,9 %) und 182 700 leichte Nutzfahrzeuge. Mit einem Absatzplus von 0,4 Prozent konnte Renault seinen Marktanteil im weltweiten Transportergeschäft weiter ausbauen und seine Position als stärkster Anbieter in Europa im 15. Jahr in Folge ausbauen.

Die Marke Renault verkaufte 1 113 913 Pkw und leichte Nutzfahrzeuge, was einem Rückgang von 2,4 Prozent entspricht. Die Marke Dacia verzeichnet mit 181 280 verkauften Einheiten einen Zuwachs von 2,5 Prozent. Renault Samsung Motors setzte in den ersten sechs Monaten dieses Jahres 33 244 Fahrzeuge ab (-41,2 %).

Außerhalb Westeuropas erzielte die Renault Gruppe mit 620 306 verkauften Einheiten einen Zuwachs von 14,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Eine neue Bestmarke erreichte das Unternehmen in Süd- und Mittelamerika mit 215 149 Einheiten und einem Marktanteil von 6,7 Prozent. In Brasilien baute Renault seine Marktstellung gegen den rückläufigen Trend weiter aus. Mit einem deutlichen Zuwachs von 37,3 Prozent gegenüber den ersten sechs Monaten 2011 erreichte der Marktanteil im zweitwichtigsten Markt des Konzerns mit 6,8 Prozent einen neuen Rekordwert.

Starkes Wachstum verzeichnete Renault auch in Osteuropa. Die Gruppe setzte dort 103 926 Fahrzeuge ab, ein Plus von 29,4 Prozent. Im wichtigsten osteuropäischen Markt, Russland, war Renault mit den Modellen Logan, Sandero und Duster die stärkste ausländische Marke und mit einem Marktanteil von 6,8 Prozent (+0,8 %) die zweitwichtigste Marke überhaupt.

In der Mittelmeerregion (Marokko, Algerien, Türkei) verzeichnete die Gruppe mit den Marken Renault und Dacia einen Zuwachs von 7,9 Prozent und erzielte einen Marktanteil von 15,7 Prozent. Ebenso erfolgreich entwickelte sich die Renault Gruppe in Marokko und Algerien mit Zuwächsen von 22,4 bzw. 50,5 Prozent. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel:



Jérôme Stoll, Executive Vice President Sales and Marketing von Renault.