
Volvo legte in vier Jahren um 50 Prozent zu

Rund 41 000 Neuwagen und damit zwei Prozent mehr als im Vorjahr setzte Volvo 2017 in Deutschland ab. Die Volvo Car Germany GmbH (Köln), der Importeur der schwedischen Premium-Marke, erreicht aktuell damit einen Marktanteil von rund 1,2 Prozent. Seit 2013 sind mit dem vierten Wachstumsjahr in Folge die Verkaufszahlen um 50 Prozent gestiegen. „Wir haben unser Ziel, weltweit bis Ende 2020 rund 800 000 Fahrzeuge zu verkaufen und im Rahmen dessen die Verkäufe in Deutschland auf rund 60 000 Einheiten zu steigern, unverändert fest im Visier“, so Volvo-Deutschland-Geschäftsführer Thomas Bauch.

Einen entscheidenden Anteil an der bisherigen Entwicklung hatte 2017 erneut der Volvo XC60, der wieder mit über 16 000 Verkäufen der Bestseller der Marke war. Die Verkäufe entfielen noch auf die erste und die zweite Modellgeneration, die erst seit Juli erhältlich ist. Auf den weiteren Plätzen folgte die Volvo 90er Familie mit SUV, Limousine, Kombi und Cross Country Version. Fast 12 000 Neufahrzeuge wurden 2017 in Deutschland an Kunden ausgeliefert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Volvo die Modernisierung seiner Autohäuser mit der Volvo Retail Experience (VRE) vorangetrieben. Das neue einheitliche Erscheinungsbild mit seinem skandinavisch geprägten Design: 96 Vertriebsstandorte in Deutschland sind bereits umgestellt oder haben mit den Umbauarbeiten begonnen. Bis 2020 soll der neue Auftritt in Deutschland flächendeckend umgesetzt werden. Parallel dazu werden die Werkstätten der Vertragspartner mit dem zertifizierten Volvo Personal Service auf die Zukunft vorbereitet werden.

Weiteres Absatzwachstum verspricht ein kleines SUV. Thomas Bauch: „Am 10. März startet mit dem neuen Volvo XC40 unser erstes Kompakt-SUV. Mit dem ersten Modell auf der kompakten Modular-Architektur CMA brechen wir Konventionen und definieren die Marke Volvo vollkommen neu.“ In diesem wird Volvo außerdem das 60er Portfolio erweitern und so die Runderneuerung des Modellprogramms fortsetzen.

Mit dem Volvo XC40 startet der schwedische Premium-Hersteller das „Care by Volvo“-Abonnement, ein Mobilitätskonzept, das den Fahrzeugerwerb und -besitz transparent, einfach, problemlos und zeitsparend gestalten soll. Ähnlich einem Handyvertrag zahlt der Kunde im Rahmen des Abos eine monatliche Flatrate und gibt das Fahrzeug nach 24 Monaten Laufzeit wieder zurück. An Zusatzkosten fallen lediglich die Betankungen und Betriebsstoffe an. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Thomas Bauch.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Peugeot