

Deutsche Hersteller in den USA schneller unterwegs

Die deutschen Automobilhersteller sind im September auf dem US-Markt erneut stärker gewachsen als der Gesamtmarkt für Light Vehicles (Pkw und Light Trucks). Sie setzten 104 000 Neuwagen ab und steigerten damit ihren Absatz gegenüber dem Vorjahresmonat um 17,4 Prozent. Der Gesamtmarkt legte nur um 12,7 Prozent zu, teilte der Verband der Automobilindustrie mit.

Auch in den ersten neun Monaten des laufenden Jahres waren die deutschen Marken schneller unterwegs als der Gesamtmarkt. Mit über 898.300 verkauften Light Vehicles konnten die sie ihren Absatz um 20 Prozent steigern, während der US-Markt insgesamt um rund 15 Prozent auf knapp 10,9 Millionen Einheiten zulegte.

Besonders stark konnten die deutschen Hersteller ihren Absatz von Light Trucks steigern: Im September erhöhten sie ihre Verkäufe um 25 Prozent, während der gesamte Light-Truck-Markt lediglich um 4,2 Prozent zunahm. In den ersten neun Monaten haben die deutschen Marken 234 300 Light Trucks abgesetzt. Das entspricht einem Zuwachs von 16 Prozent, während der Gesamtmarkt bis September um 9,7 Prozent auf gut 5,3 Millionen Einheiten zulegte.

Im Pkw-Segment erhöhten die deutschen Hersteller ihren US-Absatz bis September um 21,4 Prozent auf gut 664 000 Neufahrzeuge. Der gesamte Pkw-Markt wuchs in den ersten neun Monaten um 19,6 Prozent auf über 5,5 Millionen Einheiten. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum konnte die deutsche Automobilindustrie ihren Pkw-Marktanteil auf 12 Prozent leicht steigern. Damit trägt jeder achte Pkw, der in den USA neu verkauft wird, ein deutsches Markenzeichen. Im September wurden von deutschen Herstellern in Nordamerika mit 74 500 Neufahrzeugen 15 Prozent mehr Pkw abgesetzt als im Vorjahresmonat. (ampnet/jri)