
PSA-Verkäufe ziehen um 38,1 Prozent an

PSA verkauft weltweit 2 181 800 Fahrzeuge. Das bedeutet einen Anstieg von 38,1 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2017. Mit 13 neu eingeführten Modellen erreichen die SUV-Modelle einen Absatzanteil von 28 Prozent. Bei leichten Nutzfahrzeugen schaffte PSA ein Plus von 32,8 Prozent und verkaufte 289 500 Einheiten.

Peugeot ist die führende Marke im SUV-Segment in Europa und verkaufte im ersten Halbjahr 2018 weltweit mehr als 339 200 SUVs (plus 26 Prozent). Seit Jahresbeginn hält bei Peugeot der Aufwärtstrend des Peugeot 3008 SUV mit 144 000 verkauften Einheiten (plus 37 Prozent) an. Einer starken Nachfrage erfreute sich auch der neue Peugeot 5008 mit 58 900 verkauften Einheiten.

Die im vergangenen Herbst gestartete SUV-Offensive von Citroën wird durch den C3 Aircross in Europa und den C5 Aircross in China vorangetrieben, die in der ersten Jahreshälfte 2018 zusammen fast 80 000 Mal verkauft wurden – insgesamt also 135 000 Mal seit ihrer Markteinführung.

Auch die Marken Opel und Vauxhall treiben mit der X-Familie, zu der die Modelle Crossland X, Mokka X und Grandland X gehören, eine große Produktoffensive im SUV-Segment voran. Im ersten Halbjahr 2018 standen diese Modelle für 167 200 verkaufte Fahrzeuge der beiden Marken. Im Fokus steht auch weiterhin die Verbesserung der Profitabilität gemäß dem Strategieplan „PACE!“.

In Europa betrug der konsolidierte Absatz 1 673 700 Einheiten, ein Plus von 61,5 Prozent. Auf Opel und Vauxhall entfielen 550 900 Fahrzeuge. Der Marktanteil der Gruppe stieg um 6 Punkte auf 17,2 Prozent.

In einem sich verändernden regionalen Umfeld im mittleren Osten und Afrika belief sich der Absatz des Konzerns auf 226.100 Einheiten, was einem Rückgang von 18,6 Prozent entspricht, da die Verkäufe der im Iran produzierten Fahrzeuge seit dem 1. Mai nicht mehr im konsolidierten weltweiten Absatz enthalten sind.

Mit einem Absatz von 163 000 Fahrzeugen in China und Südostasien (plus 6,9 Prozent) hat der Konzern erste Anzeichen für eine Wiederbelebung des Absatzes gesehen. Citroën trug mit einem Umsatzplus von 50,5 Prozent am stärksten zur Verbesserung bei, dank seines Angebots bei Limousinen und der lokalen Markteinführung des SUV C5 Aircross im vergangenen September.

Die Groupe PSA kam in Lateinamerika auf 98 000 Verkäufe, was einer Steigerung von 1,7 Prozent entspricht und den Marktanteil stabil bei 3,9 Prozent hält. Dieses Wachstum wurde trotz eines deutlichen Rückgangs im argentinischen Markt erreicht (minus 18 Prozent im Juni gegenüber 2017), wo der Marktanteil der Gruppe am höchsten ist. In Japan lag das Wachstum bei starken 25 Prozent und in Südkorea bei beachtlichen 18 Prozent, während der Wiederanlauf in Australien und Neuseeland erfreuliche Fortschritte verzeichnete.

Der Konzern hat in den beiden Hauptmärkten der Region Fortschritte erzielt: Russland (plus 19 Prozent) und die Ukraine (plus 32 Prozent) mit insgesamt 7700 verkauften Einheiten.

Wachstumstreiber waren der Peugeot 3008, die C4 Limousine und LCV mit den neuen Modellen Peugeot Expert/ Citroën Jumpy und Peugeot Traveller/ Citroën SpaceTourer, die in Kaluga gefertigt werden. Der LCV-Umsatz stieg in der gesamten Region um 9 Prozent. (ampnet/deg)

Bilder zum Artikel



Groupe PSA.

Foto: Groupe PSA