Renault-Nissan Allianz erzielt Rekordabsatz

Die Renault-Nissan Allianz hat 2013 zum fünften Mal in Folge einen neuen Absatzrekord aufgestellt: Exakt 8.266.098 abgesetzte Fahrzeuge bedeuten ein Plus von 2,1 Prozent. Damit stammt jedes zehnte abgesetzte Fahrzeug weltweit von den Allianzpartnern Renault, Nissan und AVTOVAZ.

„Die starke Nachfrage in den weltweiten Topmärkten wiegt schwaches Wachstum und rückläufige Trends andernorts auf", sagte Carlos Ghosn, Präsident und Vorstandsvorsitzender der Renault-Nissan Allianz. „Wir werden immer wieder Phasen regionaler Instabilität erleben, dennoch sind wir optimistisch: Die Automobilindustrie wird auch langfristig wachsen. Die Renault-Nissan Allianz ist bestens aufgestellt, um weiterhin eine Hauptrolle in allen wichtigen Segmenten weltweit zu spielen."

Die **Renault Gruppe** verkaufte weltweit fast 2,63 Millionen Einheiten, was einem Plus von 3,1 Prozent gegenüber 2012 entspricht. Im rückläufigen europäischen Markt (-1,7 Prozent) erzielte die Gruppe mit 1,3 Millionen verkauften Einheiten einen Zuwachs von 2,4 Prozent, der Marktanteil stieg um 0,4 Prozentpunkte auf nunmehr 9,5 Prozent.

Außerhalb Europas erzielt Renault weiterhin mehr als 50 Prozent seines Absatzes, insgesamt wurden abseits des Heimatkontinents mehr als 1,32 Millionen Fahrzeuge verkauft, plus 3,8 Prozent gegenüber 2012.

Die **Nissan Motor Corporation** setzte weltweit gut 5,1 Millionen Fahrzeuge ab, was einer Steigerung von 3,3 Prozent entspricht und zum vierten Mal in Folge einen neuen Absatzrekord für ein Kalenderjahr markiert. Jeweils mehr als eine Million Einheiten konnten allein auf den zwei größten Märkten von Nissan verkauft werden: in China und den USA.

AVTOVAZ, Eigentümer der traditionsreichen Marke Lada, verzeichnete einen Absatz von weltweit 534.911 Fahrzeugen, was vor allem aufgrund des verlangsamten Wirtschaftswachstums in Russland einen Rückgang von 12,1 Prozent gegenüber 2012 bedeutet.

Die Highlights von Renault und Nissan

Die zehn wichtigsten Märkte der Allianz waren 2013 China, USA, Russland, Japan, Frankreich, Mexiko, Brasilien, Deutschland, Großbritannien und die Türkei.

In China, dem weltweit größten Automobilmarkt, verzeichnete Nissan einen Absatzrekord von fast 1,27 Millionen Einheiten, plus 17,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Mit einem Marktanteil von 5,9 Prozent ist Nissan die führende japanische Marke in China. Der Nissan Absatz umfasst auch Venucia, die gemeinsam mit Partner Dongfeng Motor ins Leben gerufene lokale Marke für China.

Im Dezember 2013 erhielt Renault die Genehmigung der chinesischen Behörden, ab 2016 ebenfalls in einem Joint Venture mit Dongfeng Fahrzeuge im Reich der Mitte zu produzieren. Das Partnerunternehmen wird in Wuhan ein Werk mit einer Produktionskapazität von 150.000 Einheiten pro Jahr bauen, die bei Bedarf auch verdoppelt werden kann.

In den **USA** setzten Nissan und Infiniti knapp 1,25 Millionen Fahrzeuge ab, ein Zuwachs von 9,4 Prozent im Vergleich zu 2012. Die Marke Nissan allein steigerte ihren Absatz um 10,8 Prozent auf mehr als 1,13 Millionen Einheiten. Die hohe Nachfrage nach Modellen wie der Altima Limousine, dem Crossover Rogue, dem Kompaktwagen Versa sowie dem vollelektrischen Nissan Leaf zeichnen hierfür verantwortlich. Nissan und Infiniti gemeinsam halten in den USA einen Marktanteil von 8,0 Prozent, was einer Verbesserung von 0,1 Prozentpunkten gegenüber dem Vergleichszeitraum entspricht.

Trotz der wirtschaftlich angespannten Lage in **Russland** erzielte Renault in dem drittgrößten Markt der Allianz ein Plus von 10,7 Prozent sowie mit 210.099 Fahrzeugen einen neuen Absatzrekord. Damit ist der französische Hersteller die stärkste ausländische Marke in Russland und die zweitstärkste Marke nach Lada. Der Renault Marktanteil legte um 1,1 Prozentpunkte auf 7,6 Prozent zu – ebenfalls ein neues Rekordergebnis. Nissan verkaufte in Russland 154.996 Einheiten, der Marktanteil stieg um 0,1 Punkte auf 5,6 Prozent.

Auf seinem Heimatmarkt **Japan** verzeichnete Nissan ein Plus von 2,9 Prozent auf 678.824 Einheiten inklusive der sogenannten Mini-Vehicles. Allein deren Absatz stieg um 21,3 Prozent auf 185.929 Einheiten, ein Rekord im zweiten Jahr in Folge. Der Marktanteil von Nissan in Japan liegt bei 12,6 Prozent, was 0,3 Prozentpunkte mehr sind als noch 2012.

In **Frankreich**, dem Heimatmarkt von Renault, setzte die Renault Gruppe insgesamt 547.693 Fahrzeuge ab, minus 0,7 Prozent. Gleich sechs Renault Modelle landen in den Top 10 der beliebtesten Pkw Frankreichs, darunter der Clio als meist verkauftes Auto des Landes und der Captur als beliebtester Crossover. Der Marktanteil betrug 25,4 Prozent.

Mexiko ist ein weiterer Erfolgsmarkt für die Allianz. Mit einem um 7,6 Prozent auf 264.463 Einheiten gesteigerten Absatz – ein neues Allzeithoch – bleibt Nissan die Nummer eins im Land. Der Marktanteil liegt unverändert bei 24,9 Prozent.

In Indien, einem strategischen Schlüsselmarkt für die Allianz und Heimat des ersten ausgewiesenen Allianz Werkes, schossen die Verkaufszahlen von Renault auf 64.368 Einheiten, was ein Plus von 83,1 Prozent bedeutet, obwohl der Gesamtmarkt um 7,5 Prozent rückläufig war. Renault war damit der größte europäische Autohersteller im Land, vor allem der Duster erfreute sich großer Beliebtheit. Mit 2,6 Prozent verdoppelte sich der Marktanteil von Renault in Indien nahezu.

Highlights von AVTOVAZ

AVTOVAZ verkaufte 456.309 Fahrzeuge im vergangenen Jahr in Russland. Zusammen mit Renault-Nissan wurden also insgesamt 821.404 Einheiten abgesetzt, was einem Rückgang von 7,8 Prozent entspricht. Der Marktanteil der Allianz inklusive AVTOVAZ betrug 29,7 Prozent.

Im Dezember 2012 ging die Renault-Nissan Allianz ein Joint Venture mit der staatlichen RosTech ein, um die Kontrolle von AVTOVAZ zu übernehmen. Renault und Nissan werden insgesamt 23 Milliarden Rubel (742 Millionen US-Dollar) investieren, um AVTOVAZ zu modernisieren. Durch diese Investitionen wird Renault-Nissan bis Mitte 2014 insgesamt 67,13 Prozent am Joint Venture halten.

Bis 2016 wollen die Allianz und AVTOVAZ die jährliche Produktionskapazität in Russland auf 1,7 Millionen Fahrzeuge steigern. Heute ist das gemeinsame Fertigungswerk in Togliatti der Ort, wo sich so viele Fahrzeuge der Renault-Nissan Allianz eine Plattform teilen wie nirgends. In einem der größten Fahrzeugproduktionswerke der Welt laufen der Lada Largus und der Nissan Almera vom Band. Die Produktion wird bald auf fünf Modelle von insgesamt vier Marken – Lada, Renault, Nissan und Datsun – ausgedehnt.

Die Investitionen in dieses Projekt belaufen sich auf mehr als 400 Millionen Euro.

Highlights der Zero-Emission Strategie

Die Renault-Nissan Allianz bietet als einziger Hersteller eine ganze Reihe von vollelektrischen Fahrzeugen an, die mit erneuerbaren Energien geladen werden können.

2013 verkaufte die Allianz weltweit 66.809 Elektrofahrzeuge, was ein Plus von 52 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Der Absatz des Nissan Leaf stieg um 77 Prozent auf 47.716 Einheiten, während die Verkaufszahlen der vier elektrischen Renault Modelle – Kangoo Z.E., Fluence Z.E., ZOE und Twizy – um 13 Prozent auf 19.093 Einheiten zunahmen.

Allein in Frankreich verkaufte sich der Kompakt-Van Kangoo Z.E. insgesamt 4.174 Mal, plus 46 Prozent. Er macht damit bereits 12 Prozent aller Kangoo Verkäufe aus.

Der Marktanteil der Allianz bei emissionsfreien Fahrzeugen lag 2013 bei 63 Prozent. Der Nissan Leaf war mit einem Markanteil von 45 Prozent das meist verkaufte Elektroauto der Welt, Renault der führende Hersteller in Europa mit 38,6 Prozent Marktanteil.

Von Dezember 2010, als der Verkauf des Nissan Leaf startete, bis Dezember 2013 setzte die Allianz 134.383 emissionsfreie Autos ab – mehr als alle anderen führenden Autohersteller zusammen. Der Nissan Leaf hat sich in diesem Zeitraum 96.847 Mal verkauft. Am 20. Januar 2014 wurde das 100.000ste Exemplar an einen Kunden übergeben.

Der französische Autobauer Renault verkaufte von Oktober 2011 – der Einführung des Kangoo Z.E. – bis Ende 2013 insgesamt 37.536 Fahrzeuge.