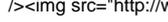




Volvo Car Germany auf Wachstumskurs: Premium-Marke mit deutlichem Plus in allen Bereichen

Volvo Car Germany auf Wachstumskurs: Premium-Marke mit deutlichem Plus in allen Bereichen - 16 Prozent mehr Zulassungen im Geschäftsjahr 2014 - Marktanteil wurde auf 1,1 Prozent ausgebaut - In 2015: Erweiterung der Mobilitäts-Dienstleistungen - Volvo Car Germany ist auf Wachstumskurs und hat mit einem positiven Ergebnis im Geschäftsjahr 2014 erfolgreich zur weltweiten Expansion der schwedischen Automobil-Premium-Marke beigetragen. Mit 31.919 Neuwagen-Zulassungen wurde ein Plus von 16 Prozent sichergestellt, gleichzeitig wurde der Marktanteil von 0,9 auf 1,1 Prozent ausgebaut. Mit diesem Resultat gehört Volvo zu den wachstumsstärksten Marken des zurückliegenden Jahres auf dem deutschen Pkw-Markt, der insgesamt nur um 2,9 Prozent zulegen konnte. Die Bestseller im Volvo Programm waren die Modelle Volvo XC60, V40 und V60 mit jeweils zweistelligen Zuwachsraten. Auch für 2015 sieht sich Volvo bestens gerüstet. Das am meisten verkaufte Modell war auch in seinem sechsten vollen Verkaufsjahr - sowohl in Deutschland als auch weltweit - der Cross-Over Volvo XC60 mit 11.273 Zulassungen (plus 28,5 Prozent). Die kompakte Baureihe Volvo V40 hat 2014 die Kunden ebenfalls überzeugt: Das dynamische Schrägheck-Modell und die robuste Cross Country Variante verzeichneten zusammen 8.721 Zulassungen - ein Plus von 32,9 Prozent. Als weltweit erste Personenwagen mit einem serienmäßigen Fußgänger-Airbag stehen diese beiden Modelle für die Führungsrolle der schwedischen Premium-Marke im Bereich Sicherheit. Platz 3 der bestverkauften Volvo Modelle nahm der Mittelklasse-Kombi Volvo V60 mit 4.604 Zulassungen ein (plus 20,0 Prozent). Zur Attraktivität der Volvo Modelle trug maßgeblich auch die Angebotserweiterung mit den neuen, von Volvo selbst entwickelten Drive-E Motoren bei. Diese besonders verbrauchsgünstigen Triebwerke bringen den schwedischen Premium-Hersteller in eine führende Position bei der Reduzierung der CO2-Emissionen. So konnte Volvo den Flottenverbrauch 2014 im Vergleich zu den direkten Wettbewerbern am deutlichsten senken (136,5 g/km, minus sechs Prozent). Bis 2020 hat Volvo Cars ein weltweites Wachstum auf 800.000 Einheiten als Ziel definiert. Damit einhergehend steht für die deutsche Organisation eine Verdopplung des Marktanteils auf zwei Prozent im Plan. Mit dem hervorragenden Ergebnis des vergangenen Jahres haben wir das erste Wachstumsziel erreicht", erläutert Thomas Bauch, Geschäftsführer von Volvo Car Germany, und fügt hinzu: "Volvo Car Germany wird auch 2015 seinen starken Beitrag zur Expansion von Volvo Cars liefern. Wir visieren im nächsten Schritt einen Marktanteil von rund 1,2 Prozent an, bei einem sich kaum verändernden Gesamtmarkt gegenüber 2014, also in etwa drei Millionen Zulassungen." Mit der Einführung des neuen SUV Volvo XC90, der neuen Cross-Over-Modelle Volvo V60 Cross Country und Volvo S60 Cross Country sowie dem weiteren Ausbau des Drive-E Motorenangebotes ist Volvo, so Geschäftsführer Thomas Bauch, "für ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2015 produktseitig sehr gut aufgestellt. Zudem erweitern wir unsere Mobilitäts-Dienstleistungen, so dass wir eine solide Grundlage für die Fortsetzung unseres Wachstumskurses haben". Neben den neuen Produkten sieht Thomas Bauch die Einführung der "Schweden-Flotte", ein neues Premium-Mobilitätsangebot von Volvo im Bereich Car Sharing und Leasing, sowie neue Gebrauchtwagen-Verkaufsmöglichkeiten als wichtige Eckpfeiler, die 2015 installiert werden. "Kunden erwarten von Volvo nicht nur erstklassige Automobile, sondern auch erstklassige Leistungen bei Verkauf und Service sowie während der gesamten Nutzung des Fahrzeugs. In diesen Bereichen haben wir uns jetzt neu aufgestellt und sind mit unseren Angeboten auf Top-Niveau", erklärt Thomas Bauch. Er fügt hinzu: "Für uns steht der Kunde im Mittelpunkt, seine Zufriedenheit ist unser oberstes Ziel. Dass wir hier in die richtige Richtung gehen, bestätigen uns u.a. erste Plätze in unabhängigen Untersuchungen, wie beispielsweise dem ADAC Kundenbarometer oder den J.D. Power Studien." Die Volvo Car Group Nach 18 Monaten konsequenten Wachstums verzeichnete die Volvo Car Group Ende 2014 mit weltweit 465.866 verkauften Fahrzeugen einen neuen Verkaufsrekord. Dieser wurde vor allem durch die starken Ergebnisse in Westeuropa (243.514 Einheiten, plus 11,4 Prozent) und China (81.221 Einheiten, plus 32,8 Prozent) getrieben. In Europa wuchs der Absatz von Volvo laut dem europäischen Herstellerverband ACEA doppelt so stark wie bei den engsten Wettbewerbern. Volvo übertraf damit auch das Wachstum des Gesamtmarktes um das Doppelte; dieser legte im gleichen Zeitraum um 4,2 Prozent zu. Diese Entwicklung zeigt, dass der schwedische Premium-Hersteller mit seinem weltweiten Transformationsprozess erfolgreich unterwegs ist. Dazu gehören der Ausbau der globalen Produktion, die komplette Erneuerung des Volvo Produktportfolios innerhalb der nächsten fünf Jahre, die Einführung einer neuen modularen Fahrzeug-Plattform, weltweit einmalige Sicherheitsfeatures, eine neue Designsprache sowie Motorengeneration und zahlreiche bahnbrechende Konnektivitätsangebote. **Pressekontakt** Olaf H. Meidt Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Events und Sponsoring Volvo Car Germany GmbH Tel.: +49 (0) 221 9393 105 Mobil: +49 (0) 172 6999 145 olaf.meidt@volvocars.com 

Pressekontakt

Volvo

50996 Köln

Firmenkontakt

Volvo

50996 Köln

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage