

DACIA ERREICHT SEINEN BISHER HÖCHSTEN ANTEIL AM EUROPÄISCHEN PRIVATKUNDENMARKT

- Dacia verkaufte im Jahr 2022 573.800 Fahrzeuge und verzeichnete damit in einem rückläufigen Markt ein Wachstum von 6,8 % im Vergleich zu 2021.
- Die Marke erreichte einen bedeutenden Meilenstein: Sie verkaufte ihr 8-millionstes Fahrzeug seit 2004.
- Dacia hat neue Rekorde bei den Marktanteilen aufgestellt:
 - 3,7% der PW+LCV¹-Verkäufe in Europa (0,5 Prozentpunkte mehr als 2021)
 - 4,2 % der PW²-Verkäufe in Europa (0,7 Prozentpunkte mehr als 2021)
 - 7,6 % der PW³-Verkäufe an Privatkunden (ein wichtiger Faktor für den Erfolg der Marke) in Europa (1,4 Prozentpunkte mehr als 2021), wodurch der dritte Platz im Markenranking bei den Verkäufen an Privatkunden gefestigt wird.
- Dieser Erfolg wurde durch einen soliden Produktplan mit vier Schlüsselmodellen erzielt:
 - Der Dacia Sandero: 229.500 verkaufte Einheiten, 1,2 % mehr als 2021; das meistverkaufte Fahrzeug auf dem europäischen Privatkundenmarkt seit 2017
 - Der Dacia Duster: 197.100 verkaufte Einheiten, ein Plus von 5,8% gegenüber 2021; das zweitmeistverkaufte Fahrzeug auf dem europäischen Privatkundenmarkt im Jahr 2022 und der meistverkaufte SUV auf dem Privatkundenmarkt seit 2018
 - Der Dacia Jogger: 56.800 verkaufte Einheiten im verkürzten ersten Jahr; das zweitmeistverkaufte Nicht-SUV-Fahrzeug des C-Segments bei Privatkunden in Europa

¹ **PW+LCV Anteil** für diese Länder: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich (inkl. DOM-TOM), Griechenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Republik Zypern, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien + Kanarische Inseln, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich

² **PW Anteil** für diese Länder: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich (inkl. DOM-TOM), Griechenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Republik Zypern, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien + Kanarische Inseln, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich

³ **PW-Anteil** für diese Länder: Österreich, Belgien, Kroatien, Tschechische Republik, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden, Schweiz, Vereinigtes Königreich

- **Der Dacia Spring: 48.900 verkaufte Einheiten, 75 % mehr als 2021; das drittmeistverkaufte Elektrofahrzeug auf dem europäischen Privatkundenmarkt**
- **Dacia definiert weiterhin das Wesentliche neu, eine einzigartige Positionierung, die von seinen Kund*innen unterstützt wird, wie die marktführenden Kundengewinnungs- und -bindungsraten der Marke zeigen.**
- **Es wird erwartet, dass der Markt im Jahr 2023 weiterhin von globalen Lieferketten- und Logistikproblemen beeinflusst wird. Dacia wird seine Dynamik beibehalten, indem:**
 - **ab Januar die gesamte Produktpalette mit ihrem neuen Erscheinungsbild in die Verkaufsräume kommt;**
 - **sie ihr Angebot an elektrifizierten Fahrzeugen um den Jogger HYBRID 140 und den Spring mit dem neuen ELECTRIC 65-Motor erweitert wird;**
 - **die Einführung einer neuen Ausstattungsvariante "Extreme" für die gesamte Palette im Frühjahr verfügbar sein wird**
 - **sie ihr Vertriebs- und Servicenetz im Einklang mit der neuen Marken-Identität weiter ausbaut.**

DREI REKORDVERDÄCHTIGE MARKTANTEILE

Trotz anhaltender Herausforderungen in der Automobilindustrie wie der Covid-19-Pandemie, dem Mangel an elektronischen Bauteilen und Logistikproblemen verkaufte Dacia im Jahr 2022 beeindruckende 573.800 Fahrzeuge und verzeichnete damit ein Wachstum von 6,8 % im Vergleich zu 2021. Die Marke erreichte 2022 auch einen bedeutenden Meilenstein: Sie verkaufte weltweit ihr 8-millionstes Fahrzeug seit 2004.

Die Märkte, auf denen Dacia-Fahrzeuge verkauft werden, schrumpften im Vergleich zu 2021 um -5,5 %. Die starke Leistung der Marke bestätigt die Relevanz ihrer Positionierung, das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten, da sich ihre neue Produktpalette als beliebte Wahl bei den Privatkunden erwiesen hat. Im Jahr 2022 erreichte Dacia mit einem Anteil von 7,6 % an den PC-Verkäufen an Privatkunden einen Rekordmarktanteil in Europa und baute seine Position das zweite Jahr in Folge aus (nach 6,2 % im Jahr 2021). Die Marke erreichte auch einen Rekordanteil von 3,7 % der PC+LCV-Verkäufe in Europa (0,5 Punkte mehr als 2021) und 4,2 % der PC-Verkäufe (0,7 Punkte mehr als 2021).

Dacia konnte nicht nur seine Führungsposition in Marokko behaupten, sondern auch in **Europa** zulegen, wo der PW-Absatz trotz eines Marktrückgangs von 4 % um 15,4 % stieg.

In **Frankreich**, dem grössten Markt der Marke, wurden im Jahr 2022 130.800 Dacia-PWs zugelassen, was einem Anstieg von 4,5 % gegenüber 2021 entspricht, trotz eines Marktrückgangs von -7,8 %. Mit dieser Leistung stieg der Marktanteil von Dacia um einen Prozentpunkt auf 8,6 %, womit die Marke zum ersten Mal den dritten Platz auf dem PW-Markt einnimmt. Der Anteil von Dacia an den Verkäufen an Privatkunden beträgt 15,8 % (+1,3 Prozentpunkte), was bedeutet, dass sich jeder sechste Privatkunde in Frankreich im Jahr 2022 für Dacia entschieden hat.

In **Deutschland**, einem Markt, der von Fahrzeugen des C-Segments dominiert wird, verzeichnete Dacia sein bisher stärkstes Ergebnis: Mit 60.300 an Privatkunden verkauften Fahrzeugen konnte das Unternehmen seinen Absatz um 50 % steigern und erreichte zum ersten Mal mehr als 2 % der PW-Verkäufe und 5 % der PW-Verkäufe an Privatkunden. Dacia überholte einige etablierte Marken und belegte den sechsten Platz im Verkauf an Privatkunden.

Auch in **Italien** konnte Dacia seinen Marktanteil erhöhen und verkaufte 67.300 PWs, was einer Steigerung von +9,2% gegenüber 2021 entspricht, obwohl der Markt um 9,7% zurückging. Sein Anteil am PW-Markt (5,1 %) stieg im Vergleich zu 2021 um 0,9 Punkte. Bei den Verkäufen an Privatkunden rückte Dacia um einen Platz auf den vierten Rang vor und erreichte einen Marktanteil von 8,3 % (2 Punkte mehr als 2021).

In **Spanien** verkaufte Dacia 37.800 PWs - +2,7 % mehr als 2021 - trotz eines Marktrückgangs von -5,3 %. Auf Dacia entfielen 4,7 % der PC-Verkäufe, 0,4 Prozentpunkte mehr als 2021. Bei den Verkäufen an Privatkunden liegt Dacia mit einem Marktanteil von 8,1 % an vierter Stelle (plus 0,6 Punkte gegenüber 2021).

Im **Vereinigten Königreich** hat Dacia seinen Absatz mit einem Wachstum von +55% gegenüber 2021 mehr als verdoppelt, trotz eines Marktrückgangs von -2%. Der Anteil der Marke am Privatkundenmarkt stieg von 2,0 % im Jahr 2021 auf 3,1 %, womit Dacia auf Platz 13 liegt.

Andere Märkte trugen wesentlich zur starken Leistung von Dacia im Jahr 2022 bei. In **Rumänien** entfielen über 30 % der PW-Verkäufe auf die Marke, +2 Prozentpunkte mehr als 2021. In **Portugal und Belgien** stand Dacia an der Spitze der Verkäufe an Privatkunden.

In **Osteuropa** stiegen die PW-Verkäufe in den baltischen Staaten, der Slowakei und der Tschechischen Republik um über +30 %. In der **Türkei** verkaufte Dacia +30 % mehr PWs als im Jahr 2021 und erreichte einen Marktanteil von über 6 %, +1,1 Prozentpunkte mehr als im Jahr 2021.

EIN STARKER PRODUKTPLAN MIT VIER SCHLÜSSELMODELLEN

Dacia hat in weniger als 15 Monaten vier neue Schlüsselmodelle auf den Markt gebracht, nämlich den Sandero, den Spring und den Duster im Jahr 2021 sowie den Jogger im Jahr 2022. Ende 2022 profitierten alle vier Modelle vom letzten Schritt der neuen Identitätsstrategie von Dacia, indem sie die neue visuelle Identität der Marke annahmen. Dazu gehörten neue Farben und das wiedererkennbare Dacia Link-Emblem mit den minimalistischen Buchstaben "D" und "C", die wie die Glieder einer Kette ineinander greifen und an Robustheit und Einfachheit erinnern.

Jedes Modell hat zum Wachstum von Dacia im Jahr 2022 beigetragen.

229.500 Einheiten des **Sandero** wurden im Jahr 2022 verkauft (was einem Anstieg von 1,2 % gegenüber 2021 entspricht). Der Sandero war das sechste Jahr in Folge das meistverkaufte Modell auf dem europäischen Einzelhandelsmarkt und der zweitmeistverkaufte PC in Europa über alle Vertriebskanäle hinweg.

Ebenso behauptete der **Duster** den Spitzenplatz auf dem europäischen Markt für SUVs im Einzelhandel - eine Position, die er seit 2018 innehat - und wurde zum zweitmeistverkauften Fahrzeug auf dem europäischen Einzelhandelsmarkt, direkt hinter dem Sandero. Mit 197.100 verkauften Einheiten in allen Ländern im Jahr 2022 (was einem Anstieg von +5,8 % gegenüber 2021 entspricht) wurden seit seiner Einführung im Jahr 2010 bereits über 2 Millionen Duster in Verkehr gesetzt.

Im Jahr 2022 wurden 48.900 Einheiten des rein elektrisch betriebenen **Spring** verkauft (was einer Steigerung von +75 % gegenüber 2021 entspricht). Seit seiner Einführung im Jahr 2021 hat der Spring mehr als 100.000 Kunden gewonnen, drei Viertel davon sind Privatkunden. Der Spring ist eines der meistverkauften Elektrofahrzeuge auf dem europäischen Privatkundenmarkt.

In seinem ersten Verkaufsjahr wurden im Jahr 2022 56.800 **Jogger** verkauft, womit das Modell den zweiten Platz unter den C-Segment-Fahrzeugen (ohne SUV) auf dem europäischen Privatkundenmarkt einnimmt.

Die Attraktivität der Dacia-Modelle zeigt sich auch im hohen Bestell-Anteil für top Versionen, bei Motorisierung und Ausstattung. Über 70% der Kunden entscheiden sich weiterhin für die am besten ausgestatteten Versionen.

Als echter Impuls für die Elektromobilität ist der **Spring** das Fahrzeug der Wahl für 93 % der Erstkäufer von Elektrofahrzeugen im Privatkundenmarkt.

Bei den Motoren entscheidet sich jeder dritte Dacia-Kunde für den ECO-G 100. Beim Jogger sind es sogar 58%. Mit diesem bivalenten Benzin- und LPG-Antrieb emittiert der Jogger durchschnittlich 10 % weniger CO₂ (118 g CO₂/km) als ein vergleichbarer Benzinmotor und bietet dank seiner zwei Tanks eine Reichweite von mehr als 1.000 km.

Spring ist ein echter Booster für die Elektromobilität und hat 93 % Erstkäufer von Elektrofahrzeugen unter seinen Privatkunden.

Die Attraktivität der Dacia-Modellreihe zeigt sich auch in der Gewinnung und Bindung von Kunden. In den grossen Märkte Europas, Frankreich, UK, Deutschland, Italien und Spanien, waren sechs von zehn Dacia-Kunden zuvor keine Kunden der Renault Group. Acht von 10 Dacia-Kund*innen kaufen später ein anderes Fahrzeug der Renault Group.

EIN POSITIVER AUSBLICK FÜR 2023

Seit Anfang Januar steht die gesamte Produktpalette mit der neuen, selbstbewussten Dacia-Identität in den Ausstellungsräumen, und die Marke setzt ihren Schwung fort, indem sie ihr Angebot an elektrifizierten Fahrzeugen erweitert. Der Jogger HYBRID 140 - der erste Hybrid von Dacia - ist das erschwinglichste Hybrid-Familienfahrzeug auf dem Markt. Der Jogger HYBRID 140 ist mit bewährter und leistungsstarker Renault Technologie ausgestattet, verfügt über ein kupplungsfreies Automatikgetriebe und bietet den Kunden mehr Leistung, Komfort und Kraftstoffeffizienz mit CO₂ Emissionen ab 108 g/km. Der Spring, ausgestattet mit dem neuen ELECTRIC 65-Motor (65 PS/48 kW), bietet mehr Leistung und sorgt für eine bessere Beschleunigung und Rückgewinnung. Mit ihm wird auch die neue, reichweitenstarke Ausstattungsversion Extreme eingeführt.

In der zweiten Jahreshälfte wird die Ausstattungsversion Extreme für die gesamte Modellpalette verfügbar sein. Sie baut auf einem Konzept auf, das bei der Einführung des Jogger grossen Anklang fand und den Outdoor-Geist von Dacia verkörpert.

Seit Anfang 2022 hat Dacia sein Vertriebsnetz im Einklang mit seiner neuen Markenidentität modernisiert. Dieses ehrgeizige Projekt zielt darauf ab, die Sichtbarkeit und Attraktivität der Verkaufsstellen zu verbessern und eine neue Innenumgebung zu schaffen, die funktional, flexibel und umweltfreundlich ist. Bis Ende 2022 wurden bereits 10 % der Standorte des Dacia-Vertriebsnetzes umgestaltet. 2023 folgen weitere Umsetzungen.



"Dacias Verkaufszahlen und Marktanteile in Europa sind 2022 gestiegen, was die Relevanz unserer Strategie bestätigt, die darauf basiert, das Wesentliche neu zu definieren und unsere Produkte auf die Bedürfnisse der Kund*innen zuzuschneiden. Im Jahr 2023 werden wir auf dieser Dynamik aufbauen, indem wir unser Angebot an elektrifizierten Fahrzeugen erweitern und dabei der Positionierung von Dacia treu bleiben, unseren Kunden das Wesentliche zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten."

Xavier Martinet, SVP Marketing, Verkauf und Betrieb **Dacia**

PRESSEKONTAKTE

Grégoire VITRY

Dacia Frankreich Kommunikationsbeauftragter
+33 6 79 67 20 95
gregoire.vitry@daciacom

Aurelie ANDRÉ

Dacia Pressesprecher
+33 6 82 13 50 76
aurelie.andre@daciacom

ÜBER DACIA

Die 1968 gegründete und 2004 in ganz Europa und im Mittelmeerraum eingeführte Marke Dacia hat schon immer Autos mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten und dabei das Wesentliche immer wieder neu definiert. Als bahnbrechende Marke entwickelt Dacia Fahrzeuge, die einfach, vielseitig und zuverlässig sind und dem Lebensstil seiner Kunden entsprechen. Die Modelle von Dacia sind zu einem Maßstab auf dem Markt geworden: Logan, ein Neuwagen zu Gebrauchtwagenpreisen; Sandero, seit 2017 jedes Jahr der meistverkaufte Privatwagen in Europa; Duster, seit 2018 der meistverkaufte SUV an Privatkunden in Europa; Spring, Europameister der erschwinglichen Elektromobilität; Jogger, der vielseitige Familienwagen im C-Segment. Dacia ist in 44 Ländern vertreten und hat seit 2004 mehr als 8 Millionen Fahrzeuge verkauft.