



Mitsubishi Motors Europe steigert Absatz 2018 auf **165'259 Einheiten (+19%)***

Mitsubishi Motors Europe (MME) freut sich, direkt nach der kürzlich angekündigten Neuorganisation seiner Geschäfte, eine Absatzsteigerung um 19% bekannt geben zu **können: So wurden 2018 insgesamt 165'259 Fahrzeuge** verkauft; im Vorjahr waren es noch 139'365.**

Zweistelliges Marktwachstum

In den meisten Ländern des MME33-Vertriebsgebiets wurde in den meisten Märkten ein hohes zweistelliges Wachstum verzeichnet. Insbesondere in Frankreich, Italien, den Niederlanden, Polen und der Schweiz konnten enorme Zuwächse verbucht werden:

-	Deutschland:	52'196 Verkäufe	+15%
-	Vereinigtes Königreich:	30'952 Verkäufe	+17%
-	Spanien:	13'461 Verkäufe	+24%
-	Frankreich:	7'303 Verkäufe	+64%
-	Italien:	7'262 Verkäufe	+41%
-	Niederlande:	7'203 Verkäufe	+43%
-	Polen:	5'894 Verkäufe	+48%
-	Norwegen:	5'513 Verkäufe	-
-	Österreich:	5'507 Verkäufe	+14%
-	Schweden:	5'131 Verkäufe	-4%
-	Schweiz:	4'799 Verkäufe	+46%
-	Belgien:	3'531 Verkäufe	+17%

* MME-Daten/ohne Russland und Ukraine/inkl. L200.

** Die KJ18-Ergebnisse umfassen nicht die in der Türkei, in Israel und in Palästina verbuchten Verkäufe, da diese Länder nicht länger dem MME-Vertriebsgebiet angehören.

Dank dieser Vertriebsergebnisse gelingt es MME erstmals seit 2005 wieder, den Markt in den wichtigsten europäischen Automobilnationen (Deutschland, Vereinigtes



Königreich, Spanien, Frankreich, Italien) mitzubestimmen. Zuzuschreiben ist die Leistung dem globalen Wachstum von MMC, einer durch neue Modelle befeuerten proaktiven Vertriebs- und Marketingstrategie und den gemeinsamen Bemühungen auf Ebene der lokalen Händler.

Erstmals seit 2000 konnte Mitsubishi Motors 2018 auch wieder die Verkaufsmarke von 50'000 Stück in Deutschland knacken.

«SUV + EV»

Mitsubishi Motors verfolgt die Strategie, die unternehmenseigene Expertise in den Bereichen SUV und Elektrofahrzeuge zu kombinieren und so eine klar definierte Marktposition einzunehmen. Dies spiegelt sich im Ergebnis des KJ 2018 wieder:

-	Space Star/Mirage:	36'031 Verkäufe	+19%
-	ASX:	32'362 Verkäufe	-20%
-	Eclipse Cross:	27'279 Verkäufe	neu
-	Outlander PHEV:	24'415 Verkäufe	+27%
-	L200:	20'906 Verkäufe	-5,5%

Vor diesem Hintergrund fungiert der Outlander PHEV, dessen Nachfrage nach der erfolgreichen Einführung der stark überarbeiteten Modelljahr 19 Ausführung im letzten Sommer in die Höhe schnellte, nach wie vor als Flaggschiff der Marke. Mit seinem CO₂-Ausstoss von 46 g/km gehört das Modell zu den wenigen SUVs, die den neuen WLTP-Prüfzyklus durchlaufen haben.

Auch das neue SUV-Coupé Eclipse Cross konnte den Absatz der Marke in Europa seit seiner Markteinführung Anfang 2018 um mehr als 27'000 Einheiten ausbauen. Der kompakte ASX liegt in Europa weiterhin über der Verkaufsmarke von 30'000 Fahrzeugen.

Am anderen (äusseren) Ende des SUV-Spektrums ist der Absatz des L200 nach zwei sehr wachstumsstarken Jahren (je +11% in den Kalenderjahren 2016 und 2017) leicht rückgängig. Das unlängst angekündigte Nachfolgermodell soll noch in diesem Jahr auf

den Markt kommen.

Zu guter Letzt trägt – neben dem Outlander PHEV und dem i-MiEV – auch der kleine und wendige Space Star/Mirage dazu bei, dass MMC die europäischen CAFE-Emissionsvorgaben erfüllt. Dies gilt insbesondere für den deutschen Markt, wo nahezu die Hälfte der Einheiten dieses Modells abgesetzt wurde.

Bernard Loire, President & CEO von MME, kommentiert dies wie folgt: «Dass wir unseren Absatz im Kalenderjahr 2018 um 19% steigern konnten, zeigt, welches Potenzial unsere Marke in Europa besitzt. Ich möchte diese Gelegenheit nutzen, um allen Mitsubishi-Kunden und Vertriebshändlern in Europa meinen Dank auszusprechen. Wir sind überzeugt, dass wir die Verkäufe künftig weiter ankurbeln können.»

Er ergänzt: «Der Outlander PHEV hat in der Modelljahr 19 Version grosses Interesse geweckt und zu einem Anstieg unserer Kundenbestellungen geführt. Wir wollen diesen Trend mit den neuen Modellen, die über die nächsten Monate eingeführt werden sollen, fortsetzen. Drei Markteinführungen stehen unmittelbar bevor; ab 2020 kommen dann schrittweise unsere bahnbrechenden Neumodelle auf den Markt.»

Bernard Loire betont zum Schluss: «Es ist Aufgabe der neuen MME-Organisation, die Bemühungen auf allen Ebenen der Kundenerfahrung zu kommunizieren und voranzubringen. MME ist nun in Sachen Marketing, Vertrieb und Kundenservice gut aufgestellt, um die Marke Mitsubishi auf dem europäischen Markt zu festigen und auszubauen und so den weltweiten Erfolg der Mitsubishi Motors Corporation zu gewährleisten.»



Über MITSUBISHI MOTORS

Mitsubishi Motors Corporation ist ein globales Automobilunternehmen mit Sitz in Tokio, Japan, das eine führende Stellung bei SUVs und Pickups, Elektro- und Plug-in-Hybridfahrzeugen einnimmt. Seit die Mitsubishi Gruppe vor mehr als einem Jahrhundert ihr erstes Auto produziert hat, haben wir einen ehrgeizigen und oft revolutionären Kurs verfolgt, indem wir ganz neue Fahrzeug-Typen eingeführt und wegweisende Spitzentechnologien entwickelt haben. Unsere Markenstrategie ist tief in der DNA von Mitsubishi Motors verwurzelt und richtet sich an ambitionierte Autofahrerinnen und Autofahrer, die bereit sind, konventionelles Wissen zu hinterfragen und sich Veränderungen zu stellen. In diesem Sinne hat Mitsubishi Motors im Jahr 2017 eine neue Markenstrategie eingeführt, die sich im Slogan «Drive your Ambition» ausdrückt – eine Kombination aus persönlichem Antrieb und Vorwärtsdenken, eine Widerspiegelung des ständigen Dialogs zwischen der Marke und ihren Kunden. Heute engagiert sich Mitsubishi Motors für kontinuierliche Investitionen in innovative, neue Technologien, attraktives Design und Produktentwicklungen, um Kunden auf der ganzen Welt aufregende und authentische neue Fahrzeuge anbieten zu können.

Kontakt:

MM Automobile Schweiz AG
Erich Hunold
Head of Marketing & PR
079 431 77 78
e.hunold@mitsubishi-motors.ch
www.mitsubishi-motors.ch

MM Automobile Schweiz AG
Walentina Mejenina
PR Manager
043 443 61 03
w.mejenina@mitsubishi-motors.ch
www.mitsubishi-motors.ch