

Britische Marken legen gegen den Trend deutlich zu

Auf dem deutschen Automarkt sind Land Rover und Jaguar die Jahressieger 2010

Schwalbach, 6. Januar 2011 - Die größten und beinahe auch einzigen Gewinner des Autojahres 2010 in Deutschland heißen Land Rover und Jaguar. Während der deutsche Gesamtmarkt in den vergangenen zwölf Monaten mit einem Minus von 23,4 Prozent gegenüber 2009 stark rückläufig war, konnten sich die beiden britischen Premiummarken deutliche Zuwächse verzeichnen. So fuhr der Limousinen- und Sportwagenhersteller Jaguar einen Zuwachs von 8,8 Prozent ein, wohingegen sich der Geländewagenspezialist Land Rover mit einem satten Plus von 30,6 Prozent an die Spitze sämtlicher Anbieter in Deutschland setzte. Lediglich zwei weitere Marken konnten die Jahresbilanz 2010 mit einem positiven Ergebnis abschließen, alle anderen Wettbewerber auf dem deutschen Automarkt mussten nach dem Ende der Abwrackprämie zum Teil sehr deutliche Rückgänge hinnehmen.

Die modernen und attraktiven Modellpaletten der britischen Traditionsmarken fanden bei den Autokäufern großen Anklang - obwohl auch die Marktsituation in den Premiumsegmente, in denen sich Jaguar und Land Rover positionieren, nach wie vor schwierig ist. Mit Pluswerten von 30,6 bzw. 8,8 Prozent im Vergleich zu 2009 belegten Land Rover und Jaguar in der Endabrechnung des soeben abgeschlossenen Jahres die Plätze 1 und 2. Daneben war es nur noch zwei weiteren Marken vergönnt, das Vorjahresergebnis zu verbessern, wobei der deutsche Automarkt ein Minus von 23,4 Prozent auf 2 916 260 Neuzulassungen verzeichnen musste.

Noch stärker als die deutschen Hersteller, die um 17,4 Prozent zurückfielen, waren die internationalen Marken betroffen: Sie verloren im Vergleich zu 2009 sogar 32,2 Prozent.

Die großen Ausnahmen bildeten Land Rover und Jaguar. Die Geländewagenikone Land Rover erreichte im Jahr 2010 exakt 6580 Neuzulassungen in Deutschland und verbesserte sich dadurch gegenüber dem Vorjahr um fast ein Drittel. Zu diesem großen Erfolg leisteten alle fünf Land Rover-Baureihen ihre Beiträge - angeführt vom kompakten Land Rover Freelander und dem dynamischen "Sports Tourer" Range Rover Sport, die die höchsten Zuwachsraten verzeichneten.

Ebenso erfreulich gestaltet sich das Ergebnis für Jaguar, denn die Premiummarke verteilt in Deutschland nach dem Auslaufen des X-TYPE ihre Verkäufe auf ganze drei Modellreihen. Vor diesem Hintergrund ist die Bilanz 2010 mit 3166 Neuzulassungen und einem Zuwachs von 8,8 Prozent mehr als respektabel. Stärkster Erfolgsgarant war dabei der im Premiumsegment der Mittelklasse angesiedelte Jaguar XF, der sich verglichen mit 2009 um etwa 50 Prozent verbesserte. Auch die im Frühjahr präsentierte Neuauflage des luxuriösen Jaguar XJ feierte ein rundum positives Debüt.

Peter Modelhart, Geschäftsführer Jaguar Land Rover in Deutschland, zeigt sich über die Jahresbilanz 2010 hochofret: "Mit unseren Zuwachsraten in einem insgesamt rückläufigen Automobilmarkt, haben wir von den Kunden in Deutschland den Lohn

für Innovationen und die konsequente Verjüngung unserer Modellpaletten erhalten. Wir ruhen uns jedoch auf unseren Lorbeeren keinesfalls aus und werden weiter hart arbeiten. Für 2011 erwarten wir erneut positive Ergebnisse für Jaguar und Land Rover in Deutschland, wenngleich sich die Zuwachsraten wohl nicht mehr ganz auf dem hohen Niveau des Jahres 2010 bewegen werden. Aber unsere Kunden dürfen sich auf viele weitere Innovationen freuen, gekrönt von der Premiere des neuen Range Rover Evoque im kommenden Spätsommer."

Weitere Informationen und Fotos erhalten Sie unter <http://media.jaguar.de> bzw. <http://media.landrover.de>