

ERSTES QUARTAL 2022: RENAULT GROUP BEHAUPTET SICH TROTZ SCHWIERIGEN WIRTSCHAFTLICHEN UMFELDS DANK TIEFGREIFEND ERNEUERTER PRODUKTPALETTE

- Der weltweite Absatz der Gruppe belief sich im ersten Quartal 2022 auf 552'000 Fahrzeuge, und das in einem nach wie vor sehr disruptiven Marktumfeld.
- Der Umsatz der Gruppe belief sich im Berichtsquartal auf 9,7 Milliarden Euro, was einem Rückgang von -2,7% entspricht (-0,7% bei konstanter Konsolidierung und Wechselkursen[1]).
- Die Renault Group setzt ihre im dritten Quartal 2020 eingeleitete, wertorientierte Verkaufspolitik fort:
 - Positiver Preiseffekt von 5,6 Punkten im Quartal: Die Dynamik hält an.
 - Erhöhung des Anteils der Verkäufe an die profitabelsten Kanäle: in den fünf wichtigsten Ländern Europas[2] liegt der Mix im Einzelhandel bei 69% (gegenüber 54% im ersten Quartal 2021).
- Der Auftragsbestand der Gruppe in Europa war Ende März so hoch wie seit 15 Jahren nicht mehr und entsprach dem Umsatz von 3,9 Monaten.
- Diese Geschäftspolitik wird durch den Erfolg der neuen Modelle gestärkt, die es der Renault Group ermöglichen, ihre Führungsposition im Bereich der Hybrid- und Elektromobilität auszubauen:
 - Der Renault Arkana verzeichnete im ersten Quartal mehr als 9'000 Bestellungen pro Monat, davon 60% der E-Tech-Hybrid-Version und 60% von Privatkunden.
 - Der Renault Megane E-Tech Electric erlebt einen vielversprechenden Start mit mehr als 10'000 Bestellungen in zwei Monaten, davon 70% für die hohen Ausstattungsversionen.
 - Der Dacia Sandero ist nach wie vor das meistverkaufte Fahrzeug unter Privatkunden in Europa.
 - Mit mehr als 9'000 Verkäufen in Europa und 20'500 Bestellungen im ersten Quartal ist der Dacia Spring 100% electric das zweitmeistverkaufte Elektrofahrzeug in Frankreich.
 - Der neue Jogger verspricht ein neuer Erfolg der Marke Dacia zu werden, mit 36'500 Bestellungen in vier Monaten und einem Anteil von 70% an hohen Ausstattungsversionen in Europa.
 - Die E-Tech-Produktpalette (100% Elektro-, Plug-in-Hybrid- und Hybrid-Fahrzeuge) machte im Berichtsquartal 36% der Pkw-Verkäufe der Marke Renault in Europa aus, 13 Prozentpunkte mehr als im ersten Quartal 2021.
- Die Gruppe stärkt ihre Wettbewerbsfähigkeit durch zusätzliche Kostensenkungsprogramme.
- Die Renault Group bestätigt ihren am 23. März 2022 angekündigten Finanzausblick.
- Die Renault Group wird auf einem Kapitalmarkttag im Herbst 2022 eine Aktualisierung ihrer finanziellen Ziele und ihrer Strategie zur Positionierung der Gruppe als wettbewerbsfähiger, technologischer und nachhaltiger Referenzakteur vorstellen.

Boulogne-Billancourt, 22. April 2022 – „Die Wertschöpfung steht im Mittelpunkt der Strategie der Renault Group und spiegelt sich in den Aktivitäten des ersten Quartals 2022 wider. Unsere Verkäufe auf den profitabelsten Kanälen wachsen weiter und die proaktive Handelspolitik der Gruppe, die seit Mitte 2020 umgesetzt wird, trägt Früchte. Darüber hinaus wird das E-Tech-Angebot immer erfolgreicher. Der Auftragsbestand, der sich auf einem Rekordniveau befindet, nimmt zu und profitiert von unserem vielversprechenden und wettbewerbsfähigen Angebot an neuen Fahrzeugen. In einem Marktumfeld, das durch den Konflikt in der Ukraine, die Halbleiterkrise und die Inflation stark beeinträchtigt wurde, setzt die Renault Group ihre Erholung fort und beschleunigt die Umsetzung ihrer Strategie.“, sagte **Thierry Piéton, Finanzvorstand der Renault-Gruppe**.

GESCHÄFTSERGEBNISSE: HÖHEPUNKTE DES ERSTEN QUARTALS

Vor dem Hintergrund der Halbleiterkrise und des Ukraine-Konflikts verkaufte **die Renault Group** im ersten Quartal 2022 552'000 Fahrzeuge, was einem Rückgang von 17,1 % gegenüber dem ersten Quartal 2021 entspricht.

Die Renault Group setzt ihre auf Wertschöpfung ausgerichtete Vertriebspolitik fort, was zu einer Erhöhung des Anteils in den profitabelsten Kanälen führt. In den fünf wichtigsten europäischen Ländern (Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, Vereinigtes Königreich) liegt der Anteil des Verkaufs an Privatkunden bei 69% gegenüber 54% im ersten Quartal 2021.

Die **Marke Renault** stärkt ihre führende Position in Europa auf dem elektrifizierten Markt mit dem E-Tech-Angebot, das 36% der Pkw-Verkäufe ausmacht, 13 Punkte mehr als im ersten Quartal 2021, in einem elektrifizierten Markt von 29% (+8 Pkte. gegenüber 2021). Der Anteil der Hybridfahrzeuge (HEV und PHEV), bestehend aus Renault Clio, Renault Captur, Renault Arkana und Renault Megane, steigt im Vergleich zum ersten Quartal 2021 um 40%. Damit bestätigt Renault seine Position als Referenzunternehmen im Bereich der Elektro- und Hybridmobilität.

Die Erneuerung der Dacia-Produktpalette ist ein Erfolg, vor allem dank des neuen Sandero, der nach wie vor das meistverkaufte Fahrzeug an Privatkunden in Europa ist, und des Duster, der seit seiner Markteinführung 2 Millionen Mal verkauft wurde. Der zu 100 % elektrische Dacia Spring wurde in Europa im ersten Quartal mehr als 9'000 Mal verkauft und ist das zweitmeistverkaufte Elektrofahrzeug in Frankreich.

Die Aktivität von **Alpine wird** seit Anfang des Jahres durch die Einführung der neuen Modellreihe der Alpine A110 vorangetrieben und verzeichnete in diesem Quartal einen Verkaufsanstieg von 67 %.

Der Auftragsbestand der Gruppe in Europa, der bereits Ende 2021 ein Rekordniveau erreicht hatte, wächst weiter und erreicht zum 31. März 2022 einen Umsatz von 3,9 Monaten. Dacia Spring verzeichnete im ersten Quartal 20'500 Bestellungen und der neue Jogger verspricht ein neuer Erfolg für die Marke Dacia zu werden, mit einem starken Auftragsbestand (36'500 Bestellungen in vier Monaten, mit einem Mix von 70 % an hohen Versionen in Europa). Für den Megane E-Tech Electric liegen bereits mehr als 10'000 Bestellungen in zwei Monaten vor, davon 70% für die hohen Ausstattungsvarianten. Die ersten Auslieferungen des Megane E-Tech Electric werden für Frankreich im Mai und für die wichtigsten europäischen Märkte im Juni erfolgen.

UMSATZ IM ERSTEN QUARTAL

Im ersten Quartal 2022 belief sich **der Umsatz der Gruppe** auf 9,7 Milliarden Euro, was einem Rückgang von -2,7% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen[3] betrug der Rückgang -0,7 %.

Die Umsätze von AVTOVAZ und Renault Russland beliefen sich auf 0,9 Milliarden Euro, was einem Rückgang von 15,7 % im Berichtszeitraum entspricht, da die Geschäftstätigkeit ab dem 24. Februar durch den Konflikt in der Ukraine stark beeinträchtigt wurde. Der Beitrag von AVTOVAZ belief sich auf 527 Millionen Euro, was einem Rückgang von -23,1% entspricht. Der Umsatz von Renault Russland belief sich auf 367 Millionen Euro, ein Rückgang von nur -2,1%, der auf den Abbau von Lagerbeständen und Preiserhöhungen zurückzuführen ist.

Ohne die Aktivitäten von AVTOVAZ und Renault Russland belief sich **der Umsatz der Gruppe** auf 8,9 Milliarden Euro, was einem Rückgang von 1,1 % entspricht, und der **Umsatz im Bereich Automotive** auf 8,1 Milliarden Euro, was einem Rückgang von 1,0 % entspricht. Diese Veränderung ist hauptsächlich auf Folgendes zurückzuführen:

Die negativen Wechselkurseffekte (-0,9 Punkte) sind hauptsächlich auf die Abwertung der Türkischen Lira und in geringerem Masse des Argentinischen Pesos zurückzuführen.

Der Volumeneffekt von -8,9 Punkten erklärt sich vor allem durch den Rückgang des Automobilmarktes in Europa, der mit der Verknappung von Halbleitern zusammenhängt und insbesondere die Verkäufe der Marke Renault betrifft, während Dacia von den am stärksten betroffenen Lieferanten weniger betroffen ist.

Der positive Preiseffekt von +5,6 Punkten spiegelt die Fortsetzung unserer Politik wider, die den Wert über das Volumen stellt, sowie Preiserhöhungen zum Ausgleich der Kosteninflation und der Abwertung einiger Währungen (Türkische Lira und Argentinischer Peso).

Der Produktmix-Effekt von +2,2 Punkten spiegelt die Einführung von Jogger in diesem Quartal und den Erfolg von Arkana wider, der im zweiten Quartal 2021 eingeführt wurde.

Der Einfluss der Verkäufe an Partner war mit -2,8 Punkten negativ. Dies ist hauptsächlich das Ergebnis des Rückgangs der Produktion von Dieselmotoren und Fahrzeugen für unsere Partner, insbesondere im Zusammenhang mit dem Auslaufen des Master-Vertrags für Opel und des Trafic für Fiat Ende 2021.

„Other“ zeigt einen positiven Effekt von +3,4 Punkten, der insbesondere auf die Anpassung der Umsätze mit Rückkaufverpflichtung zurückzuführen ist, die im Vergleich zum ersten Quartal 2021 rückläufig sind und durch die Leistung des Geschäftsbereichs Teile und Zubehör sowie der Renault Retail Group unterstützt werden.

Mobility Services trug 8 Millionen Euro zum Umsatz des ersten Quartals bei.

Der Bereich Absatzfinanzierung (RCI Bank & Services) verzeichnete im ersten Quartal einen Umsatz von 737 Millionen Euro, was einem Rückgang von -2,9 % gegenüber dem ersten Quartal 2021 entspricht, ebenso wie die durchschnittlichen leistungsfähigen Aktiva (43,7 Milliarden Euro), die um -4,7 % gegenüber dem gleichen Zeitraum 2021 zurückgingen. Dieser Rückgang ist auf die Auswirkungen der Strategie der Gruppe zur Optimierung der Händlerbestände zurückzuführen. Das Privatkundengeschäft verzeichnete einen Anstieg der Neufinanzierungen um 5,4 %. Die durchschnittliche Finanzierungssumme für neue Verträge nimmt zu und gleicht den Rückgang der Zahl der neuen Verträge um 9,7 %, der auf den Rückgang der Zulassungen der Gruppe zurückzuführen ist, teilweise aus.

Zum 31. März 2022 beliefen sich die **Gesamtlagerbestände** (einschliesslich des unabhängigen Netzwerks) auf 336'000 Fahrzeuge (entspricht den Verkäufen der letzten 63 Tage), verglichen mit 487'000 Fahrzeugen Ende März 2021 und sind im Vergleich zum 31. Dezember 2021 stabil.

PERSPEKTIVEN & STRATEGIE

Am 23. März 2022 gab die Renault-Gruppe bekannt:

- die Aussetzung der Aktivitäten in seinem Produktionswerk in Moskau und die Bewertung der verfügbaren Optionen in Bezug auf seine Beteiligung an AVTOVAZ bei gleichzeitigem verantwortungsvollem Handeln gegenüber seinen 45'000 Mitarbeitern in Russland,
- die Aktualisierung des finanziellen Outlooks für 2022 als Ergebnis dieser Entscheidungen:
 - eine operative Marge der Gruppe von rund 3 %;
 - einen positiven operativen Free Cashflow im Automobilbereich.

Das Marktumfeld wird weiterhin durch die Halbleiterkrise beeinträchtigt. Die Gruppe bestätigt einen Produktionsverlust von schätzungsweise 300'000 Fahrzeugen im Jahr 2022, hauptsächlich in der ersten Jahreshälfte.

Vor dem Hintergrund einer starken Kosteninflation setzt die Gruppe ihre wertorientierte Geschäftspolitik fort und stärkt ihre Wettbewerbsfähigkeit durch zusätzliche Kostensenkungsprogramme.

Wie bei der Präsentation der Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2021 am 18. Februar 2022 angegeben, bestätigt die Gruppe, dass sie ihren mittelfristigen Renaultion-Zielen voraus ist und die Umsetzung ihres strategischen Plans beschleunigt.

Die Renault Group wird auf einem Kapitalmarkttag im Herbst 2022 eine Aktualisierung ihrer finanziellen Ziele und ihrer Strategie zur Positionierung der Gruppe als wettbewerbsfähiger, technologischer und nachhaltiger Referenzakteur vorstellen.

* * *

[1] Um die Entwicklung des konsolidierten Umsatzes bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen zu analysieren, berechnet die Renault-Gruppe den Umsatz für das laufende Geschäftsjahr neu, indem sie die durchschnittlichen Wechselkurse des vorangegangenen Zeitraums anwendet und wesentliche Änderungen des Konsolidierungskreises während des Zeitraums ausschließt.

[2] Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, Vereinigtes Königreich

[3] Um die Entwicklung des konsolidierten Umsatzes bei konstantem Konsolidierungskreis und konstanten Wechselkursen zu analysieren, berechnet die Renault-Gruppe den Umsatz für das laufende Geschäftsjahr neu, indem sie die durchschnittlichen Wechselkurse des vorangegangenen Zeitraums anwendet und wesentliche Änderungen des Konsolidierungskreises während des Zeitraums ausschließt.

DER KONSOLIDIERTE UMSATZ DER RENAULT-GRUPPE

(In Millionen Euro)	2021	2022	Veränderung in % 2022/2021
1st Quartal			
Automobilindustrie ohne AVTOVAZ	8'566	8'476	-1.1%
<i>Davon Renault Russland</i>	375	367	-2.1%
AVTOVAZ	685	527	-23.1%
Mobilitätsdienstleistungen	5	8	+60.0%
Absatzfinanzierung	759	737	-2.9%
Insgesamt	10,015	9,748	-2.7%

DIE 15 WICHTIGSTEN MÄRKTE DER RENAULT GROUP ENDE MÄRZ 2022

	Jahr bis Ende März 2022	Volumen ⁽¹⁾ (in Einheiten)	PC+ LCV- Marktanteil (%)
1	FRANKREICH	104'145	22.8
2	RUSSLAND	75'104	27.1
3	ITALIEN	38'918	9.9
4	DEUTSCHLAND	37'382	5.5
5	TÜRKEI	29'648	19.5
6	BRASILien	26'048	7.0
7	INDIEN	23'205	2.2
8	MAROKKO	16'502	39.9
9	SPANIEN + KANARISCHE INSELN	16'179	8.5
10	VEREINIGTES KÖNIGREICH	15'835	3.2
11	BELGIEN + LUXEMBURG	13'749	10.4
12	SÜDKOREA	12'659	3.5
13	POLEN	12'587	10.7
14	ARGENTINIEN	10'218	10.2
15	KOLUMBIEN	10'031	19.4

⁽¹⁾ Umsatz ohne Twizy

GESAMTABSATZ DER RENAULT GROUP PC + LCV NACH MARKEN

		Erstes Quartal		Veränderung in %
		2021	2022	
RENAULT				
PC		337'661	279'185	-17.3
LCV		96'485	69'547	-27.9
PC + LCV*		434'146	348'732	-19.7
Davon Renault Russland		30'364	22'392	-26.3
RENAULT KOREA MOTORS				
PC		12'227	12'032	-1.6
DACIA				
PC		109'837	126'443	15.1
LCV		11'055	1'472	-86.7
PC + LCV		120'892	127'915	5.8
LADA				
PC		88'381	57'832	-34.6
LCV		2'268	2'776	22.4
PC + LCV		90'649	60'608	-33.1
ALPINE				
PC		424	709	67.2
JINBEI&HUASONG				
PC		22	-	-100.0
LCV		6'407	-	-100.0
PC + LCV		6'429	-	-100.0
EVEASY				
PC		479	1'737	262.6
RENAULT GROUP				
PC		549'031	477'938	-12.9
LCV		116'215	73'795	-36.5
PC + LCV		665'246	551'733	-17.1
Davon Renault Russland + LADA		121'013	83'000	-31.4

* * *

Über die Renault Group

Die Renault Group steht an vorderster Front einer Mobilität, die sich neu erfindet und die Menschen einander näherbringt. Um auch weiterhin ihren Kunden nachhaltige und innovative Mobilitätslösungen anbieten zu können, setzt die Renault Group konsequent auf die Komplementarität ihrer fünf Marken – Renault, Dacia, Lada, Alpine und Mobilize –, auf den weiteren Ausbau ihrer Marktführerschaft bei Elektrofahrzeugen und ihre einzigartige Allianz mit Nissan und Mitsubishi. Das Unternehmen ist in mehr als 130 Ländern tätig, beschäftigt derzeit mehr als 170'000 Mitarbeitende und hat im Jahr 2021 2,7 Millionen Fahrzeuge verkauft.

Bereit, die Herausforderungen auf der Strasse und der Rennstrecke anzunehmen, hat sich der Konzern zu einer ehrgeizigen, wertschaffenden Transformation verpflichtet. Im Mittelpunkt steht dabei die Entwicklung neuer Technologien und Dienstleistungen sowie einer neuen Palette von noch wettbewerbsfähigeren, ausgewogenen und elektrifizierten Fahrzeugen. Im Einklang mit den ökologischen Herausforderungen strebt die Renault Gruppe bis 2050 die CO₂-Neutralität in Europa an. <https://www.renaultgroup.com/>

In der Schweiz ist Renault seit 1927 vertreten. Heute vermarktet und vertreibt die Renault Suisse SA die Marken Renault, Dacia und Alpine. Im Jahr 2021 wurden mehr als 19'840 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Renault Gruppe in der Schweiz immatrikuliert. Mit den 100 % elektrisch angetriebenen Modellen Zoe E-Tech Electric, Twingo E-Tech Electric, Kangoo E-Tech Electric und Master E-Tech Electric, und den Hybrid-Versionen von Arkana, Mégane, Clio und Captur ist bereits jeder dritte Neuwagen von Renault elektrifiziert. Megane E-Tech Electric, der neue SUV Austral und der neue Kangoo E-Tech Electric dürften die Position von Renault im E-Markt 2022 nochmals deutlich stärken. Das Händlernetz der drei Marken wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile 193 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 213 Standorten anbieten. Mehr Informationen finden Sie auf unserer [Medienseite](#).

RENAULT GROUP INVESTOR RELATIONS

Philippine de Schonen
+33 6 13 45 68 39
philippine.de-schonen@renault.com

RENAULT GROUP PRESSEARBEIT

Frédéric Texier
+33 6 10 78 49 20
frederic.texier@renault.com

Astrid de Latude
+33 6 25 63 22 08
astrid.de-latude@renault.com

RENAULT SUISSE SA

Karin Kirchner
+41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.com