

Renault Group mit stabilem Absatzergebnis – Fokus auf Elektrifizierung und Verkaufsqualität

- **Die Renault Group hat im ersten Halbjahr 2026 weltweit 1.165.133 Fahrzeuge verkauft** (- 0,4 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2025). In diesem stabilen Ergebnis der drei sich ergänzenden Marken spiegelt sich eine verbesserte Absatzqualität, eine starke Wertorientierung sowie die beschleunigte Elektrifizierung der Modellpalette wider.
- **Ausserhalb Europas stärkt die Renault Group im Bereich Pkw und leichte Nutzfahrzeuge ihre Positionen in ihren strategischen Märkten**, angetrieben durch das Absatzwachstum der Marke Renault im zweiten Jahr in Folge (+ 2,8 Prozent). Die Konzernverkäufe stiegen in Indien (+ 61,2 Prozent), der Türkei (+ 15,4 Prozent), Marokko (+ 13,7 Prozent) und Brasilien (+ 5,3 Prozent).
- **In Europa¹ verkaufte die Renault Group 821.092 Pkw + leichte Nutzfahrzeuge** (- 1,3 Prozent).
 - **Marke Renault:** 528.849 Fahrzeuge (+ 2,6 Prozent). Renault belegt Platz 2 in Europa. Der Renault 5 ist das meistverkaufte Elektrofahrzeug im B-Segment in Europa.
 - **Marke Dacia:** 284.021 Pkw (- 8,7 Prozent). Dank einer verbesserten Dynamik im zweiten Quartal bleibt Dacia bei den Verkäufen an Privatkunden in Europa auf dem Podium. Der Dacia Sandero ist der meistverkaufte Pkw in Europa über alle Vertriebskanäle hinweg.
 - **Marke Alpine:** 8.222 Pkw (+ 67,6 Prozent). Alpine verzeichnet ein rekordverdächtiges Halbjahr. Die Alpine A290 trägt weiterhin zur Leistung der Marke bei, während die Alpine A390 ihre ersten Auslieferungen verzeichnete.
- **Auf dem europäischen Markt für leichte Nutzfahrzeuge, der im ersten Halbjahr eine leichte Erholung verzeichnete (+ 2,1 Prozent), ist der Absatz der Marke Renault um 11,7 Prozent gestiegen.** Gestützt durch die umfassende Master Produktpalette konnte Renault seinen zweiten Platz auf dem Markt behaupten.
- **Die Renault Group setzt ihre auf Wert und Absatzqualität ausgerichtete Strategie erfolgreich fort:**
 - Fokussierung auf den Privatmarkt bei gleichzeitiger Reduzierung des Engagements in den am wenigsten rentablen Vertriebskanälen. In den fünf wichtigsten europäischen Märkten² verkaufte die Renault Group 60,0 Prozent ihrer Pkw an Privatkunden (+ 3,8 Prozentpunkte, 17,7 Prozentpunkte über dem Marktdurchschnitt).
 - Anstieg der Pkw-Verkäufe im C-Segment in Europa auf 164.161 Einheiten (+ 15,3 Prozent), insbesondere getrieben durch die zunehmende Dynamik von Dacia in diesem Segment.
 - Diszipliniertes Restwertmanagement³ mit Restwerten, die europaweit 4 bis 13 Punkte über denen der Wettbewerber liegen.
 - Ein solider Auftragsbestand in Europa; der Vorabsatz lag Ende Juni 2026 bei 2,1 Monaten.
- **Die Renault Group treibt die Elektrifizierung ihrer Pkw-Verkäufe bei allen Konzernmarken voran.** In Europa machten elektrifizierte Fahrzeuge im ersten Halbjahr 2026 52,0 Prozent des Konzernabsatzes aus, was einem Anstieg um 8,2 Prozentpunkte entspricht. Der Anteil an batterieelektrischen Fahrzeugen (BEV) betrug 18,8 Prozent.
 - **Die Marke Renault treibt die Elektrifizierung des Konzerns voran:** Zwei von drei in Europa verkauften Fahrzeugen der Marke Renault (66,3 Prozent) waren elektrifiziert (+ 7,2

¹ ACEA Europäischer Geltungsbereich

² Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Vereinigtes Königreich

³ 23 Hauptmarken im Pkw-Segment, Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland und Vereinigtes Königreich

Prozentpunkte). BEVs machten 26,6 Prozent des Renault Absatzes aus (+ 10,3 Prozentpunkte), was insbesondere auf den Erfolg des Renault 5 E-Tech electric, des Renault 4 E-Tech electric und des Scenic E-Tech electric zurückzuführen ist. Auf dem Markt für Hybridfahrzeuge (HEV) und auf dem BEV-Privatkundenmarkt ist Renault jeweils die zweitstärkste Marke.

- **Dacia wächst rasant im Hybridsegment:** 30,8 Prozent der Dacia Verkäufe entfielen auf elektrifizierte Fahrzeuge (+ 7,2 Prozentpunkte). Angetrieben durch Duster und Bigster sind die Verkäufe von Hybridfahrzeugen stark gestiegen (+ 30,2 Prozent) und machten jeden vierten Verkauf aus (+ 7,5 Punkte).
- **Alpine tritt bei der Elektrifizierung aufs Gaspedal:** Dank des anhaltenden Erfolgs der Alpine A290 und der kürzlichen Markteinführung der Alpine A390 stellen Elektrofahrzeuge mittlerweile mehr als 80 Prozent der Verkäufe der Marke.
- **Die Renault Group hat ihre Produktoffensive 2026 weiter fortgesetzt,** mit der Einführung des Renault Twingo E-Tech electric und des Marktstarts des Renault Duster in Indien im ersten Halbjahr. Der Renault Trafic E-Tech electric, der Renault Niagara in Lateinamerika, der Dacia Sandero mit einem neuen Hybridantrieb, der neue Dacia Spring, der Dacia Striker und die Alpine A390 GTS werden das Angebot bis zum Jahresende vervollständigen.

Boulogne-Billancourt, 23. Juli 2026

Marke Renault: Umsetzung der futuREady Strategie durch die Kombination von Wachstum, Elektrifizierung und Wertorientierung

Die Marke Renault hat ersten Halbjahr 2026 weltweit 829.518 Fahrzeuge verkauft, was einem Anstieg von 2,6 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2025 entspricht. Die anhaltende Wachstumsdynamik der Marke setzt sich damit im vierten Jahr in Folge fort. Sowohl Europa als auch die internationalen Märkte haben zu dieser Entwicklung beigetragen, wobei insbesondere in den nordeuropäischen Ländern⁴ eine deutliche Beschleunigung zu verzeichnen war: Dort steigerte Renault den Absatz um 14,0 Prozent in einem Markt, der um 6,0 Prozent wuchs. Die positive Entwicklung wird durch die Prioritäten der futuREady Strategie gestützt: Beschleunigung der Elektrifizierung, Verfolgung einer wertorientierten Geschäftspolitik und Umsetzung der internationalen Roadmap der Marke.

Zwei von drei in Europa verkauften Renault Pkw sind mittlerweile elektrifiziert (66,3 Prozent), was einem Anstieg von 7,2 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr entspricht. Gestützt auf eine attraktive Produktpalette bestätigt Renault damit die Wichtigkeit der Markenstrategie, die auf zwei sich ergänzenden Technologien – EV und HEV – basiert, und macht Fortschritte bei der Verwirklichung des Ziels, bis 2030 in Europa einen Absatzanteil von 100 Prozent bei elektrifizierten Fahrzeugen zu erreichen. Renault belegt Platz 2 auf dem europäischen Privatkundenmarkt für batterieelektrische Fahrzeuge (BEV) und Platz 2 auf dem Hybridmarkt. Die BEV-Verkäufe sind um 63,2 Prozent in einem um 34,2 Prozent gewachsenen Markt gestiegen, was insbesondere auf den Erfolg des Renault 5 E-Tech electric zurückzuführen ist, dem meistverkauften Elektrofahrzeug im B-Segment in Europa, während sich der Renault 4 E-Tech electric als Massstab im elektrischen B-SUV-Segment im Privatkundenbereich etabliert.

Renault setzt zudem seine wertorientierte Strategie fort, die der Verkaufsqualität und dem Schutz der Restwerte Priorität einräumt. In Europa hat die Marke im Privatkundenbereich 0,4 Prozentpunkte Marktanteil hinzugewonnen und gleichzeitig ihr Engagement im Bereich der Kurzzeitmieten reduziert. In Frankreich hat

⁴ Deutschland, Vereinigtes Königreich, Irland, Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden

Renault seine Führungsposition ausgebaut und einen Marktanteil von 18,5 Prozent im Privatkundenbereich (+ 1,6 Prozentpunkte) sowie 20,9 Prozent im Flottenmarkt (+ 0,3 Prozentpunkte) erreicht. Fahrzeuge des C- und D-Segments machten 37,4 Prozent des europäischen Absatzes aus und haben zu einer weiteren Verbesserung des Produktmixes beigetragen.

Auch die leichten Nutzfahrzeuge stärken im Rahmen dieser Strategie die geschäftliche Performance und Rentabilität der Marke. Renault hat in Europa das zweite Halbjahr in Folge ein Absatzwachstum bei leichten Nutzfahrzeugen verzeichnet – ein Plus von 11,7 Prozent in einem um 2,1 Prozent gewachsenen Markt – und damit seine Position als zweitgrösste Marke in Europa gefestigt. Der Renault Master ist seit Jahresbeginn dank seines umfassenden Produktangebots und des Erfolgs der Umbaulösung „Converted by Renault“ die Nummer 1 auf dem Markt für grosse Transporter in Europa. International wurden die Verkäufe durch die Türkei (+ 9,8 Prozent) und durch die Expansion des Renault Master auf neue Märkte, insbesondere in Marokko, vorangetrieben.

Die Marke Renault baut ihre internationale Präsenz weiter aus und festigt ihre Position als globale Marke. Der Absatz ausserhalb Europas stieg um 2,8 Prozent und erreichte fast 296.000 Fahrzeuge. Dieses Wachstum wurde durch starke Ergebnisse in Indien (+ 61,2 Prozent), der Türkei (+ 25,7 Prozent), Marokko (+ 11,8 Prozent), Brasilien (+ 5,3 Prozent) und Mexiko (+ 16,3 Prozent) getragen. Diese Dynamik dürfte sich in den kommenden Monaten weiter fortsetzen, unterstützt durch den Hochlauf des Renault Duster in Indien, die kürzlich erfolgte Markteinführung des Koleos Full Hybrid in Brasilien sowie die beschleunigte Markteinführung des Boreal, die durch die Eröffnung eines zweiten Produktionsstandorts in der Türkei im Juni gestützt wird.

Aufbauend auf diesen starken Grundlagen in den schnell wachsenden Elektro- und Hybridsegmenten blickt Renault zuversichtlich auf das zweite Halbjahr. In Europa wird sich die Elektrifizierung mit den jüngsten Markteinführungen des Twingo E-Tech electric und des Renault 4 E-Tech electric in der Version „Plein Sud“ sowie durch den Trafic E-Tech electric weiter beschleunigen. Der vollelektrische Transporter ist ein echter Game Changer für den Markt für leichte Nutzfahrzeuge und noch in diesem Jahr bestellbar. Ausserhalb Europas wird die Vorstellung des Pick-ups Niagara im September das Wachstum von Renault in Lateinamerika fördern. Im Einklang mit den Zielen von futuREady werden die neuen Modelle neue Wachstumschancen eröffnen.

Dacia: Starkes Geschäftsmodell und solide Grundlagen

Vor dem Hintergrund eines starken Absatzwachstums bei Elektrofahrzeugen und der zunehmenden Präsenz chinesischer Marken in Europa hat Dacia im ersten Halbjahr 2026 die Stärke seines Geschäftsmodells und seines Fundaments bestätigt. Im zweiten Quartal verzeichnete die Marke 181.729 Zulassungen und lag damit auf dem Niveau des gleichen Quartals 2025 (- 0,3 Prozent). Im ersten Halbjahr verzeichnete Dacia 327.077 Verkäufe, was einem Rückgang von 8,1 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2025 entspricht. In Europa erreichte die Marke einen Pkw-Marktanteil von 3,9 Prozent. Der Auftragsbestand lag Ende Juni auf dem Niveau von 2025, was die starke wirtschaftliche Widerstandsfähigkeit der Marke zum Start in das zweite Halbjahr unterstreicht.

Dacia stützt sich weiterhin auf starke Grundlagen: Der Dacia Sandero ist nach wie vor das meistverkaufte Auto in Europa über alle Vertriebskanäle hinweg, und die Marke belegt Platz 3 auf dem europäischen Pkw-Privatkundenmarkt. Ihr Geschäftsmodell basiert auf einem hohen Privatkundemix (77 Prozent aller Verkäufe), einer disziplinierten Nettopreisstrategie und Restwerten, die 13 Punkte über dem Marktdurchschnitt liegen.

Die Elektrifizierung gewinnt bei Dacia weiter an Dynamik. Dabei machen Vollhybridantriebe einen wachsenden Anteil an den Bestellungen aus: 37 Prozent beim Jogger, 40 Prozent beim Duster und 68 Prozent

beim Bigster. Zudem entfallen 58 Prozent der Bestellungen auf höhere Ausstattungsvarianten – beim Duster liegt dieser Anteil bei 71 Prozent und beim Bigster sogar bei 82 Prozent. Dies verdeutlicht die Fähigkeit der Marke, ihren Produktmix zu verbessern und gleichzeitig ihrer Positionierung als Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis treu zu bleiben.

Das zweite Halbjahr wird durch den Ausbau des elektrifizierten Angebots von Dacia geprägt sein, beginnend mit der Einführung des Sandero Vollhybrid, gefolgt von der Markteinführung des Striker und der Einführung der in Europa produzierten nächsten Generation des Spring. Die neuen Modelle bereichern die Modellpalette der Marke und werden ihre Transformation unterstützen, sodass sie agil auf sich wandelnde Markttrends reagieren kann.

Alpine: Ein Rekord-Halbjahr

Alpine hat im ersten Halbjahr mit weltweit 8.538 verkauften Fahrzeugen ein neues Rekordergebnis erzielt und ein Wachstum von 69,1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum eingefahren. Der Absatz der Marke wurde durch den Erfolg der Alpine A290 getragen: Die Verkaufszahlen des elektrischen Hot Hatch sind im Vergleich zum ersten Halbjahr 2025 um fast 60 Prozent auf 5.890 Einheiten gestiegen. Auch die Alpine A110 behielt ihre starke Dynamik bei und verkaufte sich 1.607 Mal (+ 22,4 Prozent), obwohl die Produktion im Juni eingestellt wurde, um die Einführung der dritten Generation vorzubereiten. Gleichzeitig hat Alpine mit der Markteinführung des Sport Fastbacks Alpine A390 ein neues Marktsegment erschlossen. Von der GT-Version wurden 1.041 Einheiten zugelassen, während die Bestellungen für die GTS-Version nun offen sind.

Ausserhalb Frankreichs hat sich das Wachstum von Alpine deutlich beschleunigt, insbesondere im Vereinigten Königreich, wo sich der Absatz auf 1.902 Einheiten versechsfacht hat. Starke Zuwächse wurden auch in Spanien (+ 84 Prozent) und Deutschland (+ 78 Prozent) verzeichnet, was die wachsende Attraktivität der Marke in den wichtigsten europäischen Märkten bestätigt.

Diese Erfolge werden durch den raschen Ausbau des internationalen Händlernetzes von 169 auf 238 Vertriebsstandorte unterstützt und unterstreichen die zunehmende globale Dynamik der Marke. Sie bekräftigen das Ziel von Alpine, sich als führende Premiummarke für Elektro-Performance-Fahrzeuge zu etablieren und gleichzeitig ihre Kundenbasis sowie ihre Präsenz in neuen Marktsegmenten erfolgreich auszubauen.

Globale Verkäufe der Renault Group nach Marken

	1. Halbjahr 2026	Veränderung ggü. Vorjahreszeitraum in %
Renault	829.518	+ 2,6
Pkw	656.886	+ 2,2
LVC	172.632	+ 4,1
Dacia	327.077	- 8,1
Pkw	324.835	- 8,1
LCV	2.242	- 9,0
Alpine	8.538	+ 69,1
Renault Group	1.165.133	- 0,4

Renault Group Top 15 Märkte im ersten Halbjahr 2026

Rang	Land	Volumen	Marktanteil (in %)
1.	Frankreich	279.436	26,9
2.	Italien	101.928	9,9
3.	Spanien	84.472	11,3
4.	Türkei	80.361	14,4
5.	Deutschland	76.057	4,7
6.	Vereinigtes Königreich	69.077	5,3
7.	Brasilien	63.861	4,7
8.	Marokko	49.821	37,8

9.	Belgien + Luxemburg	35.010	11,8
10.	Polen	28.213	8,0
11.	Indien	25.845	0,9
12.	Südkorea	21.187	2,5
13.	Argentinien	20.489	7,4
14.	Portugal	18.937	12,3
15.	Mexiko	17.316	2,3

RENAULT GROUP MEDIENKONTAKTE

François Rouget
+33 6 23 68 07 88
francois.rouget@renault.com

Rie Yamane
+33 6 03 16 35 20
rie.yamane@renault.com

RENAULT GROUP INVESTOR RELATIONS

Florent Chaix
+33 6 07 88 83 05
florent.chaix@renault.com

RENAULT GROUP SCHWEIZ MEDIENKONTAKTE

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

Marc UTZINGER
Kommunikationsattachée
+41 (0) 44 777 02 28
marc.utzinger@renault.com

Über die Renault Group

Die Renault Group steht an der Spitze einer Mobilität, die sich neu erfindet. Die Renault Group umfasst drei komplementäre Automobilmarken - Renault, Dacia, Alpine - und ihre Captive Finance Tochter - Mobilize Financial Services -, und bietet ihren Kund*innen nachhaltige und innovative Mobilitätslösungen. Die Renault Group ist in mehr als 100 Ländern vertreten und verkaufte im Jahr 2025 2,337 Millionen Fahrzeuge. Sie beschäftigt rund 100'000 Mitarbeitende, die täglich dafür sorgen, dass die Mobilität die Menschen einander näherbringt.

Die Renault Group ist bereit, sich den Herausforderungen auf der Strasse und im Wettbewerb zu stellen, und hat sich zu einer ehrgeizigen Transformation verpflichtet, um Wert zu schaffen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Entwicklung neuer Technologien und Dienstleistungen sowie ein neues Angebot an noch wettbewerbsfähigeren, ausgewogenen und elektrifizierten Fahrzeugen. Angesichts der ökologischen Herausforderungen hat sich die Gruppe das Ziel gesetzt, bis 2040 in Europa und weltweit bis 2050 CO2-Neutralität zu erreichen.

Renault Group Schweiz importierte 2025 rund 22'600 Renault, Dacia und Alpine Fahrzeuge für den Schweizer Markt und bietet Aftersales-, Kundendienst- und Mobilitäts-Dienstleistungen an.

Weitere Informationen finden Sie unter renaultgroup.com oder folgen Sie Renault Group auf Instagram, X, Facebook, Youtube und LinkedIn.