

Champagnerlaune beim französischen Roller-Hersteller

Peugeot Motocycles Deutschland feiert Rekordergebnis

Bei Peugeot Motocycles Deutschland herrscht Champagnerlaune. Statt einer Absatzkrise erlebt die deutsche Niederlassung des französischen Scooter-Herstellers einen ungeahnten Boom. Mit rund 23000 verkauften Einheiten im letzten Jahr und einem Umsatzplus von 60 Prozent seit 2005 katapultierte sich das Unternehmen an die Spitze der großen Markenhersteller.

Den Grundstein für den Erfolg legte Peugeot Motocycles mit einem zielstrebigem Ausbau der Modellpalette. Neben fröhlichen und gleichzeitig markanten, unverwechselbaren Designs für die klassischen, zulassungsfreien 50 ccm-Roller mit kleinem Versicherungskennzeichen wagte Peugeot Motocycles auch den Angriff im Segment der hubraumstarken Gran Turismo-Scooter – und wurde mit dem Top-Modell Satelis nach der Präsentation 2006 auf Anhieb zum Marktführer. Mittlerweile ist der Satelis in vier Hubraumklassen, mit 125, 250, 400 und 500 ccm, zu haben, doch neben den kultivierten Viertaktmotoren verdankt der Satelis seine Nummer Eins-Position in der Verkaufs-Hitliste vor allem seiner innovativen Technik und dem typischen, eigenständigen Design. Scheinwerfer und Leuchten in besonders großzügigem Format und ein gefällige Behaglichkeit verströmende Karosserie tragen die Handschrift eines großen, renommierten Automobilherstellers. Sicherheitsattribute wie die überlegene Fahrwerkstechnik oder die von Peugeot entwickelte Integralbremse mit Antiblockiersystem sind ebenso überzeugend wie der Service, der Kunden auf Jahre hinaus eine prompte Ersatzteilversorgung garantiert.

Peugeot Motocycles setzt auch in Zukunft auf Top-Qualität und das charmante, französische Image seiner Fahrzeuge und stemmt sich zuversichtlich gegen Rezession und Finanzkrise. „Unsere Modelloffensive geht weiter“, erklärt Dieter Scholz, Geschäftsführer von Peugeot Motocycles Deutschland. „Wir werden auch 2009 neue, innovative Produkte hoch motiviert auf den Markt bringen – und sind überzeugt, unsere Position im Markt weiter ausbauen zu können.“

(PMD 20.01.2009)