

EZT CSINÁLJA BÁRKI UTÁNUK: ELKÉPESZTŐ, AMIT A TOYOTA ÉS A LEXUS A HAZAI PIACON MŰVEL

Kétségtelenül Magyarországon is beköszöntött a környezetbarát, alacsony fogyasztást és üzemben tartási költséget kínáló hibrid autók aranykora: a piaci legszélesebb hibrid modellportfólióját kínáló, és a hazai hibrid értékesítések mintegy négyötödét kitevő Toyota és Lexus megdöbbentő hazai értékesítési sikerei legalábbis erre engednek következtetni. Míg ugyanis az idei év első 9 hónapjában a magyarországi személyautó és haszongépjármű piac mindössze 13,05%-al bővült, a világ legzöldebb és leginnovatívabb autógyártójának tartott Toyota 51,9%-al, prémium márkája, a világ vezető prémium hibrid autómárkjaként aposztrofált Lexus 64,6%-al növelte hazai értékesítéseit.

Hazánkban talán kevésbé közismert, hogy a környezetbarát, [a hagyományos benzines hajtást az elektromos hajtással kombináló hibrid technológiát](#) 20 évvel ezelőtt világhódító útjára indító [Toyota](#), és prémium márkája, a [Lexus](#) együtt immár több, mint 11 millió hibrid autót értékesített világszerte (mintegy 10 millió Toyota és 1 millió Lexus): ez nagyságrendileg négyszerese annak, amennyi hibrid és elektromos autót a többi autógyártónak eddig együttesen sikerült eladnia.

A Toyota által két évtizede elindított hibrid forradalom – amely magával hozta az elektromos autók és [a hidrogén üzemanyagcellás autók](#) fejlesztését is – beérni látszik, ezt pedig a környezetre kiemelten káros dízel autóktól – részben a dízel botrány hatására, részben a számos európai nagyvárosból a dízel autók kitiltását célzó szabályos tervezett bevezetése okán – tapasztalható rohamos elfordulás csak még inkább felgyorsítja. Az pedig nem meglepő, hogy ennek a hibrid technológia fejlesztésében valamennyi versenytársával szemben évtizedes előnnyel rendelkező Toyota és Lexus a legfőbb nyertese, különösen, hogy ez a két márka kínálja a piac legszélesebb hibrid modellportfólióját (világszerte 34, Európában 16 modell) a városi kisautó [Toyota Yaris-tól](#) a prémium szupersportkupé [Lexus LC-ig](#).

Mindaz persze a hazai piacon is megfigyelhető: a két márka az elmúlt két évben szó szerint megdöbbentő piaci sikereket ér el, amiben nem kis szerepe van annak, hogy a meglepő módon a forradalmi technológia iránt korábban nyitó magánügyfelek mellett immáron a korábban konzervatívabbnak bizonyuló vállalati felhasználók is egyre nagyobb mértékben nyitnak a környezetbarát és nem utolsó sorban rendkívül alacsony üzemben tartási költségeket kínáló technológia felé, és céges flották egész sora állt át az elmúlt időszakban a hibrid hajtásra.

Hogy mindez hogyan néz ki számokban? Az idei évben január és szeptember között a Toyota hónapról hónapra értékesítési rekordokat döntve 51,9%-al növelte magyarországi értékesítéseit az előző év azonos időszakához képest, miközben a hazai piac mindössze 13,05%-al bővült. A piaci bővülés üteménél négyszer gyorsabb növekedés természetesen a márka piaci részesedésében is meglátszik: a Toyota a tavaly ebben az időszakban elért 5,5%-ról 7,4%-ra növelte magyarországi piaci részesedését, a páratlan, 1,9 százalékpontos részesedés növekedés révén pedig a márkák rangsorában a negyedik helyig menetelt előre. Ilyen mértékű értékesítés és piaci részesedés növekedéssel az autómárkák hazai TOP10-es rangsorában egyetlen más autógyártó sem büszkélkedhet.

A Lexus szereplése a magyarországi prémium autó piacon hasonlóképpen lenyűgöző: miközben január és szeptember között hazánkban 18%-al talált több luxusautó gazdára, mint a tavalyi év azonos időszakában, a japán luxusautó márka 65%-al növelte értékesítéseit, a piaci bővülés üteménél több, mint háromszor gyorsabb növekedésnek köszönhetően pedig 1,5 százalékponttal, 5,2%-ra növelte részesedését a prémium autók piacán. Beszédesebb, hogy a prémium piac TOP5 szereplője közül egyetlen márka sem számolhat be hasonló arányú értékesítés növekedésről, mint a jelenleg a prémium márkák rangsorában ötödik helyen álló Lexus.

„A Toyota és a Lexus európai és hazai szárnyalásának titka kétségtelenül a piac legszélesebb környezetbarát hibrid modellportfóliójának sosem látott sikere: az elmúlt időszakban a technológiát már korábban is favorizáló környezettudatos magánügyfelek mellett az alacsony üzemben tartási költségeket és a flottájuk környezetbarát voltát egyaránt hangsúlyosnak tartó flották egész sora döntött a Toyota és a Lexus hibrid modelljei mellett.” – fogalmaz Varga Zsombor, a Toyota és a Lexus márkák magyarországi kommunikációért felelős vezetője.

„Abban, hogy január és szeptember között átlagosan óránként egy Toyota és naponta két Lexus talált gazdára, fontos szerepe van annak, hogy nem egy modellünk szegmensének legnépszerűbb autója (például a Yaris városi kisautó, vagy épp a Verso egyterű), de a Toyota esetében egy modell önmagában is kiemelésre érdemes: a csupán tavaly év végén bemutatott, vadonatúj, a márka számára egészen új ügyfélkört megszólító kategóriateremtő C-HR a tavalyi év azonos időszakához viszonyított növekedésünknek önmagában 29%-át adja, e modell nélkül a Toyota ma nem lehetne a negyedik legnépszerűbb autómárka Magyarországon.” – avat be a szakember.

A sajtóközlemények, nagyfelbontású fotók és videók letöltéséhez látogasson el a <https://media.toyota.hu/> oldalra.

 www.facebook.com/toyotahungary

 www.facebook.com/lexushungary



„Volumen szempontjából ugyan hazánkban nem jelentősek, de a Toyota imázsa szempontjából épp ilyen fontos szerepe van a [GT86](#) sportkupénak, a [Yaris GRMN](#) sportautónak, vagy épp az év végén megújuló terepjáró legenda [Land Cruisernek](#) (amiből egyébiránt Európában több talál gazdára, mint az egyterű szegmens legnépszerűbb darabjának számító Versoból). A Lexus márka esetében hasonló szerepet tölt be az [RC kupé](#) vagy a nyár végétől már hazánkban is rendelhető, elképesztő várakozások övezte [LC szupersport kupé](#). A [kompakt CT](#) értékesítései várhatóan a modell új generációjának év végi idei érkezésével pörögnek majd fel, az év második felének legizgalmasabb modellje ugyanakkor kétségtelenül a várhatóan decemberben érkező, ám már most rendelhető [LS luxus szedán](#) lesz, amely gyakorlatilag újrajrja a luxusautó fogalmát. A Lexus értékesítéseknek emellett reményeink szerint további lendületet ad majd a márka napokban Szegeden megnyílt második magyarországi márkakereskedése.” – teszi hozzá Varga Zsombor.

Az év első 9 hónapjában egyébiránt a Toyota hazai értékesítéseinek közel egyharmadát, a Lexus esetében pedig mintegy 93%-ot tették ki a környezetbarát hibrid modellek. Év eleje óta a legnépszerűbb Toyota modelleknek Magyarországon egyébiránt az áprilistól megújult, hibrid hajtással is elérhető szegmenselső [Yaris](#) (a Toyota hazai értékesítéseinek 19,3%-a), a tavaly óta hibrid változatban is rendelhető, és azóta minden korábbinál népszerűbb [RAV4](#) (14%), a flottapiacot a hibrid meghajtás révén újrarajzoló [Auris](#) (13,8%), a hazai pickup szegmens eladásainak közel egyharmadát kitevő [Hilux](#) (12%), az évek óta a világ legnépszerűbb autójának bizonyuló [Corolla](#) (11%), a szintén hibrid meghajtással hódító vadonatúj [C-HR](#) (10,8%), és az egyterű szegmens nagy favoritja, a [Verso](#) (9,6%) bizonyultak. A Lexus esetében továbbra is a már a tavalyi év slágerének számító [NX](#) (a Lexus hazai értékesítéseinek 49%-a) és [RX](#) (34%) SUV modellek vitték a prímet, de az idén megújult [IS](#) (8,5%) és a [GS](#) (5,6%) luxus szedán is jól teljesített.

###

További információ:

Varga Zsombor

PR manager

Toyota Central Europe Kft.

Tel.: +36-70-4000-990

E-mail: zsombor.varga@toyota-ce.com

A sajtóközlemények, nagyfelbontású fotók és videók letöltéséhez látogasson el a <https://media.toyota.hu/> oldalra.

 www.facebook.com/toyotahungary

 www.facebook.com/lexushungary

