

---

## Citroën C3 Aircross für Indien, Südostasien und Südamerika

Citroën stellt sich internationaler auf. Bis 2025 will die Marke mit dem Doppelwinkel 30 Prozent ihres weltweiten Fahrzeugabsatzes in Regionen und Märkten außerhalb Europas erzielen. Vor allem Indien, Südostasien und Südamerika hat die Stellantis-Tochter dabei ins Auge gefasst, die zu vielversprechenden und schnell wachsenden Märkten zählen. Mit der Einführung des kompakten C3 konnte Citroën bereits die Markenpräsenz in allen drei Regionen kräftig ausbauen.

Im Jahr 2022 stiegen die Zulassungen der Marke im asiatisch-pazifischen Raum im Vergleich zu 2021 um 56,9 Prozent und in Südamerika um 21,2 Prozent. In Indien erreichte Citroën im Jahr 2022 mit 6588 Zulassungen ein Plus von 872,6 Prozent, in Brasilien stiegen die Zulassungen um 37,6 Prozent (32.128) und in Argentinien um 11,3 Prozent (13.846).

Jetzt folgt dessen SUV-Variante C3 Aircross, im Rahmen des selbst auferlegten „C-Cubed“-Programms, in dem bis 2024 drei Fahrzeuge eingeführt werden sollen, speziell auf internationale Wachstumsmärkte zugeschnitten, zugleich aber in den jeweiligen Regionen mit einem sehr hohen Grad an lokaler Einbeziehung produziert. Entsprechend wird der B-SUV als 5- und 7-Sitzer vor Ort, im Werk Thiruvallur in Indien und in Porto Real in Brasilien, mit einem Integrationsgrad von 90 Prozent gefertigt. Ab Ende 2023 soll er in Indien und Südamerika eingeführt werden, 2024 dann auch in Indonesien. (aum)

---

## Bilder zum Artikel



Citroën C3 Aircross, für Indien, Indonesien und Südamerika.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Citroën

---