

NEUE GESCHÄFTSEINHEIT, NEUES CONCEPT CAR

DACIA STELLT DIE WEICHEN FÜR DIE NÄCHSTEN FÜNF JAHRE

Als Teil der Renaultion Strategie der Renault Gruppe hat Dacia heute seinen Fünf-Jahres-Plan vorgestellt. Mit der Gründung der Geschäftseinheit Dacia-Lada wird die Marke ihre Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit weiter steigern und außerdem mit neuen Produkten das Portfolio erweitern. Präsentiert wurde auch ein neues Concept Car: Der Bigster ebnet den Weg für Dacia im C-Segment.

In den letzten 15 Jahren hat Dacia immer wieder moderne, einfache und ansprechende Fahrzeuge auf den Markt gebracht. Dabei stützt sich die Marke auf das Know-how der Renault Gruppe und der Allianz Renault-Nissan-Mitsubishi und nutzt bewährte technische Lösungen. Dank eines schlanken Vertriebsmodells hat sich Dacia inzwischen in 44 Ländern einen Namen gemacht, mit bisher sieben Millionen verkauften Fahrzeugen und vielen Bestsellern. Sandero und Duster belegen Jahr für Jahr den Platz eins unter den Pkw beziehungsweise unter den SUV, die in Europa an Privatkunden verkauft werden.

Denis Le Vot, CEO der Marken Dacia und Lada: „Dacia wird Dacia bleiben und intelligenten Käufern immer ein vertrauenswürdiges, authentisches Angebot mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Mit der Schaffung der Geschäftseinheit Dacia-Lada werden wir die modulare CMF-B-Plattform voll ausschöpfen, unsere Effizienz steigern und die Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und Attraktivität unserer Produkte weiter erhöhen. Wir werden die Marken auf ein höheres Niveau heben, mit dem Bigster Concept an der Spitze.“

CONCEPT CAR BIGSTER: DACIA BETRITT DAS C-SEGMENT

Mit der Studie Bigster Concept demonstriert Dacia, wie sich ein SUV-Modell des C-Segments zum Preis eines Fahrzeugs des B-Modells realisieren lässt. Hierzu Alejandro Mesonero-Romanos, Dacia Design Director: „Das Dacia Bigster Concept verkörpert die Evolution der Marke. Essenziell, mit einem Hauch von Coolness und mit Outdoor-Spirit. Es beweist, dass Erschwinglichkeit kein Gegensatz zu Attraktivität sein muss. Daran glauben wir bei Dacia, und dieses Auto ist der Beweis dafür.“

In die DNA der Studie sind die Werte der Marke eingeflossen, die im Laufe der Jahre zu einer stabilen, langjährigen Beziehung zu Kunden und Fangemeinde beigetragen haben: Einfachheit, Ehrlichkeit und Authentizität. Die Proportionen des Dacia Bigster Concept sind zeitgemäß und doch zeitlos. Seine Außenmaße von 4,6 Metern ermöglichen einen geräumigen Innenraum. Die Y-förmige, markentypische Lichtsignatur unterstreicht den selbstbewussten Stil des SUV.

Der Bigster Concept wird nach umweltfreundlichen Prinzipien hergestellt. Die äußeren Protektoren etwa bestehen ausschließlich aus recycelten Kunststoffen. Verzichtet hat Dacia auf Chromverzierungen oder Aluminium-Imitate. Als zukünftiges Aushängeschild der Dacia Produktpalette könnte das Modell sowohl mit Hybridantrieben als auch mit Motoren angeboten werden, die mit alternativen Energien betrieben werden. So hält die Marke Schritt mit den sich ändernden Vorschriften und Kundenerwartungen.

ANSPRECHPARTNERIN:

Dr. Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation
Tel.: 01 680 10 103
E-Mail: karin.kirchner@renault.com
www.media.renault.at