

STORY

DACIA: ERFOLGREICHE ENTWICKLUNG ZUR ETABLIERTEN MARKE AUF 44 MÄRKTEN

So sehen Erfolgsgeschichten aus: 1968 in Rumänien gegründet und 1999 von Renault übernommen, ist die Marke Dacia heute in 44 Märkten international erfolgreich. Mehr als sieben Millionen Dacia Fahrzeuge wurden bis heute verkauft, davon über 100.000 allein in Österreich. In einer Welt, die immer komplexer wird, spricht die Marke ein breites Publikum mit einem einfachen Rezept an: das Wesentliche zum günstigsten Preis anzubieten und Kunden zu gewinnen, die sich für eine rationalere Form des Konsums entschieden haben. Aktuell bereitet Dacia das nächste Kapitel seiner Erfolgsgeschichte vor.

Mit einem klar umrissenen Ziel wurde Dacia 1968 gegründet: moderne, robuste und sparsame Autos für alle Rumänen anzubieten. Der Name Dacia ist gleichbedeutend mit der antiken Bezeichnung für das Gebiet des heutigen Rumäniens. Im Jahr 1999 übernahm die Renault Group unter Führung von Louis Schweitzer die Marke und öffnete den Weg für neue Ambitionen.

Als Initialzündung für den bis heute anhaltenden Aufstieg erwies sich 2004 die Einführung der modernen, robusten und vor allem erschwinglichen Familienlimousine Logan. Das ursprünglich als „5.000-Euro-Auto“ für die aufstrebenden Schwellenländer konzipierte Fahrzeug ging 2005 auch in den etablierten Märkten Westeuropas in den Verkauf und erwies sich hier ebenfalls als großer kommerzieller Erfolg. Als Neuwagen zum Gebrauchtwagenpreis war er eine echte Revolution auf dem Automarkt.

Als zweite Dacia Neuheit unter der Ägide der Renault Group folgte 2008 der Kleinwagen Sandero, bis heute der größte Bestseller der Marke. Die Kombination aus zeitgemäßem Design, robuster Technik aus dem Renault Regal, einem exzellenten Raumangebot bei kompakten Abmessungen und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis führte dazu, dass er zum meistverkauften Fahrzeug auf dem europäischen Privatmarkt avancierte. Im Jahr 2010 legte Dacia nach und brachte mit dem Duster den günstigsten SUV auf dem Markt heraus, auch er ein Welterfolg.

Und die Geschichte geht weiter. Mit dem vollelektrischen Spring, dem preisgünstigsten Elektroauto auf dem europäischen Markt, hat Dacia eine neue Revolution initiiert – das City Car in SUV-Optik macht die Elektromobilität für breite Kundenkreise erschwinglich.

MARKE MIT TREUER FAN-BASIS

Mit seinem zeitgemäßen und authentischen Fahrzeugangebot hat Dacia eine echte Community gewonnen, die auch online überaus aktiv ist und sich gerne persönlich bei den großen Dacia Picknicks

trifft. Ein wesentlicher Grund für die Beliebtheit der Marke liegt in der Garantie eines unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnisses für alle Fahrzeuge unabhängig vom Segment. Vom Design bis zum Verkauf, von der Herstellung bis zum Transport verfolgt Dacia bei jedem Schritt höchste Kostendisziplin, um für seine Kunden einen möglichst geringen Preis zu realisieren.

Auf Basis dieses einzigartigen und effektiven Geschäftsmodells plant Dacia, sein Produktangebot und seine Absatzmärkte künftig auszuweiten. Unverändert bleibt dabei das Ziel, den Kunden ein vertrauenswürdiges, authentisches Angebot mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten. Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt dabei im so genannten C-Segment, der Kompaktklasse.

Mit der Schaffung der Geschäftseinheit Dacia-Lada wird die Marke das Potenzial der modularen CMF-B-Plattform voll ausschöpfen, ihre Effizienz steigern und die Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und Attraktivität ihrer Produkte weiter verbessern. Die Studie Bigster Concept, die im Januar 2021 bei der Vorstellung des strategischen Plans Renaulution vorgestellt wurde, weist den Weg hierfür.

STUDIE BIGSTER CONCEPT WEIST WEG FÜR EINE NEUE DESIGNSPRACHE

Essenziell, cool und mit modernen Outdoor-Attributen beweist der Bigster, dass Erschwinglichkeit und Attraktivität keine Gegensätze sind. Die äußeren Protektoren bestehen ausschließlich aus recycelten Kunststoffen. Verzichtet hat Dacia auf Chromverzierungen oder Aluminium-Imitate. Die Proportionen des Bigster Concept sind zeitlos, die Linien schlicht und authentisch, womit die Studie Robustheit signalisiert. Damit steht der Bigster Concept für ein neues Kapitel in der Geschichte von Dacia und ein neues Erscheinungsbild der Marke, geprägt von einem Outdoor-Spirit als Ausdruck für das Streben nach Freiheit und Authentizität.

ÜBER DACIA

Dacia ist eine Marke der Renault Gruppe, die in 44 Ländern in Europa und im Mittelmeerraum vertreten ist. Die 1968 in Rumänien gegründete Marke wurde von der Renault Gruppe übernommen und 2004 mit dem Logan neu positioniert. Dacia bietet Autos mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis auf dem Markt. Dank ihrer ikonischen Modelle – Logan, Sandero und Duster – erfreut sich die Marke eines großen kommerziellen Erfolgs. Bis heute hat Dacia mehr als 7 Millionen Fahrzeuge verkauft.

Die Marke Dacia ist seit 2005 in Österreich vertreten und wird durch die Renault Österreich GmbH importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 7.330 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Dacia in Österreich zugelassen. Sandero und Duster sind die Bestseller der Marke. 2021 wird das erste Elektroauto der Marke, der Dacia Spring, auf den Markt kommen. Das Renault Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 167 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.

MEDIENKONTAKE:

Dr. Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation

Tel.: 01 680 10 103

E-Mail: karin.kirchner@renault.com

www.media.renault.at

Maryse Luchtenborg, Kommunikationsattachée

Tel.: +41 (0)44 777 02 26

E-Mail: maryse.luechtenborg@renault.com

www.media.renault.at