



JEAN-PIERRE DIERNAZ ZUM VICE PRESIDENT GLOBAL MARKETING RENAULT BRAND UND CHIEF BRANDING OFFICER FÜR ALLE MARKEN ERNANNT

- **Renault gibt die Ernennung von Jean-Pierre Diernaz zum Vice President Global Marketing Renault Brand und Chief Branding Officer für alle Marken mit Wirkung zum 14. September 2026 bekannt**
- **In dieser Funktion wird er Mitglied des Renault Brand Management Committee**
- **Er wird direkt an Fabrice Cambolive, CEO der Marke Renault und Chief Growth Officer der Renault Group, berichten**

Renault gibt die Ernennung von Jean-Pierre Diernaz zum Vice President Global Marketing Renault Brand und Chief Branding Officer für alle Marken mit Wirkung zum 14. September bekannt.

Als Vice President Global Marketing Renault Brand wird Jean-Pierre Diernaz dafür verantwortlich sein, die Markenpräferenz zu stärken, die Transformation des Marketings bei Renault voranzutreiben und direkt zur Wachstumsdynamik des Unternehmens beizutragen. Er wird alle Marketingaktivitäten für die Marke Renault leiten, mit dem Ziel, ein stärker digital ausgerichtetes Modell zu entwickeln, das auf Kundenkenntnissen, Daten, künstlicher Intelligenz und Leistungsmanagement basiert. Sein Auftrag ist Teil eines umfassenderen Ziels: das Marketing zu einem noch stärkeren Motor für Wertschöpfung und Wachstum zu machen, indem Marke, Kundenerlebnis und geschäftliche Leistung enger miteinander verknüpft werden. Seine internationale Perspektive und seine Erfahrung in der Automobilindustrie werden insbesondere dazu beitragen, die in Europa bereits bestehende Dynamik im Bereich der Elektrifizierung aufrechtzuerhalten und die Positionen von Renault in wichtigen internationalen Märkten zu stärken.

Als Chief Branding Officer für alle Marken wird er zudem für die Weiterentwicklung des Werts und der Komplementarität des Markenportfolios der Renault Group verantwortlich sein. Er wird für eine einheitliche Markenpräsentation sorgen und gleichzeitig die Unverwechselbarkeit von Renault, Dacia und Alpine stärken, um deren Attraktivität, Differenzierung und Beitrag zum Wachstum der Gruppe zu steigern.

Diese Ernennung unterstützt die Umsetzung des „futuREady“-Plans, der den Kurs der Renault Group in Bezug auf Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit festlegt.

„Jean-Pierre Diernaz tritt zu einem entscheidenden Zeitpunkt bei Renault ein. In den letzten Jahren haben wir einen tiefgreifenden Wandel eingeleitet, und unser Ziel ist es nun, noch einen

Schritt weiter zu gehen: Wir wollen die Kraft der Marke, Kundenkenntnisse und neue Technologien nutzen, um ein stärkeres und nachhaltigeres Wachstum zu erzielen.

Jean-Pierre wird dafür verantwortlich sein, die bereits laufenden Maßnahmen fortzusetzen, um unsere Fähigkeit zu stärken, Emotionen, Begehrlichkeiten und Markenpräferenz zu wecken. Zudem wird er entscheidend zur Weiterentwicklung unserer Marketingaktivitäten beitragen, indem er Daten, KI und neue Tools für das Leistungsmanagement noch stärker integriert. Seine Fähigkeit, Kreativität und digitale Innovation im Dienste des Unternehmens zu verbinden, sowie seine internationale Perspektive werden entscheidend dazu beitragen, die Dynamik rund um die Elektrifizierung in Europa aufrechtzuerhalten, unsere Entwicklung auf internationalen Märkten zu unterstützen und zur Umsetzung des „futuREady“-Plans beizutragen.“ **Fabrice Cambolive, CEO der Marke Renault und Chief Growth Officer der Renault Group**

Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung in der Automobilindustrie hat Jean-Pierre Diernaz anerkanntes Fachwissen in den Bereichen Marketing, digitale Transformation und Markenentwicklung aufgebaut. Er begann seine Karriere bei Ford in Frankreich und auf internationaler Ebene, bevor er 2005 als Advertising Director Europe zu Nissan wechselte. Anschließend hatte er mehrere leitende Führungspositionen in Europa inne, insbesondere bei Infiniti und im Geschäftsbereich Elektrofahrzeuge, bevor er Vice President, Marketing & Digital Europe wurde.

Im Jahr 2019 wechselte er als Chief Strategy Officer zu MotorK und trug dort zum Wachstum des Unternehmens im Bereich der digitalen Transformation der Automobilbranche bei.

Im Jahr 2024 wechselte er als Chief Marketing Officer zu General Motors Europe, bevor er zum Präsidenten und Geschäftsführer ernannt wurde, wobei er weiterhin als Chief Marketing Officer Europe tätig war.

Q&A

1. Welche Aufgaben übernimmt Jean-Pierre Diernaz bei Renault?

Als Vice President Global Marketing Renault Brand wird Jean-Pierre Diernaz die weltweiten Marketingaktivitäten der Marke Renault verantworten. Sein Fokus liegt auf der Weiterentwicklung eines stärker digital ausgerichteten Marketings, das auf Kundendaten, KI und Leistungsmanagement basiert. Zusätzlich übernimmt er als Chief Branding Officer die Verantwortung für die strategische Weiterentwicklung des Markenportfolios der Renault Group. Dabei soll er die Komplementarität der Marken Renault, Dacia und Alpine stärken und gleichzeitig deren individuelle Identität weiter schärfen.

2. Welche Bedeutung hat die Ernennung für die Strategie der Renault Group?

Die Ernennung ist ein wichtiger Bestandteil der Umsetzung des Strategieplans „futuREady“. Renault verfolgt damit das Ziel, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu stärken. Durch die engere Verknüpfung von Marke, Kundenerlebnis und Geschäftserfolg soll das Marketing zu einem noch stärkeren Wachstumstreiber werden. Jean-Pierre Diernaz wird eine

zentrale Rolle dabei spielen, die Markenattraktivität weiter auszubauen und die Transformation des Unternehmens voranzutreiben.

3. Wer ist Jean-Pierre Diernaz?

Jean-Pierre Diernaz ist ein international erfahrener Marketing- und Automobilmanager mit mehr als 25 Jahren Branchenerfahrung. Er war unter anderem in Führungspositionen bei Ford, Nissan, MotorK und zuletzt bei General Motors Europe tätig. Ab dem 14. September 2026 übernimmt er bei Renault die Funktionen des Vice President Global Marketing Renault Brand sowie des Chief Branding Officer für alle Marken der Renault Group.

* * *

MEDIENKONTAKTE:

Valeska Mayr-Haaf, Direktorin Kommunikation
Tel.: +43 (0)699 1680 11 03
E-Mail: valeska.mayr-haaf@renault.at

Tizian Ballweber, Produkt-PR Spezialist
Tel.: +43 (0)699 1680 11 04
E-Mail: tizian.ballweber@renault.at

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite: www.media.renault.at

ÜBER RENAULT

Renault ist die weltweit führende französische Automobilmarke. Aufbauend auf mehr als einem Jahrhundert Innovation entwickelt die Marke „voitures à vivre“ – Fahrzeuge mit attraktivem Design, nützlichen, auf den Menschen ausgerichteten Technologien und elektrifizierten Antrieben, die keine Kompromisse beim Fahrspaß eingehen. Als echte Lebensräume konzipiert, sind Renault Modelle für den Alltag gemacht. Nach der tiefgreifenden Transformation im Rahmen des Renaulution-Plans startet die Marke nun einen neuen strategischen Zyklus mit „futuREady“ – einem Programm zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Sicherstellung einer nachhaltigen Performance in Europa und international. Diese Ambition basiert auf begehrten Produkten und einer verstärkten

internationalen Dynamik sowie auf einem pragmatischen Ansatz der Elektrifizierung mit zwei Säulen – 100 % hybrid und 100 % elektrisch –, um die Energiewende in jedem Tempo zu unterstützen.

In Österreich ist Renault seit 1947 vertreten und wird durch die Renault Österreich GmbH importiert und vermarktet. Im Jahr 2025 wurden 12.077 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in Österreich zugelassen. Mit den 100 % elektrisch angetriebenen Modellen Renault 5 E-Tech Electric, Renault 4 E-Tech Electric, Twingo E-Tech Electric, Megane E-Tech Electric, Scenic E-Tech Electric, Kangoo E-Tech Electric und Master E-Tech Electric, und die Hybrid-Versionen von Olio, Arkana, Austral, Espace und Rafale ist bereits jeder zweite Neuwagen von Renault elektrifiziert. Das Renault Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 160 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.