

ESSENZIELLE MARKE FÜR ERSCHWINGLICHE MOBILITÄT

DACIA SETZT ERFOLGSGESCHICHTE MIT GESCHÄRFTEM MARKENPROFIL FORT

Essenziell, robust und Eco-Smart: Dacia präsentierte bei den Brand Manifesto Tagen in Le Bourget bei Paris die Werte, die Marke und Fahrzeuge in den kommenden Jahren prägen werden. Ziel ist es, die Erfolgsgeschichte der vergangenen Jahre nahtlos fortzuschreiben und die Position als führende Marke für erschwingliche Mobilität weiter zu festigen.

Basis für die Zukunftspläne von Dacia bildet der Anfang 2021 vorgestellte Strategieplan Renaulution, der den Kurs für jede Konzernmarke vorgibt. Das Ziel für Dacia lautet, das Image als essenzielle, aufs Wesentliche konzentrierte Marke mit einem authentischen Modellangebot zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis weiter auszubauen. Dacia kann hierbei auf einer echten Erfolgsgeschichte blicken: In 18 Jahren verließen 7,5 Millionen Autos die Autohäuser, bei Privatkunden erreicht die Marke Platz drei in der europäischen Zulassungsstatistik.

Heute werden Dacia Fahrzeuge zusehends auch von finanziell gutgestellten Kunden geschätzt, die ihr Geld überlegt ausgeben, Freiheit und authentische Freizeitvergnügungen schätzen sowie übermäßigen Konsum meiden. Dacia ist damit mehr denn je in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Entsprechend wird die Marke ihre Aktivitäten in die Kompaktklasse ausweiten, ohne dabei ihr Credo erschwinglicher Mobilität zu vernachlässigen.

Hierzu Dacia CEO Denis Le Vot: „Jahr für Jahr zieht Dacia neue Kunden an, die nach dem suchen, was in der heutigen Welt vielleicht am wertvollsten ist: das Wesentliche. Diese Kunden wünschen eine rationale, verantwortungsvolle Gesellschaft und haben eine neue Sichtweise auf das Automobil. Sie interessieren sich für Autos, die Raum, Komfort und aktuelle Optik mit maximaler Erschwinglichkeit vereinen. Das ist Dacia.“

Um noch breitere Kundenkreise anzusprechen, hat Dacia in den vergangenen Monaten eine neue Markenidentität, ein neues Logo, ein neues Design und neue Farben entwickelt. Diese Neuerungen gehen einher mit den traditionellen Tugenden der Marke, die auch zukünftig Bestand haben werden.

ESSENZIELL UND COOL

In den 18 Jahren seit dem Marken-Relaunch hat Dacia seinen Kunden stets das Wesentliche geboten. Allerdings hat sich im Laufe der Zeit die Ansicht darüber geändert, was essenziell ist. So galt eine Klimaanlage 2004 im Gegensatz zu heute nicht als unverzichtbar. Auch Multimediasysteme zählen heute zur Basisausstattung im Automobil. Allerdings geht Dacia hier einen eigenen Weg: Statt zwei oder drei Bildschirmen im Fahrzeug, hält die Marke mit dem Media Control System eine schnelle und intelligente Möglichkeit bereit, das Smartphone des Fahrers mit dem Fahrzeug zu koppeln, um alle wesentlichen Multimediafunktionen zu nutzen.

Als weiteres cleveres Detail bietet die Dacia Media Control App dem Fahrer Vorschläge zu Zeiten und Orten für Pausen. Diese neue Funktion wird von den Dacia Teams in Zusammenarbeit mit Software République entwickelt, einem von der Renault Group mitgegründeten Innovationspool für nachhaltige, sichere und intelligente Mobilität.

Dacia verbindet clevere, kreative Lösungen auch mit einem ansprechenden Design, wie der modulare Dachgepäckträger zeigt, der das traditionelle Trägersystem ersetzt. Zusätzlich zum coolen Look misst sich die innovative Lösung entsprechend dem Markenimage preislich mit konventionellen Dachträgern.

ROBUST UND FÜR OUTDOOR-AKTIVITÄTEN GEBAUT

Zuverlässig und robust lauten zwei wesentliche Attribute für den Erfolg von Dacia. Die Treue der Kunden ist der beste Beleg dafür: In Frankreich behalten Dacia Kunden ihr Fahrzeug im Schnitt acht Jahre lang, und 60 Prozent von ihnen ersetzen es durch einen neuen Dacia. Weiteres Beispiel für das exzellente Preis-Leistungs-Verhältnis: Der Restwert eines Dacia Modells beim Weiterverkauf liegt im Schnitt etwa zehn Prozentpunkte über dem Wert vergleichbarer Volumenmodelle.

Die Kernmerkmale machen Dacia Fahrzeuge zum idealen Begleiter für Outdoor-Aktivitäten, aber auch für den beruflichen Einsatz. In Zukunft wird Dacia diesem Trend verstärkt Rechnung tragen, indem die Marke ihr Angebot an Modellen ausweitet, die Ausflüge abseits befestigter Straßen erlauben. Neben Allradsystemen wird Dacia spezielles Zubehör für Outdoor-Aktivitäten anbieten, darunter ab 2023 ein Kit, um im Jogger in wenigen Minuten ein Doppelbett einzurichten. Hinzu kommt ein Zelt für bis zu vier Personen, das unmittelbar mit dem Fahrzeug verbunden ist.

EKO-SMART: ÖKOLOGIE TRIFFT ÖKONOMIE

Um Ressourcen zu schonen, Kraftstoff zu sparen und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis zu realisieren, verwendet Dacia nach Möglichkeit bestehende Technologien. Ein Beispiel dafür ist die bewährte CMF-B-Plattform für Sandero, Sandero Stepway und Jogger. Der Verzicht auf überflüssige Technik oder rein kosmetische Merkmale verringert das Gewicht und damit den Verbrauch - gut für den Geldbeutel der Besitzer und die Umwelt. Der Jogger zum Beispiel ist 300 Kilogramm leichter als seine 7-sitzigen Wettbewerber.

Priorität hat für Dacia auch die Verwendung von Rezyklaten. So bestehen zwölf Prozent des im Duster verwendeten Kunststoffs aus Recyclingmaterialien – deutlich mehr als der europäische Durchschnitt bei Neuwagen.

In Zukunft wird Dacia den Anteil von recyceltem Kunststoff in seinen Modellen deutlich erhöhen. Ziel sind 20 Prozent in der neuen Generation des Duster. Um dies zu erreichen, werden auch sichtbare Außenteile aus Rezyklaten gefertigt. Dacia hat hiermit bereits beim Unterfahrschutz des Sandero Stepway begonnen und wird dies mit einem neuen Material weiterführen: Starkle®, einer umweltschonenden und robusten Mischung aus wiederaufbereiteten Polymeren.

EIN UNVERWECHSELBARES MARKENERLEBNIS

Auch bei der Interaktion mit dem Kunden geht Dacia neue Wege, um ein noch nahtloseres und angenehmeres Markenerlebnis zu bieten. Die Umgestaltung des Dacia Händlernetzes begann bereits im Frühjahr dieses Jahres. Die neuen Ausstellungsräume sind flexibel und umweltschonend gestaltet. Außerdem verbindet Dacia physische und virtuelle Erlebnisse miteinander, insbesondere durch den Einsatz einer neuen Augmented-Reality-App für Smartphones.

MEDIENKONTAKTE

Dr. Karin Kirchner
+43 (0)1 680 10 103
karin.kirchner@renault.com

Tizian Ballweber
+43 (0)1 680 10 104
tizian.ballweber@renault.at

ÜBER DACIA

Seit 1968 ist Dacia Automobilhersteller, seit 2004 steht die Marke auch in Europa und den Mittelmeerländern für das beste Preis-Leistungs-Verhältnis auf dem Markt. Dacia definiert das Wesentliche ständig neu und ist Vorreiter, wenn es um einfache, vielseitig einsetzbare und zuverlässige Fahrzeuge geht, die dem Lebensstil ihrer Kunden entsprechen.

Durch diese Werte wurden die Dacia-Modelle zum Benchmark für leistbare Mobilität: Mit dem Logan, dem Neuwagen zum Preis eines Gebrauchten. Mit dem Sandero, dem meistverkauften Auto auf dem europäischen Privatkundenmarkt seit 2017. Mit dem Duster, dem meistverkauften SUV auf dem Privatkundenmarkt seit 2018. Mit dem Spring, dem Vorreiter für erschwingliche Elektromobilität in Europa. Und mit dem Jogger, dem flexiblen Familienauto im C-Segment. Seit 2004 hat Dacia 7,5 Millionen Fahrzeuge in 44 Ländern verkauft.

In Österreich ist Dacia seit 2005 vertreten und wird durch die Renault Österreich GmbH importiert und vermarktet. Im Jahr 2021 wurden 7.021 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Dacia in Österreich zugelassen. Sandero und Duster sind die Bestseller der Marke: Der Neue Sandero war die Nr. 1 unter den Verkäufen an Privatkunden aller Marken. 2021 ist das erste Elektroauto der Marke, der Dacia Spring, auf den Markt gekommen. Das Dacia Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 166 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.