

15 Jahre Dacia-Erfolgsgeschichte in Europa

Dacia feiert eine einzigartige Geschichte in der Automobilindustrie mit 6,4 Millionen verkauften Fahrzeugen in Europa seit 2005. Das brachte Dacia einen Marktanteil von 3,8 Prozent im Jahr 2019 in Europa. Zur Feier des 15-jährigen Bestehens in Europa lanciert Dacia eine limitierte Jubiläumsserie.



Von einem einzigen Modell bis hin zu einem kompletten, diversifizierten Modell-Angebot und 6,5 Millionen Kunden: Dacia hat seit der Markteinführung in Europa im Jahr 2005 die Automobilindustrie revolutioniert. Die Marke blickt auf 15 Jahre Erfolgsgeschichte zurück, von der Einführung des Modells Logan in Europa bis hin zum 100 Prozent elektrischen Showcar Spring.

Geburtsstunde eines revolutionären Geschäftsmodells

Der 1966 in Rumänien gegründete Automobilhersteller Dacia ist seit jeher mit Renault verbunden. Sein erstes Modell war der Renault 8. Mit Teilen aus Frankreich wurde er in Rumänien zusammengebaut und vor Ort als Dacia 1100 verkauft. 1999 erwarb der Renault-Konzern den rumänischen Hersteller mit einer klaren Vision: Das Know-how und die geografische Lage von Dacia zu nutzen, um die preiswerteste Drei-Box-Limousine in einem Osteuropa zu vermarkten, dass sich zu diesem Zeitpunkt im Wiederaufbau befand. Ein sehr ehrgeiziges Ziel, das die Groupe Renault durch einen klaren Bruch mit den damals gültigen Entwicklungs- und Produktionsprozessen erreichen wollte.



Erstmals in der Automobilindustrie wurde ein Auto unter Anwendung der „Design to cost“-Methode entwickelt. Diese damals innovative Methode stellte die Logik des traditionellen Designs auf den Kopf. Ohne Kompromisse bei der Zuverlässigkeit und Sicherheit zu machen, wurde die Kostenoptimierung in jeder Phase der Fahrzeugentwicklung zum Gebot. Der endgültige Verkaufspreis unter Berücksichtigung aller technischen Rahmenbedingungen begleitete den Prozess von Anfang bis Ende. Im Zuge dieser Strategie war die Verwendung bewährter Teile und Technologien des Renault Konzerns ein beträchtlicher Vorteil, wobei die Dacia-Projektteams von Entwurf über Konzeption bis zur Produktion wie ein Start-up funktionierten. Das bedeutet: von Grund auf neu und innovativ, aber mit einem knappen Budget!



Der 2004 vorgestellte Dacia Logan hielt alle Versprechen: ein Rekordverhältnis von Größe zu Geräumigkeit, ein Fokus auf die wesentliche Ausstattung zu einem unschlagbaren Verkaufspreis. Er revolutionierte den Automobilmarkt, indem der Kauf eines Neufahrzeugs für eine viel breitere Schicht der Gesellschaft möglich wurde. Der Kaufpreis auf dem Niveau eines (günstigen) Gebrauchtwagens und die Qualitäten eines Neufahrzeugs machten ihn so erfolgreich, dass er ab 2005 in ganz Europa vermarktet wurde. Dacia wurde zum Maßstab für eine neue Art des Autokaufs. Als Ikone wird der Dacia Logan noch heute vermarktet. Seit 2004 wurde er rund 1,8 Millionen Mal verkauft.

Der dreifache Gewinner

Beflügelt durch den Erfolg des Logan erweiterte Dacia 2008 die Fahrzeugpalette mit dem Sandero und im darauffolgenden Jahr mit der Version Sandero Stepway. Kompakte Abmessungen bei geräumigem Innenraum machen diese kompakte Limousine äußerst vielseitig einsetzbar.



2010 sorgte Dacia mit der Einführung des Duster für die nächste automobilen Revolution. Mit dem inzwischen meistverkauften Modell der Marke erleichterte Dacia den Zugang zum SUV-Segment, das zuvor ausschließlich aus Modellen der Oberklasse bestand. An den Werten von Dacia änderte sich nichts. Auch der Duster vereint rekordverdächtige Geräumigkeit, Einfachheit und Robustheit mit einem konkurrenzlosen Preis. Dementsprechend rasch stellte sich der kommerzielle Erfolg dieser beiden Modelle ein. Sandero (und Sandero Stepway) wurde 2018 der meistverkaufte Personenwagen in Europa und ist seit seiner Markteinführung insgesamt 2,1 Millionen Mal verkauft worden. Der Duster hat seit seiner Einführung im Jahr 2010 bis heute bereits 1,6 Millionen Kunden überzeugt.

Auch mit den weiteren Modellen richtete sich Dacia immer an der eigenen Maxime aus, indem die Marke das jeweilige Segment mit einfachen, zuverlässigen, robusten und äußerst preiswerten Autos revolutionierte. So baute Dacia das Angebot weiter aus – mit dem Kombi Logan MCV im Jahr 2007, gefolgt von Dacia Lodgy, Dokker und Dokker Van im Jahr 2012.

Kunden und Fans verstanden und verstehen den besonderen Spirit der Marke und identifizieren sich auch damit. Das zeigt sich unter anderem durch eine besonders aktive Community. So steht Dacia heute im europäischen Marken-Ranking beim Verkauf an Privatpersonen an erstaunlicher achter Stelle. Sein Jubiläum feiert Dacia mit der Sonderserie Celebration im brandneuen Farbton Iron Blue. Diese Jubiläums-Serie ist in

Österreich ab 13.590 Euro (Sandero TCe 100 Celebration) erhältlich.

Das Wesentliche von morgen anbieten

Sowohl die Kundenerwartungen als auch die Art und Weise, wie wir Autos nutzen, verändern sich. Dacia ist eine moderne Marke, die ihren Kunden zuhört und sich der Herausforderungen bewusst ist, die die Mobilität der Zukunft mit sich bringt. Eine dieser Herausforderungen ist es, die Zukunft nachhaltig zu gestalten. Auf der Grundlage der 10-jährigen Erfahrung der Groupe Renault wird Dacia erschwingliche Elektrofahrzeuge auf den Markt bringen. Das im März 2020 enthüllte elektrische Showcar Dacia Spring stellt das erste vollelektrische Modell der Marke dar. Es wird über fünf Türen, vier vollwertige Sitzplätze und eine Reichweite von knapp 200 Kilometer verfügen.

Dacia Spring electric ist der nächste Beweis dafür, dass Dacia für alle zugängliche, nachhaltige Mobilität anbieten wird und dabei auch seinen Werten mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis treu bleibt. Dacia hat in den letzten 15 Jahren die Automobilindustrie verändert und wird diese Revolution auch in der Zukunft fortsetzen!

Quelle: [renault.at](https://www.renault.at)



© 1991 EngelDesign

... in uns weckt jedes Auto pure Emotionen.

[Kontakt](#) | [Impressum](#)