

DACIA MARKENIDENTITÄT: NEUES DACIA LOGO JETZT ERSTMALS AUCH AN DEN FAHRZEUGEN

Neues Logo, gleiche Werte: Nach Händlernetz und Kommunikationsmaterial hält die neue visuelle Markenidentität von Dacia nun auch Einzug an den Fahrzeugen. Wichtigste Neuerung ist das Markenlogo auf den Modellen. Erste Bestellungen der neu gebrandeten Fahrzeuge sind bereits ab dem 16. Juni möglich, die ersten Auslieferungen erfolgen im vierten Quartal des Jahres 2022.



Das wesentliche Merkmal der neuen Markenidentität ist das neue Dacia  Link-Emblem in der Mitte des Kühlergrills, der sich ebenfalls in neuem weissen Design präsentiert. Wie die Glieder einer Kette bilden die ineinandergreifenden Buchstaben D und C in minimalistischen Linien das neue Logo, das die robuste Schlichtheit des Dacia Designs widerspiegelt. Der Dacia Link ist ein Markenzeichen mit hohem Wiedererkennungswert sowohl aus der Nähe als auch aus der Ferne. Das Emblem findet sich auch an den Radnabenabdeckungen.

Eine weitere sichtbare Veränderung ist der Dacia Schriftzug am Heck und auf dem Lenkrad jedes Fahrzeugs. Der minimalistisch gestaltete Namenszug wurde so reduziert, dass nur noch das Nötigste vorhanden ist, um die einzelnen Buchstaben zu erkennen. Im Zuge der Änderungen am Design führt Dacia bei einigen Modellen die Farbe Monolith Grey für die Dachreling, den vorderen und hinteren Unterfahrschutz und die Seitenspiegel ein.

«Die Umstellung der gesamten Dacia-Palette auf die neue visuelle Identität ist das dritte und letzte Kapitel der Umsetzung, die vor über einem Jahr begonnen hat. Die neue Markenwelt steht im Einklang mit unseren Werten - einfach, robust, authentisch - in einer stärkeren und moderneren Form. Diese Einführung ist ein weiterer sichtbarer Impuls für Dacia, um seine Ambitionen zu verwirklichen.»
Denis Le Vot CEO Dacia

SELBSTBEWUSSTER AUFTRITT

Mit dem rein elektrischen Spring (Stromverbrauch kombiniert: 13,9 kWh/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km) und dem vielseitigen Jogger (Gesamtverbrauch kombiniert: 7,8-5,6 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 138-118 g/km nach WLTP) hat Dacia seine Produktpalette in nur wenigen Monaten um zwei neue Modelle erweitert. Die Einführung der neuen Markenoptik markiert die nächste Etappe auf dem Weg zur Erneuerung von Dacia hin zu einer unverwechselbaren und selbstbewussten Marke, die ihrer Essenz treu bleibt: Fahrzeuge anzubieten, die das Wesentliche beinhalten, um die Erwartungen der Kunden zu erfüllen.

«Dacia geht mit der Zeit und wird moderner. Die Fahrzeuge sind so definiert, dass sie den sich verändernden, echten Erwartungen der Kunden gerecht werden: Es sind vielseitige und robuste Fahrzeuge, die die perfekten Begleiter für Outdoor-Aktivitäten sind, für clevere Ausstattungen und einen wirtschaftlichen, pragmatisch-ökologischen Ansatz stehen. Die neue visuelle Identität symbolisiert diese Ausrichtung und macht die Marke noch begehrenswerter.» **Lionel Jaillet, VP, Dacia Product Performance**

«Das sehr schlichte Logo zeugt von der Orientierung auf das Wesentliche, die die Marke auszeichnet. Auch das Dacia Link-Emblem, das von der Welt der Mechanik inspiriert ist, steht für Einfachheit und Robustheit. Es trägt ausserdem die Symbolik eines «Links», der für die starke Gemeinschaft der Dacia Community steht.» **David Durand, Chef-Designer Dacia**

Dacia Fahrzeuge sind robust und zuverlässig, sie sind vielseitig und für eine Vielzahl von Zwecken einsetzbar, von der Fahrt in die Stadt bis zu einem Ausflug in die Natur. Als Referenz an den Outdoor-Spirit macht Dacia den an natürliches Moos erinnernden Farbton Khaki-Grün zur neuen Basisfarbe.

Um intelligentes Verbraucherverhalten zu fördern und das Automobil neu zu denken, wird Dacia darüber hinaus schrittweise auf bestimmte Materialien wie Chrom oder Leder tierischen Ursprungs verzichten. Ebenso wird Dacia eine der Verpflichtungen umsetzen, die die Renault Group auf ihrer Jahreshauptversammlung am 23. April 2021 eingegangen ist und als erste Marke des Konzerns für alle Fahrzeuge eine Höchstgeschwindigkeit von 180 km/h einführen.

MEDIENKONTAKTE

Karin Kirchner

Direktorin Kommunikation

karin.kirchner@renault.com – 044 777 02 48

Maryse Lüchtenborg

Kommunikationsattachée

maryse.luechtenborg@renault.com – 044 777 02 26

Mehr Informationen finden Sie auf unserer [Medienseite](#) .

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. Mit dem Duster, dem ersten erschwinglichen SUV. Und mit dem Spring, dem Vorreiter für preisgünstige Elektromobilität in Europa.

Dacia ist eine Marke der Renault Group, die in 44 Ländern vertreten ist. Seit 2004 hat Dacia über 7 Millionen Fahrzeuge verkauft.

Die Marke Dacia ist seit 2005 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2021 wurden 6'385 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Dacia in der Schweiz immatrikuliert. Sandero und Duster sind die Bestseller der Marke. 2021 ist das erste Elektroauto der Marke, der Dacia Spring, auf den Markt gekommen. Das Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile 102 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 119 Standorten anbieten.