25.07.2007 – 12:00 Uhr

Nissan-Nutzfahrzeugsparte will in Europa deutlich wachsen - Absatz gut im Plan

Urdorf (ots) -

- Massgeschneiderte neue Produkte für Kunden
- Stärkung des Händlernetzes
- Eroberung neuer Märkte

Mit neuen Produkten und über die Erschliessung neuer Märkte will Nissan den Nutzfahrzeugabsatz in Europa bis zum Ende des Geschäftsjahres 2010 deutlich erhöhen. Dabei liegt das Unternehmen derzeit gut im Plan.

"In Europa blicken wir auf eine lange Nutzfahrzeug-Tradition zurück. Nissan spielt in Ländern wie Spanien, Italien, Frankreich und Grossbritannien heute eine wichtige Rolle", erklärt Brian Carolin, Senior Vice President Sales & Marketing Nissan Europe. "Mit neuen Produkten und einem optimierten Händlernetz werden wir unsere Position auf diesen Märkten untermauern und in anderen Ländern Europas wachsen."

Grundlage der Strategie ist eine Stärkung der Angebotspalette an Lieferwagen, die mit spezieller Ausstattung auf individuelle Kundenbedürfnisse massgeschneidert werden. Aber auch weitere leichte Nutzfahrzeuge in so genannter Frontlenker-Bauweise mit der Fahrgastzelle über der Vorderachse und der damit im Wettbewerbsvergleich deutlich besseren Raumausnutzung sollen für zusätzlichen Absatz bei Nissan sorgen. Zudem präsentiert Nissan auf der diesjährigen Tokio Motor Show mit dem NV200 ein innovatives Konzept für ein leichtes Nutzfahrzeug.

Neben modernen Produkten ist die weitere Stärkung des Nissan-Händlernetzes für die Unternehmens-Ziele fundamental. Ein eigener Vertriebskanal für leichte Nutzfahrzeuge und Händlernetz-Kooperationen wie die mit Volvo Trucks sollen weiteren Erfolg bringen. Das 2006 geschlossene Abkommen über die Zusammenarbeit auf weniger stark entwickelten Märkten, wie Deutschland, Grossbritannien und Osteuropa, ermöglicht es Nissan heute, seine Modelle Interstar, Cabstar und Atleon über das Händlernetz des schwedischen Nutzfahrzeugherstellers zur vertreiben. In der Schweiz vertreiben ausgewählte Volvo Händler die gesamte Nissan Nutzfahrzeug-Palette. Parallel dazu werden so genannte Kompetenz-Center in geeigneten Nissan-Autohäusern eingerichtet, die eine optimale Beratung im Verkauf und im Service-Bereich flächendeckend sicherstellen.

Das Nissan-Wachstum ankurbeln soll neben innovativen Produkten und gestärktem Händlernetz auch die Erschliessung neuer Märkte. Der Plan sieht eine Einführung in Russland und in weiteren nord- und osteuropäischen Ländern vor. Auch in der Türkei wird Nissan seine Aktivitäten intensivieren, weil das Unternehmen dort sein Potenzial noch nicht ausgeschöpft sieht.

Nissan registriert seit geraumer Zeit weltweit ein beachtliches Wachstum seiner LCV-Geschäftseinheit. Das Unternehmen hat den Nutzfahrzeugmarkt als eine der vier Säulen seines Wachstums im Dreijahres-Geschäftsplan Nissan Value-Up definiert. Das darin festgesetzte Ziel einer operativen Gewinnrendite dieser Sparte von mehr als acht Prozent hat Nissan mit 489.579 weltweit abgesetzten Nutzfahrzeugen 2006 bereits ein Jahr früher erreicht als geplant. Allein in Europa verzeichnete das Unternehmen vergangenes Jahr 48.778

Verkäufe, darunter 17.996 Primastar und 13.879 Cabstar.

Kontakt:

Nissan Communications
Tel.: +41/44/736'56'91 (direkt)
Fax: +41/44/736'57'88 (direkt)
E-Mail: madeleine.baumann@nissan.ch
Internet: www.nissan-presse.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100009076/100539902 abgerufen werden.