

# Medien- Information

Urdorf, 14. Januar 2021

## RENAULT WIRD ZUR MARKE FÜR TECHNOLOGIE, SERVICE UND SAUBERE ENERGIE DIE MARKE RENAULT STARTET IN EINE NEUE ÄRA

Als Teil der RENAULTION Strategie hat die Marke Renault heute ihre Strategie für die nächsten fünf Jahre und darüber hinaus vorgestellt. Dabei positioniert sich die Marke mit dem Rhombus stark in Richtung Technologie, Service und saubere Energie. Bis 2025 wird Renault 14 neue Modelle einführen, sieben davon vollelektrisch.

Urdorf, den 14. Januar 2021 – Mit seiner "Nouvelle Vague", zu Deutsch „Neue Welle“, will Renault innovative und zeitgemässe Massstäbe in der Automobilindustrie setzen. Ziel ist, die Führungsrolle bei der Energiewende durch Elektro- und Wasserstofflösungen zu stärken und bis 2025 den grünsten Antriebsmix aller Hersteller in Europa anzubieten. Dazu wird Renault 14 neue Modelle auf den Markt bringen, davon sieben vollelektrisch. Von allen Neuheiten wird es eine Elektro- oder Hybridversion geben. Exemplarisch für die neue Ausrichtung steht der ikonische Renault 5 Prototype.

Luca de Meo, CEO Groupe Renault, sagt: "Bei Renault nehmen wir die Wellen der Disruption nicht nur gerne an, wir erzeugen unsere eigene Welle. Es geht darum, den neuen Zeitgeist in die Automobilbranche einzubringen. Wir werden uns zu einer Marke entwickeln, die für saubere Energien steht, indem wir unsere Führungsposition bei Elektrofahrzeugen mit dem 'Electro Pole Projekt' stärken und in Wasserstoff investieren, um bis 2025 den grünsten Mix in Europa zu erreichen. Wir werden zudem auch eine Technologiemarken sein, durch interne Innovationen und durch die Software République, ein offenes Ökosystem, das sich der Entwicklung einer europäischen Expertise in Schlüsselbereichen wie Daten oder Cybersicherheit widmet. Dies wird uns einen Wettbewerbsvorteil als Servicemarken verschaffen, mit High-Tech-Dienstleistungen, onboard und offboard. Diese Vision der Modernität verankern wir in Frankreich. Denn als Marke wissen wir, dass unsere Seele und unsere Stärke in unseren Ursprüngen liegen. Der neue elektrische Renault 5 Prototype verkörpert die Nouvelle Vague: Der R5 ist zum einen stark mit der Historie von Renault verbunden, steht aber gleichzeitig für die Zukunft der Marke und wird Elektroautos populär machen."

### RENAULT 5 PROTOTYPE: DIE WIEDERGEBURT EINES KULTAUTOS

Die Seele einer Marke liegt in ihren Wurzeln. Der Renault 5 Prototype lässt sich daher von der Vergangenheit inspirieren, orientiert sich dabei aber entschieden Richtung Zukunft. Die Studie mit dem neuinterpretierten, ikonischen R5-Design zeigt, wie Renault das Elektroauto in Europa mit einem zeitgemässen Ansatz als unverzichtbar und wünschenswert demokratisieren wird.

Die Renault Entwickler haben ein pfliffiges Stadtauto auf die Räder gestellt, das das kultige R5-Design mit einem rein elektrischen Antrieb kombiniert. So fährt die Ikone emissionsfrei in die Zukunft und bewahrt dabei den Spassfaktor und den unbekümmerten Charakter seiner Vorfahren.

#### Medien-Kontakte

Karin Kirchner  
Direktorin Kommunikation  
Tel: +41 44 777 02 48  
karin.kirchner@renault.ch

Marc Utzinger  
Kommunikationsattaché  
Tel: +41 (0) 44 777 02 28  
marc.utzinger@renault.ch

media.renault.ch

Der Renault 5 Prototype nimmt die prägnanten Züge des Originaldesigns auf, trägt sie aber mit geglätteten Flächen und futuristischen Details in unsere Zeit. Praktisch: Wo früher der sportliche Lufteinlass auf der Motorhaube sass, verbirgt sich jetzt die Klappe für den Anschluss des Ladekabels. Die Frontpartie, das Textildach und die Trikolore an den Aussenspiegelgehäusen versprühen französischen Charme. Oberflächen und Materialien sind von der Welt der Elektronik, des Möbeldesigns und des Sports inspiriert.

"Das Design des Renault 5 Prototype basiert auf dem R5, einem echten Renault Kultmodell. Diese Studie verkörpert einfach Modernität, ein Fahrzeug, das seiner Zeit entspricht: urban, elektrisch, attraktiv." Gilles Vidal, Renault Design Direktor

Im Technologie-Bereich wird Renault künftig auf die sogenannte "Software République" setzen – ein offenes kooperatives Ökosystem, das sich mit Software, Daten, Cybersicherheit und Mikroelektronik befasst. Dies wird das Renault Angebot an vernetzten Diensten bereichern.

Darüber hinaus wird Renault das Produktportfolio zu Gunsten des C-Segments optimieren. Sieben der 14 neuen Modelle werden im C/D-Segment angesiedelt sein. Das Ziel für 2025: 45 Prozent des Verkaufsanteils will Renault in den oberen Segmenten absetzen und dabei gleichzeitig die Führung im B-Segment festigen.

### **FORTSCHRITTLICH BEI ELEKTROMOBILITÄT UND NACHHALTIGKEIT**

Innovation ist seit 120 Jahren das Herzstück der Marke Renault. Das untermauert die aktuell führende Position auf dem europäischen Markt für Elektrofahrzeuge mit über zehn Jahren Erfahrung im Bereich der Elektromobilität und mehr als 300.000 verkauften E-Fahrzeugen. Renault hat darüber hinaus E-TECH etabliert, eine Hybridtechnologie, die mehr als 150 Patente umfasst und auf die Elektro- und F1-Erfahrung der Marke zurückgreift.

Viele der innovativen Lösungen entstehen in der sogenannten Software Factory, wo mehr als 1'000 Ingenieure arbeiten, die sich auf Software, Daten und Cloud-Services spezialisiert haben – schon bald werden viele weitere Spezialisten hinzukommen. Auch die Re-Factory am Industriestandort Flins verkörpert den zeitgemäss nachhaltigen Ansatz von Renault. Dort betreibt die französische Marke als erster Mobilitätsanbieter Europas eine Produktionsstätte mit Kreislaufwirtschaft.

### **DREI FELDER DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT**

Die Marke Renault wird sich durch die Neuausrichtung der Strategie auf drei Feldern weiterentwickeln:

Erstens wird Renault zu einer Technologiemarkte mit dem Ansatz eines umfassenden Ökosystems, das darauf abzielt, weltweit führende Mobilitäts-OEMs und Zulieferer der nächsten Generation hervorzubringen. Dieses Ökosystem mit dem Namen „Software République“ wird es Renault sowie auch anderen Gründungsmitgliedern und zukünftigen Partnern ermöglichen, gemeinsam Kompetenzen zu entwickeln, europäisches Know-how aufzubauen und die Unabhängigkeit in Schlüsseltechnologien von Big Data bis Elektronik zu verteidigen. Mit der Hilfe dieses Ökosystems wird Renault seine Fahrzeuge mit führenden Systemen für künstliche Intelligenz und Cybersicherheit ausstatten können.

Zweitens wird Renault eine Servicemarke, die in seinen Fahrzeugen die beste Konnektivität und die besten High-Tech-Services anbietet. Im Jahr 2022 wird Renault My Link einführen, ein neues Infotainment-System mit Google-Integration. Renault wird der erste Automobilhersteller sein, der Google-Dienste in Grossserienfahrzeugen einführt.

Renault Automobile werden zukünftig jeden Tag dazulernen und gewinnen dadurch mit der Zeit an Intelligenz und Wert. Zudem werden sie auch ein längeres Autoleben haben als bisher. Denn mit der Re-Factory in Flins (Frankreich) wird Renault versuchen, den Konsumzyklus zu durchbrechen und einen dauerhaften Mehrwert bis zum endgültigen Ende der Lebensdauer der Fahrzeuge zu schaffen.

#### **Medien-Kontakte**

Karin Kirchner  
Direktorin Kommunikation  
Tel: +41 44 777 02 48  
karin.kirchner@renault.ch

Marc Utzinger  
Kommunikationsattaché  
Tel: +41 (0) 44 777 02 28  
marc.utzinger@renault.ch

media.renault.ch

Das Werk will zukünftig mehr als 100'000 Gebrauchtwagen pro Jahr aufbereiten sowie Diesel-Lkw auf Biogas und reine E-Antriebe umrüsten. Renault hat ausserdem eine Strategie für die Wiederverwendung und das Ende der Lebensdauer von Batterien, wodurch ganz neue Geschäftsfelder und Werte entstehen.

Drittens wird Renault eine Marke für saubere Energie, die eine führende Rolle bei der Energiewende einnimmt. Mit der revolutionären E-TECH-Technologie fordert Renault die Marktführer auf dem Hybridmarkt heraus und wird seine Führungsposition auf dem Elektromarkt mit neuen Produktfamilien auf Basis der beiden speziellen Elektroplattformen CMF-EV und CMF-B EV behaupten. Um den grünen Mix auf dem europäischen Markt zu erreichen, wird Renault darüber hinaus marktreife, durchgängige Wasserstofflösungen für leichte Nutzfahrzeuge anbieten.

\* \* \*

## **ÜBER GROUPE RENAULT UND RENAULT SUISSE SA**

Der 1898 gegründete Autohersteller Renault ist heute ein internationaler Konzern, der 2019 in 134 Ländern 3,8 Millionen Fahrzeuge verkauft hat. Aktuell beschäftigt Renault rund 180'000 Menschen, produziert in 36 Werken und hat 12'700 Verkaufsstandorte weltweit. Um auch weiterhin mit den technologischen Herausforderungen der Zukunft Schritt halten und die Strategie des rentablen Wachstums fortführen zu können, setzt Renault konsequent auf seine internationale Entwicklung, auf die Komplementarität seiner fünf Marken (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine und LADA), auf den weiteren Ausbau seiner Marktführerschaft bei Elektrofahrzeugen und seine einzigartige Allianz mit Nissan und Mitsubishi. Mit einem eigenen Formel 1 Team macht Renault den Motorsport zum Hebel für Innovationen und die Bekanntheit der Marke Renault.

In der Schweiz ist Renault seit 1927 vertreten. Heute vermarktet und vertreibt die Renault Suisse SA die Marken Renault, Dacia und Alpine. Im Jahr 2020 wurden mehr als 21'250 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Renault Gruppe in der Schweiz immatrikuliert. Mit mehr als 3'300 Neuzulassungen für die 100 % elektrisch angetriebenen Modelle ZOE, Kangoo Z.E. und Master Z.E. in 2020 verfügt Renault in dieser Sparte über 16 % Marktanteil. Das Händlernetz der drei Marken wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile mehr als 200 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 228 Standorten anbieten.

\* \* \*

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite: [www.media.renault.ch](http://www.media.renault.ch).

### **Medien-Kontakte**

Karin Kirchner  
Direktorin Kommunikation  
Tel: +41 44 777 02 48  
[karin.kirchner@renault.ch](mailto:karin.kirchner@renault.ch)

Marc Utzinger  
Kommunikationsattaché  
Tel: +41 (0) 44 777 02 28  
[marc.utzinger@renault.ch](mailto:marc.utzinger@renault.ch)

[media.renault.ch](http://media.renault.ch)