

STORY

ZWEI MILLIONEN DUSTER: EIN BLICK HINTER DIE SUV-KULISSEN

Mit dem Logan gelang Dacia im Jahr 2004 der erfolgreiche Markenrelaunch. 2010 folgte der nächste Coup: Der Dacia Duster. Mit eigenständiger Outdoor-Optik und auf Wunsch zuverlässigen Geländeeigenschaften machte er das SUV für breite Käuferschichten populär und erschwinglich. Egal ob in der sibirischen Tundra oder in der marokkanischen Wüste, auf den robusten Familienwagen ist auch in unwegsamem Gelände verlass. Dieses Jahr erreicht der Duster mit zwei Millionen verkauften Einheiten in fast 60 Ländern einen weiteren Meilenstein in seiner Laufbahn.

2010 standen bei Autokäufern vielseitige und praktische Fahrzeuge im Fokus, die gleichzeitig aber auch mit charaktervollem Auftritt sowie attraktivem Preis-Wert-Verhältnis überzeugten. Der SUV-Markt boomte, doch die meisten Modelle waren entweder zu teuer und anspruchsvoll oder zu spartanisch. Dann kam der Dacia Duster auf den Markt: robust und dennoch stilvoll, erfüllte er die gesellschaftlichen Trends und entwickelte sich in kürzester Zeit zu einem der gefragtesten Dacia Modelle. Vom Marktstart weg ist das Modell ein kommerzieller Erfolg, mit bis heute zwei Millionen verkauften Fahrzeugen weltweit.

GEFRAGTES FAMILIENAUTO

Duster-Fahrer sind an den unterschiedlichsten Orten auf der ganzen Welt zu Hause. Eines haben sie jedoch gemeinsam: Für sie zählt lediglich das Wesentliche. Einige Fakten zu den Duster Fans:

- Im Vereinigten Königreich sind die meisten Duster Käufer Frauen.
- Die Türkei hat die jüngsten Duster Fahrer mit einem Durchschnittsalter von 42 Jahren. Zudem entscheiden sich überwiegend Familien für das SUV-Modell, insgesamt 62 Prozent der Käufer Kindern.
- Die Hauptgründe für den Kauf eines Duster sind der Preis (56 Prozent), das Design (20 Prozent) und schliesslich auch die Markentreue (16 Prozent).

EIN AUTO FÜR JEDES GELÄNDE

Die Entstehungsgeschichte von H79 – so die interne Modellbezeichnung der ersten Duster Generation – ist spannend: Das damalige Produktteam stand vor einer grossen Herausforderung, denn sie entwickelten ein Fahrzeug, das es so noch nicht auf dem Markt gab. Es sollte für die Menschen rund um den Globus geeignet sein, das einen bei eisiger Kälte oder brütender Hitze nicht im Stich lässt. Ein robustes, zuverlässiges und vielseitiges Fahrzeug, das zudem für einen unschlagbaren Preis erhältlich war.

Loïc Feuvray, Produktmanager der ersten Duster Generation, erzählt von der Entwicklung des Fahrzeugs: „Ich ging neben dem Auto her und stellte sicher, dass der Duster bei Schrittgeschwindigkeit souverän alle Eigenschaften mitbrachte, die man bei einem geländegängigen Allradfahrzeug erwartet.“ Seit seiner Markteinführung hat der Duster bei zahllosen Geländefahrten bewiesen, dass er in jedem Terrain ein zuverlässiger Partner ist.

EINZIGARTIGE MERKMALE

Bereits der erste Duster war ein Bestseller, doch die zweite Generation legte nochmals nach. Nach sieben Jahren hat die Modellneuheit eine klare Designvorgabe: die ursprüngliche DNA sollte beibehalten werden, auf der Vergangenheit aufbauen und dennoch noch mehr Charakter und Qualität bieten.

Ein gutes Beispiel ist der schwarze Aufsatz, der die Blinkleuchte beherbergt und vom ersten Modell an ein Markenzeichen des Duster ist. **David Durand, Head of Exterior Design**, erklärt die Geschichte hinter dem Teil: „Die Räder sind im Verhältnis zu den Türen stark versetzt, und es ist hochkomplex, Teile zu stanzen, die der gewünschten Form entsprechen. Also haben wir einen „Schnorchel“ aus Kunststoff entwickelt, der zwischen den Kotflügeln und den Türen sitzt. Er ist funktionell, denn er bietet einen idealen Schutz gegen hochgeschleuderte Kieselsteine und Schlamm. Es ist ein einzigartiges Design, das dem Duster sein robustes Aussehen verleiht.“

Die zweite Duster Generation zeichnet eine weitere Besonderheit aus: Er ist das einzige Modell von Dacia, das über drei statt zwei Lüftungsdüsen in der Mitte der Instrumententafel verfügt. Ästhetik und Komfort der Passagiere sind Grund für das aufwendigere Design.

40-MAL AUSGEZEICHNET

Designer, Ingenieure und Fertigungsteams gelang mit dem Duster auch deshalb ein Bestseller, da das Werk im rumänischen Pitesti für die SUV-Fertigung grundlegend modernisiert wurde. On-Board-Plattformen, massgeschneiderte Montagebereiche oder ergonomisch angelegte Förderbänder erleichtern die Produktion. In Rumänien ist der Duster aus dem Strassenverkehr nicht mehr wegzudenken: Ob Polizei, Militär oder Rettungsdienst, alle möglichen Behörden und grossen Unternehmen setzen auf das kompakte SUV-Modell.

Weiterer Beleg für den Erfolg: Seit seiner Markteinführung gewann der Duster mehr als 40 Wettbewerbe und trägt beispielsweise die Auszeichnungen „Rumänisches Auto des Jahres“, „Bester SUV“ in Grossbritannien oder „Bestes Familienauto“ in Deutschland und Belgien. Auch die wiederholte Kür zum „Wertmeister“ und zum „Restwertriesen“ zeigt, dass Dacia mit dem Konzept des erschwinglichen Kompakt-SUV genau richtig liegt.

MEDIENKONTAKTE

Karin Kirchner

Direktorin Kommunikation

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

Maryse Luchtenborg

Kommunikationsattachée

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

ÜBER DACIA:

Seit 1969 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.