



Handwerk und Hightech: Nissan Juke in attraktiver zweifarbiger Optik

- Hochwertige Lackierung entsteht in aufwändigem Verfahren
- Zweifarboptionen bei Kunden besonders beliebt
- Grundlage für das einzigartige Design des Coupé-Crossovers

21. September 2020. Von hochmodernen Technologien bis hin zu handbemalten Türen und lebendigen Farbkombinationen: Handwerkliche Kunstfertigkeit macht jeden Nissan Juke zum Unikat. Die zahlreichen Personalisierungsmöglichkeiten, allen voran die Zweifarblackierung, verleihen dem kleinen Coupé-Crossover eine unverwechselbare, individuelle Note.

Hinter der umfassenden Farbpalette stecken ein aufwändiger Prozess und ein erfahrenes Team. Für die Farbauswahl zeichnet das in London beheimatete Farbdesignstudio von Nissan Design Europe (NDE) unter der Leitung von Lesley Busby verantwortlich, das auch die zweifarbigen Kombinationen entwickelte. Clare Errington, Paint Shop Managerin im Nissan Werk Sunderland, kümmert sich anschließend darum, dass die Farben genau reproduziert und präzise auf den Juke aufgetragen werden. Beide Teams bereiteten sich über ein Jahr lang vor, bevor das erste Kundenauto lackiert und in einem strengen Testverfahren auf Farbgenauigkeit überprüft wurde.

Hochtechnologische Kunstform

Der Schlüssel zum Erfolg ist die mikroskopische Präzision. Nissan macht den Fahrzeuglackierprozess zu einer Kunstform. Es gibt klare Vorgaben dafür, wie die Farbe auf dem Auto wirken und wie viel Farbe aufgetragen werden soll und welche Qualität der Lack haben muss.

Um jedes Mal eine makellose Oberfläche zu garantieren, ist eine gründliche Reinigung erforderlich. Selbst die kleinsten Staubflecken werden sorgfältig entfernt, damit die Farbe auf einem perfekten Untergrund aufgetragen werden kann. Um eine Verunreinigung der Umgebung zu vermeiden, tragen die Mitarbeiter in der Lackiererei auch fusselfreie Kleidung. Eine spezielle Beleuchtung sorgt dafür, dass Inspektoren alle Unvollkommenheiten erkennen und entfernen können.

„Wir müssen uns anpassen, um den sich ändernden Kundenanforderungen gerecht zu werden. Unsere Kunden zeigen uns, wohin wir gehen müssen, wie gut wir sein müssen und wie wir diese



Erwartungen erfüllen können“, erklärt Clare Errington. „An der Fertigungslinie arbeiten Roboter und Menschen harmonisch zusammen, um die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen. Das Endergebnis ist eine perfekte Kombination aus technologischer Präzision und handwerklichem Können. So produzieren wir einen unverwechselbaren Juke, der den Geschmack der Kunden trifft.“

Bei jeder Zweifarboption geht Nissan akribisch vor, was sich schon in den vielschichtigen Karosseriearbeiten für den Juke zeigt. Von der Grundierung im Tauchbadverfahren über die sorgfältige Versiegelung bis hin zum Auftragen des Unterbodenlacks wird jeder Schritt optimiert, um die perfekte Mischung aus Haltbarkeit und Schönheit zu erzielen. In den vier modernen Lackieranlagen des Nissan Werks Sunderland, die für 111 Millionen Euro speziell für die Produktion des Nissan Juke installiert wurden, tragen geschulte Mitarbeiter gleich mehrere Lackschichten auf. Das Hightech-Verfahren sorgt für eine glänzende, auffällige Präsenz.

„Wir kümmern uns mit Leib und Seele um die Einführung neuer Nissan Modelle und fühlen uns dem Auto gegenüber verantwortlich und loyal“, ergänzt Errington. „Wir sind sehr stolz auf unsere Arbeit, insbesondere bei einem Fahrzeug wie dem Juke, bei dem es darauf ankommt, seine Persönlichkeit durch dynamische Farben einzufangen, die den Kern seiner Anziehungskraft ausmachen.“

Personalisierung nach Kundenwünschen

Zweifarblackierungen sind bei Autokäufern besonders beliebt. Mit dem wachsenden Bedürfnis nach Personalisierung bringen sie über das Fahrzeug ihren eigenen Stil zum Ausdruck. 30 Prozent und damit fast jeder dritte Juke Fahrer entscheidet sich für eine Farbkombination. Das schwarze Dach zur perlweißen Karosserie erfreut sich dabei der größten Nachfrage.

„Für die zweite Generation des Juke wollten wir zu einem erwachseneren Erscheinungsbild finden“, erklärt Farbmanagerin Lesley Busby. „Wir sind zuversichtlich, dass der Juke nicht nur seinen eigenen besonderen Stil verkörpert, sondern dies damit auch dem Besitzer erlaubt.“

Um den Kundenwünschen gerecht zu werden, entwickelte Nissan in monatelanger Design-, Planungs- und Konstruktionsarbeit eine ebenso unverwechselbare wie umfangreiche Farbpalette. Der japanische Automobilhersteller bietet jetzt elf Karosseriefarben in Kombination mit drei Dachfarben an, sodass insgesamt 15 zweifarbige Farbkombinationen zur Verfügung stehen. Sie alle wurden exklusiv für das Coupé-Crossover entwickelt, darunter auch Fuji Sunset Red.



Mit dem Juke Online-Konfigurator, der eine 360-Grad-Vorschau der Außenfarben umfasst, können Kunden ganz einfach ihre Lieblingskombination auswählen. „Die Farbe und das Finish sind ein wichtiger Teil der Persönlichkeit eines Autos. Die elf Karosseriefarben und 15 Zweifarbkombinationen des Juke garantieren, dass sich jeder Kunde angesprochen fühlt“, so Errington.

Und Busby ergänzt: „Der Nissan Juke steht weiterhin für unverwechselbares Design und nimmt durch sein spielerisches Auftreten als kleines Auto mit einem großen Charakter die Rolle des rebellischen Kindes innerhalb der Nissan Familie ein. Die Verbindung von Handwerkskunst und Spitzentechnologie bedeutet, dass sich diese unverwechselbare Persönlichkeit durch das gesamte Fahrzeug zieht.“

Der Nissan Juke Online-Konfigurator findet sich unter
<https://www.nissan.de/fahrzeuge/neuwagen/juke/konfigurator.html>

[TEXTENDE]

* je nach Markt

Anmerkungen für die Redaktion

Einige Materialien für diese Kampagne wurden noch vor dem Ausbruch der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Social-Distancing-Maßnahmen erstellt.

Clare Errington, Paint Shop Managerin, Nissan Werk Sunderland

Clare Errington arbeitet seit über zwei Jahrzehnten bei Nissan und gehörte schon zum Kernteam der ersten Generation des Nissan Juke. Ihre Karriere begann sie zunächst in der Karosseriefertigung, bevor sie in die Lackiererei wechselte.

Errington spielt eine wichtige Rolle in der täglichen Juke Produktion: Sie leitet ein Team von Menschen und Robotern, die gemeinsam an der Fertigungslinie im Nissan Werk Sunderland arbeiten. Errington sorgt dafür, dass jeder einzelne Juke die Produktionsstätte fehlerfrei verlässt. Damit trägt sie entscheidend dazu bei, dass die Produktionsziele erreicht und die Kundenanforderungen übertroffen werden.

Lesley Busby, Farbmanagerin, Nissan Design Europe (NDE)

Lesley Busby ist ein zentrales Mitglied von Nissan Design Europe. Sie gehört dem Team an, seit es vor 15 Jahren in London gegründet wurde. Ihre Arbeit der letzten zehn Jahre beinhaltet den



ersten Nissan Juke genauso wie die neueste Modellgeneration, die im September 2019 auf den Markt kam.

Beim Entwurf des neuen Nissan Juke und bei anderen Projekten, an denen sie beteiligt ist, übernimmt Busby verschiedene Aufgaben - von der Farbentwicklung und Textilauswahl bis hin zur Farbbenennung und Ausstattung. Gemeinsam mit ihrem Designteam arbeitete sie an der Eingrenzung einer endlosen Palette von Farben, Stoffen und Texturen, um die 21 Personalisierungskonfigurationen zu entwickeln und so die Auswahl für Juke Fahrer zu vereinfachen.

In ihren insgesamt 26 Jahren bei Nissan hat Busby eine maßgebliche Rolle für die Renaissance des Unternehmens in Europa gespielt. In enger Zusammenarbeit mit dem Nissan Designchef Matthew Weaver ebnet sie den Weg für markantes Design.

Über Nissan in Europa

Nissan gehört zu den Automobilproduzenten aus Übersee mit der stärksten Präsenz auf dem europäischen Markt. Aktuell beschäftigt das Unternehmen mehr als 16.000 Mitarbeiter in Forschung & Entwicklung, Fertigung, Logistik, den Designzentren sowie im Verkauf & Marketing europaweit. Im vergangenen Jahr produzierten die Nissan Werke in Großbritannien, Spanien und Russland über 465.000 Fahrzeuge, darunter preisgekrönte Crossover, Nutzfahrzeuge und Elektromodelle wie den Nissan LEAF. Die Nissan Intelligent Mobility Vision verfolgt das Ziel, sowohl die Emissionen als auch die Zahl der Unfallopfer im Straßenverkehr auf null zu reduzieren. Dieser 360-Grad-Ansatz zur Zukunft der Mobilität leitet das Unternehmen in der Produkt- und Technikentwicklung sowie bei wichtigen Entscheidungen. Dabei liegt der Fokus auf Antworten rund um die Fragen, wie Autos in Zukunft angetrieben werden, wie sie gefahren werden und welche Rolle sie innerhalb der Gesellschaft spielen.

Weitere Informationen auf www.newsroom.nissan-europe.com.

Kontakt:

Alexander Sellei
Produktkommunikation
Telefon: +49 2232 572430
alexander.sellei@nissan.de



Ulrike vom Hau
Produktkommunikation
Telefon: +49 2232 572481
ulrike.vomhau@nissan.de

Hajar Kayali
Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 2232 572429
hajar.kayali@nissan.de