



Innovation
that excites

Neuer Nissan Transformationsplan legt Fokus auf nachhaltiges Wachstum und Rentabilität

- **Vierjahresplan zielt auf Kostenrationalisierung und Geschäftsoptimierung**
- **Strategie weg vom bisherigen Fokus einer übermäßigen Expansion**
- **Ziel bis 2023: operative Gewinnmarge von 5% und 6% Weltmarktanteil**

28. Mai 2020. Die Nissan Motor Co., Ltd. hat heute einen neuen Vierjahresplan vorgestellt, der das japanische Unternehmen bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 zu nachhaltigem Wachstum, finanzielle Stabilität und Rentabilität führen soll. Dieser skalierbarer Plan zielt auf Kostenrationalisierung und Geschäftsoptimierung ab und verlagert die Strategie des Unternehmens weg von seinem bisherigen Fokus auf übermäßige Expansion.

Teil des neuen Nissan Vier-Jahres-Plans sind entschiedene Maßnahmen, das Geschäft durch die Rationalisierung unprofitabler Operationen und überzähliger Standorte sowie durch Strukturreformen umzugestalten. Das Unternehmen wird zudem Fixkosten senken, indem es seine Produktionskapazität, das globale Produktangebot und die Ausgaben strafft. Durch ein diszipliniertes Management wird Nissan Prioritäten setzen und in Geschäftsbereiche investieren, von denen eine solide Erholung und nachhaltiges Wachstum erwartet wird.

Durch die Umsetzung des Plans will Nissan bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 eine Gewinnmarge von 5 Prozent und einen nachhaltigen globalen Marktanteil von 6 Prozent erreichen. Das schließt die anteiligen Beiträge seines 50-prozentigen Joint-Ventures in China mit ein.

Nissan CEO Makoto Uchida sagt: „Unser Transformationsplan zielt auf ein stetiges Wachstum statt einer übermäßigen Umsatzausweitung ab. Wir werden uns auf unsere Kernkompetenzen und die Qualität unseres Geschäfts konzentrieren, dabei



Innovation
that excites

die finanzielle Disziplin beibehalten und uns auf den Nettoumsatz pro Einheit fokussieren, um Rentabilität zu erreichen. Dies fällt zusammen mit der Wiederherstellung einer durch "Nissan-ness" definierten Kultur für eine neue Ära."

Der Vierjahresplan fußt auf zwei strategischen Bereichen, die auf den Nissan Kernkompetenzen aufbauen: Innovation, meisterliches Handwerk, Kundenorientierung und Qualität sowie auf einen kontinuierlichen kulturellen Wandel:

1) Rationalisierung: robuste Maßnahmen zur Restrukturierung, Kostensenkung und Effizienzsteigerung

Übersicht der Schlüsselaktionen:

- Abbau der Überkapazitäten von Nissan um 20 Prozent auf 5,4 Millionen Einheiten pro Jahr unter der Annahme eines Standardschichtbetriebs
- Ziel einer Werksauslastung von mehr als 80 Prozent je Standort, zur Steigerung der Rentabilität
- Straffung des globalen Produkt-Line-Ups um 20 Prozent (von 69 auf weniger als 55 Modelle)
- Fixkosten-Senkung um etwa 300 Milliarden Yen (ca. 2,5 Mrd. Euro)
- Absicht, das Werk Barcelona zu schließen
- Konsolidierung der nordamerikanischen Produktion um Kernmodelle
- Werksschließung in Indonesien und Konzentration der Aktivitäten im Werk Thailand als einzige Produktionsbasis in den ASEAN-Staaten
- Ressourcen-Teilung zwischen den Allianz-Partnern, einschließlich Produktion, Modelle und Technologien

2) Priorisierung von Kernmärkten und Kernprodukten

Übersicht der Schlüsselaktionen:

- Fokus der Nissan Kernaktivitäten auf die Märkte Japan, China und Nordamerika
- Verbesserte Nutzung der Allianz-Assets, um die Nissan Operationen in Südamerika, den ASEAN-Staaten und in Europa auf angemessenem Niveau zu sichern



Innovation
that excites

- Kompletter Rückzug aus Südkorea, Einstellung der Verkaufsaktivitäten der Marke Datsun in Russland und Straffung der Geschäfte in einigen ASEAN-Märkten
- Fokus auf Kernsegmente weltweit, darunter Modelle im C- und D-Segment, Elektrofahrzeuge und Sportwagen
- Einführung von 12 neuen Modellen in den nächsten 18 Monaten
- Ausweitung der EV-Aktivitäten einschl. Fahrzeuge mit elektrifiziertem Antrieb (darunter e-POWER) mit einem erwarteten jährlichen Verkaufsvolumen von mehr als einer Million Einheiten bis Ende des Geschäftsjahres 2023
- In Japan werden zwei weitere Elektrofahrzeuge und vier weitere e-POWER-Modelle auf den Markt gebracht, wodurch der Elektrifizierungsgrad auf 60 Prozent der Verkäufe steigt
- Einführung des fortschrittlichen Fahrerassistenzsystems ProPILOT in mehr als 20 Modellen in 20 Märkten mit dem Ziel, bis Ende des Geschäftsjahres 2023 mehr als 1,5 Millionen Einheiten pro Jahr mit diesem System auszurüsten

„Nissan muss den Kunden auf der ganzen Welt einen Mehrwert bieten“, so Uchida abschließend. „Das erreichen wir nur, wenn wir einen Durchbruch erzielen bei den Produkten, Technologien und in den Märkten, auf denen wir wettbewerbsfähig sind. Das ist die DNA von Nissan. In dieser Ära bleibt das Unternehmen weiterhin auf den Menschen ausgerichtet, um Technologie für alle zu ermöglichen und Herausforderungen weiterhin so anzugehen, wie es nur Nissan kann“.

Einen Vorgeschmack auf das weltweite Nissan Produktportfolio der Zukunft liefert das folgende Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=aiqOLRji7nU&feature=youtu.be>.

[TEXTENDE]

Kontakt:

Hajar Kayali

Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 173 8979 286

Hajar.kayali@nissan.de