



Fußball trifft auf intelligente Mobilität: Nissan auf Tour mit dem Champions League Pokal

- **Tour am 29. September in Dortmund, Lars Ricken als Gast vor Ort**
- **„Nissan Football Lab“: Fotostudio, Fußballmuseum, Technologieschmiede**
- **Nissan offizieller Automobilpartner der europäischen Fußball-Königsklasse**

25. September 2018. Nissan geht auf Europa-Tour. Und der Sponsor der UEFA Champions League hat das heißbegehrte Herzstück der Fußball-Königsklasse im Gepäck: den Pokal! Zum Auftakt der „UEFA Champions League Trophy Tour“ können sich Fans des runden Leders am 29. September 2018 in Dortmund auf einem Foto mit dem „Henkelpott“ verewigen lassen. Außerdem machte der Pokal Stopp bei Händlern, die in der Heimat der weiteren teilnehmenden deutschen Teams - FC Bayern München, TSG 1899 Hoffenheim und Schalke 04 - ansässig sind.

Aus dem Truck, der den Pokal durch Europa fährt, wird in Dortmund (Dortmunder U, Leoni Reygers Terrasse) das „Nissan Football Lab“, das auf zwei Etagen Fußball und intelligente Mobilität vereint. Erinnerungs- und Kleidungsstücke berühmter Spieler sowie Informationen zur UEFA Champions League treffen auf neueste Nissan Intelligent Mobility Technologien. Mittendrin der Pokal – frei schwebend über einem magnetischen Sockel. Geöffnet ist das „Nissan Football Lab“ am Samstag von 10 bis 18 Uhr. Als besonderer Gast wird Lars Ricken, ehemaliger Profi beim BVB Dortmund, vor Ort sein.

Im „Nissan Football Lab“ wird unter anderem die ProPILOT Technologie gezeigt, mit der Autos über das sogenannte „Brain-to-Vehicle-System“ vom Fahrer lernen. Nissan zeigt in Dortmund auch den vollautonomen Roboter Pitch-R, der mithilfe von ProPILOT selbstständig Fußballfelder zeichnet.

Passend zum Start der UEFA Champions League hat Nissan jetzt die Fairp(l)ay Offensive ins Leben gerufen. Wer sich in den Aktionswochen vom 15. bis 29. September für einen Neuwagen entscheidet, profitiert von einem gratis Satz Winterkomplettreder und dem Rundum-Sorglos-Paket „Nissan Intelligent Flat“. Es umfasst attraktive Finanzierungsangebote, eine zweijährige Anschlussgarantie, eine europaweite Fünf-Jahres-Mobilitätsgarantie, kostenlose Wartungen gemäß Serviceheft und den Versicherungsschutz Securplus, der vor höheren Prämien bei selbstverschuldeten Unfällen schützt.

Nissan ist seit mittlerweile vier Spielzeiten offizieller Sponsor der UEFA Champions League. Die Partnerschaft wurde kürzlich bis zur Saison 2020/21 verlängert. Die UEFA Champions League Trophy Tour führt weiter durch Europa, von London über Lyon und Paris nach Turin und Barcelona. Abschluss ist die spanische Hauptstadt Madrid, wo 2019 auch das Finale der Königsklasse ausgetragen wird.

[TEXTENDE]

Nissan Leaf: Stromverbrauch (kWh/100 km): kombiniert von 15,2 bis 14,6; CO₂-Emissionen: kombiniert 0 g/km; Effizienzklasse: A+.

Die angegebenen Werte wurden nach den vorgeschriebenen ECE R101-Testzyklus in der gegenwärtig geltenden Fassung und ohne Zusatzausstattung und Verschleißteile ermittelt. Null CO₂-Emissionen bei Gebrauch (bei Verwendung von Energie aus regenerativen Quellen). Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen den verschiedenen Fahrzeugtypen. Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen können dem "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der bei der Deutsche Automobil Treuhand (DAT) unentgeltlich erhältlich ist. Der Kraftstoffverbrauch/Stromverbrauch und die CO₂-Emissionen eines Elektrofahrzeugs hängen von der effizienten Verwendung des Kraftstoffs/Energieinhalts der Batterie durch das Elektrofahrzeug ab und werden vom Fahrverhalten und anderen nichttechnischen Faktoren (z.B. Umgebungsbedingungen) beeinflusst.

Über die Nissan Motor Co.

Die Nissan Motor Co., Ltd., ist ein japanischer Automobilhersteller, der insgesamt mehr als 60 Modelle unter den Marken Nissan, Infiniti und Datsun offeriert. Mit 247.500 Mitarbeitern weltweit verkaufte Nissan im Geschäftsjahr 2016 rund 5,63 Millionen Fahrzeuge und erzielte einen Nettoumsatz von 11,72 Billionen Yen (98,74 Milliarden Euro). Im Geschäftsjahr 2017 hat das Unternehmen seinen Sechs-Jahres-Plan „Nissan M.O.V.E. to 2022“ vorgestellt, dessen Ziel eine Umsatzsteigerung von 30 Prozent auf jährlich 16,5 Billionen Yen und ein kumulierter Free-Cash-Flow von 2,5 Billionen Yen bis 2022 ist. Als Teil des Zukunftsplans will das Unternehmen seine Führungsrolle bei elektrifizierten Fahrzeugen weiter ausbauen, die mit dem Nissan Leaf bereits das meistverkaufte Elektroauto der Welt umfasst. Vom Hauptsitz Yokohama aus steuert die Nissan Motor Co., Ltd., Aktivitäten in den Regionen Asien & Ozeanien, Afrika, Mittlerer Osten & Indien, China, Europa, Lateinamerika und Nordamerika. Zusammen mit dem französischen Automobilhersteller Renault hat Nissan im März 1999 die Renault-Nissan Allianz gegründet. 2016 hat Nissan 34 Prozent der Anteile an Mitsubishi Motors erworben; der japanische Hersteller ist seitdem das dritte Mitglied der Allianz, die mit einem jährlichen Fahrzeugabsatz von mehr als 10,6 Millionen Einheiten die größte Automobilgruppe weltweit ist.

Über Nissan in Europa

Nissan gehört zu den Automobilproduzenten aus Übersee mit der stärksten Präsenz auf dem europäischen Markt. Aktuell beschäftigt das Unternehmen in seinen lokal angesiedelten Bereichen Forschung & Entwicklung, Fertigung, Logistik, den Designzentren sowie im Verkauf & Marketing europaweit mehr als 17.000 Mitarbeiter. Im vergangenen Jahr produzierten die Nissan Werke in Großbritannien, Spanien und Russland über 640.000 Fahrzeuge, darunter preisgekrönte Crossover, Nutzfahrzeuge und Elektromodelle wie den Nissan Leaf, das meistverkaufte Elektroauto der Welt. 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. Nissan arbeitet daran, die begehrtesten asiatische Automobilmarke in Europa zu werden.

For further details please contact.

Sellei Alexander
Tel(02232) 572430
alexander.sellei@nissan.de

vom Hau Ulrike
Tel(02232) 572481
Ulrike.VomHau@nissan.de

<https://newsroom.nissan-europe.com/de>