



Innovation  
that excites

## **Nissan City Hub: Digitale und reale Welt verschmelzen zu nahtlosem Kundenerlebnis**

- **An zentralem Ort in die Mobilität der Zukunft eintauchen**
- **Autos ohne Druck und Verpflichtungen konfigurieren und kaufen**
- **Neue Handelsstrategie folgt verändertem Konsumverhalten**

29. März 2019. Nissan beschreitet neue Wege: Vor den Toren der französischen Hauptstadt Paris hat der japanische Automobilhersteller jetzt das erste Nissan City Hub eröffnet, das auf fortschrittliche Art E-Commerce mit einem Concept Store verbindet. Im Herzen des bekannten Einkaufszentrums „Velizy 2“ tauchen Kunden auf 131 Quadratmetern in die Nissan Vision von der Mobilität der Zukunft ein.

Mit dem Nissan City Hub kommt die Marke zu den Kunden: An einem Ort, wo sie ohnehin für Shoppingtour und Einkaufsbummel unterwegs sind, findet sich nun ein auffälliger, moderner Showroom, der sich schon optisch von normalen Autohäusern unterscheidet. Das Herzstück bildet das digitale Umfeld mit 88 Quadratmeter Bildschirmoberfläche und zahlreichen Displays, die die hohen Ambitionen und die für Herbst 2019 vorgesehene Expansion unterstreichen. Fünf Fahrzeuge unterschiedlicher Baureihen stehen an einem speziellen Übergabeort für Probefahrten zur Verfügung.

„Die Nissan City Hubs stellen Menschen in den Mittelpunkt unserer Vision vom Handel von morgen – und das während sie ihren normalen Einkauf erledigen“, erklärt Leon Dorssers, Corporate Vice President der Nissan Motor Company, verantwortlich für den globalen Vertrieb und Handel. „Die heutige Vorstellung markiert einen neuen Schritt in unserer globalen Geschäftsstrategie, bei der wir E-Commerce und neue Mobilitätstechnologien nutzen, um das Kundenerlebnis sowohl online als auch offline zu verbessern.“



Innovation  
that excites

Ken Ramirez, Senior Vice President Sales & Marketing, Nissan Europe, ergänzt: „Wir sind stolz auf die Eröffnung des ersten Nissan City Hub in Paris, mit dem wir die sich ändernden Erwartungen der Kunden erfüllen. Dank neuer Technologien und Tools bietet der Nissan City Hub ein einmaliges Kundenerlebnis, das nahtlos die Online- mit der Offline-Welt verbindet.“

### **Nissan Intelligent Mobility erleben**

Besucher können ihr Wunschauto vor Ort ohne Druck und Verpflichtungen ganz einfach und intuitiv zusammenstellen – und mit wenigen Klicks auch direkt online bestellen. Ob vollelektrischer LEAF oder Crossover-Bestseller Qashqai, nie war der Kauf eines neuen Nissan unkomplizierter. Kunden können ihr Auto dabei direkt nach Vélizy, zu einem anderen Standort der betreibenden Altair-Gruppe oder sogar nach Hause liefern lassen. Zusätzlich zum Kauf werden bald langfristige Leasing- und Mietkaufoptionen zur Verfügung stehen.

Bei Rückfragen helfen die Nissan Intelligent Mobility Repräsentanten weiter: Personen, deren bisherige Erfahrung im Einzelhandel sich auf Kunst, Musik und neue Technologien konzentriert, unterstützen das neue Kundenerlebnis.

Der Fokus in den Stores liegt auf der Unternehmensvision Nissan Intelligent Mobility mit dem Nissan LEAF als meistverkauftem Elektroauto Europas sowie intelligenten Technologien wie dem ProPilot System zum teilautonomen Fahren. Nach der Expansion im Herbst können Besucher zudem die innovative Energiespeicher-Lösung xStorage, die Batterien von Elektroautos nutzt, und Frankreichs erstes elektrisches Kraftstoffnetz entdecken.

### **Automobilhandel neu definiert**

Die Nissan City Hubs sind Teil der künftigen Handelsstrategie, mit der die japanische Marke auf das veränderte Kaufverhalten reagiert. Wie eine Studie von Bains & Company aus 2017 zeigt, beginnt mittlerweile jeder zweite Autokauf online. 60 Prozent der Kunden haben sich zudem bereits für Marke, Modell und Preis entschieden, bevor sie ein Autohaus betreten.



Innovation  
that excites

Hier setzt die sogenannte Future Retail Distribution Strategy von Nissan an: Sie verbindet die Expertise und die Präsenz lokaler Vertragspartner mit den neuen Möglichkeiten digitaler Technik, um ein branchenweit einzigartiges Kundenerlebnis zu bieten. Mit einem verbesserten Online- und Offline-Ökosystem auf der Grundlage neuer Formate und Technologien sollen die Erwartungen übertroffen werden. Kunden behalten zudem die volle Kontrolle beim Kaufprozess und werden nur bei Bedarf von Produktexperten und Partnerhändlern unterstützt.

Ein Schritt, den die Gruppe Altaïr als Nissan Partner und Betreiber des ersten Nissan City Hubs begrüßt: „Dies ist eine natürliche Weiterentwicklung der Branche: die Nutzung neuer Möglichkeiten und Technologien, um Kunden besser zu bedienen, während gleichzeitig ein anderer Ansatz im Vergleich zu unserem herkömmlichen Händlermodell verfolgt wird. Das ersetzt nicht, was wir tun, sondern bietet den Kunden ein anderes Erlebnis.“

Das erste Nissan City Hub vor den Toren von Paris ist dabei nur der Anfang, der den Weg für den Ausbau der einzigartigen Handelsstrategie ebnet. Hubs entstehen künftig weltweit in Metropolen wie Berlin, Tokio oder Schanghai.

[TEXTENDE]

### **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 660.000 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



Innovation  
that excites

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.

Weitere Informationen auf [www.newsroom.nissan-europe.com](http://www.newsroom.nissan-europe.com).

Kontakt:

Oliver Franz

Director Communications Nissan Center Europe

Telefon: +49 2232 57351

[oliver.franz@nissan.de](mailto:oliver.franz@nissan.de)