



## Nissan auf der IAA 2015: Ein neues Zeitalter des Crossover-Designs beginnt

- **Neue Formensprache: Nissan Gripz Concept**
- **Optimierter Pionier: Nissan Leaf mit mehr Reichweite**
- **Pick-up mit Crossover-Genen: Neuer Nissan NP300 Navara**

Nissan stellt auf der 66. Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt einmal mehr Pioniergeist und Innovationskraft unter Beweis. Auf dem Messestand des japanischen Herstellers ist die einzigartige Fähigkeit der Marke zu spüren, Konventionen in Frage zu stellen und Begeisterung auf allen Ebenen auszulösen. Mit mutigen Ideen und wegweisenden Entwicklungen auf dem Gebiet der Elektromobilität bestätigt Nissan seinen Status als eine der am weitesten vorausdenkenden Marken der gesamten Branche.

Voller innovativer Ideen steckt der Nissan Gripz Concept, der eine markante neue Designsprache einführt und im Mittelpunkt des Messeauftritts von Nissan in Frankfurt (Halle 8, A06) steht. Der in den Design-Studios in Europa und Japan entstandene Gripz Concept zieleht die Aufmerksamkeit auf die Zukunft des Crossover-Designs. Er verbindet die Praxistauglichkeit eines kompakten Crossover-Modells mit der Performance und dem Fahrspaß eines klassischen Sportwagens. Es ist diese einzigartige Mischung, die dem Gripz seine duale Persönlichkeit verleiht: eine perfekte Kombination aus Agilität und Fahrkultur für den Alltag und der Fähigkeit, sich abseits der Alltagsaufgaben auch mit Begeisterung auf anspruchsvolleres Terrain zu wagen.

Der Nissan Gripz Concept illustriert nicht nur den Design-Ansatz der Marke, der weder Grenzen noch Denkverbote kennt, er zeigt auch das technische Potenzial von Nissan auf. Der Gripz ist mit einem seriellen Hybridantrieb ausgerüstet und verfügt damit über den Prototyp eines Hybridantriebs, der auf den Technologien basiert, die Nissan für seine Elektrofahrzeuge entwickelt hat. Das Hybridsystem produziert eine Leistung von 80 kW und ein maximales Drehmoment von 254 Nm.

Seine Führungsrolle auf dem Gebiet der Elektromobilität baut Nissan ebenfalls weiter aus. In Frankfurt präsentiert das Unternehmen den Vorreiter Leaf mit einer neuen Batterie, die eine Reichweite von bis zu 250 Kilometern pro Ladung ermöglicht - ein Plus von 26 Prozent gegenüber dem aktuellen Modell. Mit einer Kapazität von 30 kWh bildet sie das Herzstück des Nissan Leaf 2016. Die zusätzliche Reichweite verschafft dem Pionier noch flexiblere Einsatzmöglichkeiten und festigt seine Position als praktischstes und erschwinglichstes Elektroauto der Welt. Verantwortlich für den Zuwachs an Reichweite sind Änderungen an den chemischen Eigenschaften der Batterie und neue Materialien für die Elektroden.

Typisch Nissan: Die neue 30-kWh-Batterie des Leaf erfordert keinerlei Kompromisse. Trotz der größeren Kapazität beansprucht sie im Vergleich zur 24-kWh-Batterie des aktuellen Leaf keinen zusätzlichen Raum.

Auf der IAA feiert außerdem der neue Nissan NP300 Navara seine Europapremiere. Die neue Modellgeneration setzt mit fortschrittlichen Technologien und markantem Design völlig neue Maßstäbe in der Klasse der Ein-Tonnen-Pick-ups. Dabei profitiert der Navara nicht nur von der mehr als 80-jährigen Erfahrung von Nissan beim Bau von Pick-ups, sondern auch von den Einflüssen der erfolgreichen Crossover. So bietet das neu gestaltete Interieur ein deutlich höheres Komfortniveau an Bord, und auch Fahrkomfort und Handling konnten durch die Einführung einer neu entwickelten, besonders leichten Multilenker-Hinterradaufhängung verbessert werden.

Für den Vortrieb sorgt der neue 2,3-Liter-dCi-Dieselmotor. Der Vierzylinder ist bis zu 24 Prozent sparsamer als das Vorgängertriebwerk und erstmals auch als Twin-Turboversion verfügbar. Eine Brücke zu den Nissan Crossover-Modellen schlägt der NP300 Navara außerdem mit modernen Technologien wie dem Around View Monitor und dem Notbremsassistenten.

Rundum sorglos und sicher: Dafür stehen nicht nur die Sicherheitssysteme des NP300 Navara, sondern auch die neue Herstellergarantie von fünf Jahren bzw. 160.000 Kilometern, die Nissan im Zuge der Pick-up-Premiere für alle leichten Nutzfahrzeuge einführt. Das Unternehmen bietet damit erheblichen Mehrwert für die Kunden und bringt zugleich sein Vertrauen in die Produktqualität zum Ausdruck. Die neue Garantie erstreckt sich sogar auf das gesamte Nissan Original Zubehör.

Das preisgekrönte Nissan Crossover-Programm treibt die Marke weiter von Rekord zu Rekord. Pünktlich zur Messe in Frankfurt hat Nissan beispielsweise bekanntgegeben, dass im britischen Werk Sunderland soeben der 500.000ste Qashqai der zweiten Modellgeneration vom Band gelaufen ist - nur 21 Monate nach dem Produktionsstart. Auch der Juke hat allen Grund zum Feiern, schließlich ist er nun seit fünf Jahren der beliebteste kompakte Crossover Europas. Neuigkeiten gibt es auch beim X-Trail, dessen Antriebspalette um einen 1.6 DIG-T Turbobenziner mit 120 kW/163 PS erweitert wird.

Die kontinuierliche Weiterentwicklung seiner Sportwagen zeigt Nissan an GT-R und 370Z. Dabei feiert der GT-R Track Edition Modelljahr 2016 - das Track-Tool für Rennstrecken-Enthusiasten schlechthin - seine Messe-Premiere. Die von NISMO-Ingenieuren weiterentwickelte Modellvariante verfügt über einige der geschätzten NISMOQualitäten wie eine steifere Karosserie, eine im Hinblick auf noch besseres Handling verfeinerte Fahrwerksabstimmung sowie breitere Vorderradfelgen von RAYS für nochmals gesteigerte Haftung an der Vorderachse. Diese Änderungen, verpackt in der Karosserie eines Standard-GT-R, sorgen für das ultimative Rennstreckenerlebnis. Der 370Z des Jahrgangs 2016 zeigt sich in einer neuen Farbvariante (Deep Blue Pearl), die beim GT-R ebenfalls zur Verfügung steht.

Es sind vor allem die erfolgreichen Crossover, die einen starken Beitrag zum anhaltenden Wachstumskurs von Nissan in Europa leisten. Rekordabsatz und kräftige Nachfrage kennzeichnen aber nicht nur den Crossover-Markt; auch seine führende Position auf dem Gebiet der Elektromobilität hat Nissan weiter ausgebaut.

Seit Jahresbeginn 2014 hat Nissan neun neue Modelle eingeführt. Diese Produktoffensive und die klare Konzentration auf neue Segmente und wachstumsintensive Märkte lassen die europäischen Absatzzahlen weiter in die Höhe schnellen. In den ersten acht Monaten 2015 setzte die Marke 501.150 Einheiten ab, ein Zuwachs von neun Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Alle Aktivitäten von Nissan drehen sich um Innovation und Begeisterung - das gilt auch für die Kommunikation rund um die Produkte und Aktivitäten. In Frankfurt hebt die Marke diesen Ansatz auf ein neues Niveau: Ein spezielles Social Media Team berichtet die gesamte Messe über vom Nissan Stand. Updates werden auf Twitter über die Kanäle @nissaneurope und @nissanDE angekündigt, dazu gibt es Periscope-Streams mit direktem Zugang zu den Fahrzeugen und zu den Menschen bei Nissan, die für sie verantwortlich sind. Die Berichterstattung beginnt am 15. September mit einer Vorschau auf Periscope; die Zeiten für die Live-Übertragungen werden in Englisch und Deutsch auf Twitter bekanntgegeben.