

---

## Dacia geht auf die Trails

Von Walther Wuttke

Dacia orientiert sich bei seinen Sponsoring-Aktivitäten neu, und konzentriert sich in Zukunft auf die europäischen Veranstaltungen der UTMB-Serie. Ultra Trail Mont Blanc steht für extrem anspruchsvolle Rennen durch die Natur, die im konkreten Fall rund um Europas höchsten Berg bis zu 170 Kilometer lang sein können. Der Sieger der aktuellen Veranstaltung mit Start und Ziel im französischen Chamonix der Amerikaner Jim Walmsley war nach knapp 20 Stunden im Ziel. Bei den Frauen erreichte die deutsche Läuferin Katharina Hartmuth den zweiten Platz.

Vor 20 Jahren wurde das erste UTMB-Rennen veranstaltet und inzwischen stehen weltweit Rennen für Ausdauersportler auf dem Programm. „Wir haben uns bisher bei unserem Sportsponsoring lokal aufgestellt. Jetzt haben wir einen neuen Ansatz gewählt und eine europäische Partnerschaft mit UTMB gewählt. Die Rennen werden in ganz Europa veranstaltet, so dass wir uns europaweit präsentieren können“, erklärt Dacia-Marketing- und Vertriebschef Xavier Martinet die neue Strategie. In Europa umfasst die UTMB-Serie 18 Rennen. Allerdings fehlt dabei eine deutsche Veranstaltung. „Wir bitten UTMB, auch ein Rennen dort zu veranstalten, denn Deutschland ist der größte Markt in Europa.“

Die Ausrichtung wird begleitet vom Aufstieg der Marke in das höhere C-Segment. „Dieses Segment ist das größte und auch das profitabelste in Europa, und hier spielt das Markenimage eine bedeutende Rolle“, definiert Martinet den Wechsel. „Dacia“, so der Vertriebschef, „verändert sich aktuell. Wir haben neue Farben, neue Ausstattungen und einen vollständig neuen Auftritt, ohne dass wir unsere Werte ändern. Deshalb haben wir unsere Marketingaktivitäten analysiert und dabei festgestellt, dass sie sehr uneinheitlich waren.“ So unterstützte die Marke unter anderem in Italien den Fußballclub Udinese Calcio, Rugby in Großbritannien und American Football in Österreich.

„Deshalb haben wir beschlossen, diese Aktivitäten zu beenden, ein neues Konzept zu entwickeln, das besser zu unserem Outdoor-Image passt.“ Bei der Suche nach einer passenden Veranstaltung geriet UTMB ins Visier der Dacia-Verantwortlichen. Die Rennen ziehen eine gewaltige Zahl von Zuschauern und Teilnehmern an. In Chamonix gingen bei den verschiedenen Rennen am letzten August-Wochenende rund 10.000 Läufer und Läuferinnen an den Start, und die Zuschauer bringen eine Atmosphäre wie bei einer Etappe der Tour de France an den Rand der Strecke. Genug Publikum also, um die Marke Dacia zu präsentieren. Der Vertrag mit der Trail-Organisation läuft über zwei Jahre, und „wenn alles gut läuft, werden wir die Verbindung verlängern.“ (cen/ww)

---

## Bilder zum Artikel



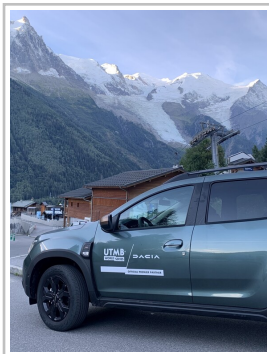
Dacia sponsert die europäischen Veranstaltungen der UTMB World Series.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Dacia



Dacia sponsert die europäischen Veranstaltungen der UTMB World Series.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Dacia



Dacia sponsert die europäischen Veranstaltungen der UTMB World Series.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Dacia



Dacia sponsert die europäischen Veranstaltungen der UTMB World Series.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Dacia

---