

## Nissan-Historie (6): Erster asiatischer Hersteller in Europa

**Nissan feiert 40 Jahre Marktpräsenz in Deutschland. Die Marke war 1957 der erste asiatische Hersteller gewesen, der den Sprung nach Europa wagte: Auf dem Pariser Autosalon debütierte Nissan mit dem Prince Skyline.**

Damals betrachteten Presse und Publikum den Prince weniger als Vorboten einer fernöstlichen Exportoffensive, sondern mehr als exotische Limousine mit majestätischem Namen. Dabei verkörperte bereits dieser erste Japaner für Europa fast alles, was kurz danach den Erfolg der Autos aus dem Land der aufgehenden Sonne ausmachte: Solide, robuste Technik und umfangreiche Ausstattung zu erschwinglichen Preisen. Allein das bisweilen barocke Design bremste manchmal die Begeisterung der Massen für Fahrzeuge aus Japan. Nicht so beim Prince Skyline, der an manchen Messtagen regelrecht von Salonbesuchern umlagert wurde. Allerdings fehlte es der 1966 vollständig von Nissan übernommenen Marke Prince vorläufig an einer internationalen Vertriebsorganisation. Die ganz große Erfolgsgeschichte des Skyline sollte deshalb erst später beginnen.

Nicht so beim Bluebird, dem ersten Bestseller für Nissan. Nachdem der Bluebird als Volksauto in Japan bis zu 70 Prozent Marktanteil erzielte, konnten die Stufenhecklimousinen und Kombis ab 1959 auch in Europa allmählich an Bedeutung gewinnen. Zunächst in Skandinavien und dann in Österreich, wo 1962 auch der Roadster Nissan Fairlady eingeführt wurde.

Nach ersten positiven Testberichten in der deutschsprachigen Presse plante der österreichische Importeur für das Folgejahr den Schritt nach Deutschland. Mit Preisen ab 5200 Mark für den Bluebird und 6500 Mark für den Roadster wären die beiden Nissan-Modelle konkurrenzlos kostengünstig gewesen, aber die Zeit war noch nicht reif für den Schritt auf den schon damals anspruchsvollsten europäischen Automobilmarkt. Vor allem konnte vorläufig kein adäquater Vertriebspartner gefunden werden. Damit teilte Nissan die Erfahrungen anderer internationaler Hersteller, die in jener Zeit in Deutschland starten wollten.

Es sollte deshalb noch fast zehn Jahre dauern, bis die ersten Nissan-Schiffe im eigenen

Hafen Hommuku Autos für Deutschland an Bord nahmen. Wie einst geplant, zählte der Bluebird, nun in neuer Generation, zur Startaufstellung für das 123. Land der Erde, in dem Nissan im Jahr 1972 eine Vertriebsstruktur aufbaute. Einzelne Fahrzeuge waren allerdings schon im Vorjahr zugelassen worden; damit war Nissan der dritte japanische Automobilhersteller, der nach Deutschland kam.

Zunächst belieferte Nissan vier unabhängige deutsche Vertriebszentren in Oldenburg, Essen, Rüsselsheim und München mit den kompakten Modellen Cherry und Sunny, der Mittelklassereihe Bluebird, den sportlichen Z-Modellen und luxuriösen Sechszylinder-Limousinen. Ab Mai 1973 koordinierte dann die neu gegründete Nissan Motor Deutschland GmbH mit Sitz in Düsseldorf die Arbeit der vier Importeure. Zwei Prozent Marktanteil in Deutschland und Platz eins als größter japanischer Importeur des Jahres 1982 konnte Nissan allerdings schon in Neuss feiern. Dort befand sich nicht nur das Teilezentrum, sondern seit 1978 auch der neue Sitz von Nissan Deutschland. Noch einmal erfolgte eine Verlegung der Unternehmenszentrale. 2001 zog Nissan von Neuss nach Brühl als ein Ergebnis der strategischen Allianz zwischen Nissan und Renault. Ein Standortwechsel, der mehr Verantwortung mitsichbrachte. Die in Brühl neu gegründete Nissan Center Europe GmbH koordiniert seit 2007 die Geschäftstätigkeiten auf dem deutschen, österreichischen und schweizerischen Markt.

Da hatte sich Nissan bereits längst auch mit Werken in Europa angesiedelt. 1983 startete in Spanien bei Nissan Motor Iberica die Produktion des Geländewagens Patrol. Ein Jahr später wurde im britischen Sunderland die Nissan Motor Manufacturing gegründet und 2007 nahm Nissan den Bau eines neuen Montagewerks im russischen St. Petersburg in Angriff. Heute werden über 80 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge in den Werken in Großbritannien, Russland und Spanien produziert. Europäische Formen und Farben erhalten Modelle durch das European Design Centre in London, nachdem ein erstes Designzentrum schon 1992 in Deutschland an den Start gegangen war.

Der europäische Marktanteil von Nissan liegt derzeit bei 3,9 Prozent. Bis 2016 will die Marke zur absatzstärksten asiatischen Automobilmarke in Europa aufsteigen.

(ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



Prince Skyline (1957).



Prince Skyline (1957).



Nissan Fairlady Roadster.