

RENAULT
TRUCKS
DELIVER

P R E S S E
MITTEILUNG

DIREKTION
FÜR UNTERNEHMENS-
KOMMUNIKATION

Lyon, Februar 2010

BUCHPRÄSENTATION: „CAPE-TO-CAPE, VOM NORDKAP ZUM KAP DER GUTEN HOFFNUNG“

Die Cape-to-Cape-Expedition führte vom Nordkap bis zum Kap der Guten Hoffnung. Renault Trucks ist stolz auf alle, die daran teilgenommen und dieses Abenteuer möglich gemacht haben. Cape-to-Cape verhalf dem Unternehmen und seinen Fahrzeugen zu großem Ansehen. Die in diesen vier Monaten erlebten Emotionen sind eine Publikation wert. „*Cape-to-Cape, vom Nordkap zum Kap der Guten Hoffnung*“ ist ein lebendiger Abenteuerbericht, erhältlich im Buchhandel seit dem 21. Januar 2010.

Eine Expedition unter Extrembedingungen

In der Tradition der Seidenstraße und der Croisière des Sables war die Expedition *Cape-to-Cape* eine außerordentliche technische, menschliche und vertriebliche Herausforderung für Renault Trucks.

Das Ziel bestand darin, binnen 16 Wochen vom Nordkap in Norwegen bis nach Kapstadt (Südafrika) zu fahren. Über 30.000 Kilometer, 21 Länder, 60 Abenteuerer, die bereit waren, bei *Cape-to-Cape* mit Hilfe der vom französischen Hersteller entwickelten Technologie an Bord von 12 Trucks (6 Renault Kerax, 6 Sherpa) die vier Elemente herauszufordern.

Von Norden bis Süden galt es, unter extremen klimatischen Bedingungen über 30.000 Kilometer zurückzulegen, von eisiger Kälte über weitläufige Wüsten bis zu extremer Hitze.

Dieses bebilderte „*Reisetagebuch*“ bietet dem Leser Einblicke in phantastische Landschaften und zeigt eine begeisterte, herzliche Bevölkerung, aber auch schier unüberwindliche Schwierigkeiten. Außergewöhnliche Bilder dokumentieren ein authentisches Ereignis.

Vom Nordkap zum Kap der Guten Hoffnung

Verlag Le Cherche Midi

Kollektion „Beaux livres“

144 Seiten (25x25) – 32 €

Erhältlich seit dem 21. Januar 2010

Das Buch ist auch in englischer Sprache verfügbar.

Als Vorgeschmack auf das Abenteuer bieten wir Ihnen auf den nachfolgenden Seiten einige Auszüge...

TER B50 1 15 – 99, route de Lyon – 69806 Saint-Priest Cedex
Fax : +33 (0)4 72 96 48 57 - www.renault-trucks.com

RENAULT TRUCKS SAS – Capital de 50 000 000 Euros – Siège social : 99, route de Lyon – 69800 SAINT-PRIEST
siret : 954 506 077 00120 – RCS Lyon B 954 506 077



Vorwort von Stefano Chmielewski, Präsident von Renault Trucks SAS

„Wegfahren, ganz weit und für lange Zeit verreisen, bis ans Ende der Welt. Davon träumt jeder einmal, bisweilen, ab und zu oder sogar regelmäßig...“

Vom Traum zur Wirklichkeit ist es oft nur ein Schritt. Manche erliegen der Versuchung und stürzen sich ins Abenteuer, oft ohne Gewähr für die Rückkehr. Sie gehen meist bereichert aus dieser Erfahrung hervor.

Lkws befördern Menschen, Güter... und Abenteuerer. Bei den Ténéré-Missionen und der Croisière des Sables wurde vor Jahrzehnten Neuland erschlossen – damals verschmolz der Sinn für Abenteuer und Expeditionen mit der Unternehmenstradition.

Vor einigen Jahren führte die Expedition Seidenstraße acht unserer Fahrzeuge von Lyon nach Peking. Sie durchquerten Zentralasien, mehrere Wüsten und Pässe auf über 4000 Metern Höhe.

Der Drang, aufs Neue aufzubrechen, war stark und legitim.

Auf einem Planeten, der selbst zu einem großen Dorf geworden ist, war es ein schwieriges Unterfangen, eine noch nie befahrene Strecke zu finden. Doch was lag näher, als nach der Fahrt von West nach Ost die Nord-Süd-Route zu versuchen? Danach kam es nur mehr auf die richtige Strecke an.

Bei der Streckenplanung für die Expedition Cape-to-Cape wurde die Präsenz der Marke in den verschiedenen Ländern berücksichtigt, aber auch das lokale Vertriebspotenzial und – darin lag eine der Hauptschwierigkeiten – gewisse Sicherheitsüberlegungen.

Ohne größere technische Zwischenfälle wurden rund 30.000 Kilometer zwischen dem Nordkap und dem Kap der Guten Hoffnung zurückgelegt. Die zwölf Nutzfahrzeuge wiesen aus umwelttechnischer Sicht optimale Ausrüstungen auf.

In den durchquerten Städten und Ländern ermöglichte Cape-to-Cape Begegnungen mit Kunden und Transportprofis und leistete Überzeugungsarbeit. Fast zweihundert Journalisten aus aller Welt verfolgten ebenfalls die Reise.

Cape-to-Cape war vor allem ein echtes menschliches Abenteuer. Alle Fahrerinnen und Fahrer waren Mitarbeiter von Renault Trucks, aufgeteilt in fünf aufeinander folgende Teams von Nord bis Süd. Mit Unterstützung des gesamten Unternehmens waren sie die würdigen Botschafter einer Marke, eines Know-hows, eines Engagements. Sie brachten damit ihr Engagement für den Straßentransport als Triebfeder der Entwicklung und des Wohlstands zum Ausdruck.

Das Abenteuer Cape-to-Cape hinterließ bei uns allen prägende Erinnerungen. Für alle, die dabei waren, ist der Traum Wirklichkeit geworden.“

Stefano Chmielewski

Vorwort

Eine solche Expedition vom Nordkap zum Kap der Guten Hoffnung im Jahr 2009 durchzuführen, war eine echte Herausforderung.

Während die gesamte Weltwirtschaft darnieder lag und die meisten Unternehmen Vogel-Strauß-Politik betrieben, erhielt Renault Trucks sein Projekt aufrecht und setzte es um.

„Wahnsinn“, meinten die einen, „unnötig“ die anderen, auch von „Verschwendung“ war die Rede... Es mangelte nicht an Kritik an diesem Abenteuer. Und dennoch... Ist es in Krisenzeiten nicht besser, die Sicherheit seiner Verschanzung zu verlassen, sich offen zu zeigen, da präsent zu sein, wo die anderen durch Abwesenheit glänzen?

Renault Trucks gelang es, seine Herausforderung trotz widrigster Umstände zu meistern.

30.000 mit sechs Kerax und sechs Sherpa zurückgelegte Kilometer, rund sechzig Fahrer, 150 eingeladene Kunden, Direktkontakt mit über 3000 Kunden bei den Vertriebsveranstaltungen entlang der Strecke, 200 Journalisten...

Cape-to-Cape war ein technisches und menschliches Abenteuer, aber auch ein Marketing- und Medienevent.

Zunächst ein technisches Abenteuer, denn erstmals sollten Euro IV-Fahrzeuge Fahrbedingungen außerhalb der Norm unterzogen werden: eisige Kälte und extreme Hitze (-25° bis + 58°C), Höhenunterschiede von -420 m bis über 4200 m, Wüstendurchquerungen, mehr oder weniger chaotische Pisten, Sand, Regenfälle...

Der Kerax sollte im Prinzip kein Problem darstellen, beim Sherpa hingegen war weniger gewiss. Dieser Prototyp war mit einer Karosserie ausgestattet, die vom Renault Trucks Designbüro eigens für die Expedition entwickelt worden war. Der auf dem Fahrgestell eines Militärfahrzeugs basierende Geländewagen stellte seine Geländetauglichkeit unter den schwierigsten Bedingungen unter Beweis. Bei Cape-to-Cape konnten einige Details an den Fahrzeugen verbessert werden, darunter die Steckverbinder, um sie zuverlässiger und einsatzfähiger zu machen.

Der Kerax, ein seit einigen Jahren angebotenes Baustellenfahrzeug, hat sich bereits bei zahlreichen Rallyes bewährt, darunter die Dakar-Rallye. Er zeigte vom Start bis zur Ankunft keinerlei Schwäche. In Sachen Robustheit, Zuverlässigkeit und Belastbarkeit kann sich das Nutzfahrzeug sehen lassen!

Ein menschliches Abenteuer. Auch in dieser Hinsicht hielt Cape-to-Cape seine Versprechungen. Rund sechzig Fahrerinnen und Fahrer, allesamt Mitarbeiter von Renault Trucks, nahmen in fünf Teams an der Expedition vom Nordkap zum Kap der Guten Hoffnung teil.

Ein Abenteuer der besonderen Art - denn nur wenige Unternehmen können sich heutzutage rühmen, ihren Mitarbeitern eine solche Gelegenheit zu bieten. Ob einfache Arbeiter oder Fachkräfte, für manche war es die erste Flugreise, der erste Reisepass... Es gab auch schwierige Momente, oft kurze Nächte... dennoch werden diese Erinnerungen sie für immer begleiten.

Ein Marketing-Abenteuer, denn Cape-to-Cape machte unterwegs in vielen Städten Halt: St. Petersburg, Moskau, Kiew, Bukarest, Sofia, Istanbul... um nur einige zu nennen. Jedesmal wurde dem Konvoi ein herzlicher Empfang bereitet. Die Kunden waren überrascht und begeistert von dieser Karawane des 21. Jahrhunderts. Sie waren zu Dutzenden gekommen, um Cape-to-Cape an den prestigereichsten Orten der Strecke willkommen zu heißen: Jordanien, Kenia, Tansania, Namibia...

Die Expedition kam im aktuellen Kontext hervorragend an und wurde wiederholt als „das einzige Event des Jahres 2009 in der Transportbranche“ bezeichnet. Eine Initiative, die alle Beteiligten nachhaltig geprägt hat.

Und ein Medienevent. Insgesamt wurden auf der gesamten Strecke 200 Journalisten eingeladen. Sie kamen aus aller Welt und teilten für einige Tage das Leben der Expeditionsteilnehmer. Reihum nahmen sie Platz in den Fahrzeugen, genossen ihre Geländetauglichkeit und den Komfort an Bord. Gleichzeitig stellten sie eifrig Texte, Fotos, Videos zusammen, die sie an möglichst viele Leser weitergeben wollten.

Damit ergänzten sie eine bereits intensive interne Kommunikationskampagne, da sämtliche Mitarbeiter der Gruppe per Intranet ständig über die neuesten Erfolge von Cape-to-Cape am Laufenden gehalten wurden.

Unter diesen Voraussetzungen konnte Cape-to-Cape ja nur zu einem Publikumserfolg werden.

Dieser Erfolg ist Renault Trucks zu verdanken. Für alle Teilnehmer war es ein unvergessliches Ereignis.“

Für weitere Auskünfte:

<http://corporate.renault-trucks.com>

Marie-Lise Marchais – Tél. : + 33 (0)4 72 96 39 86 – marie-lise.marchais@renault-trucks.com

Fabrice Piombo – Tél. : + 33 (0)4 72 96 12 20 - fabrice.piombo@renault-trucks.com