

Paris 2014: Hybridantrieb für Jedermann

Von Peter Schwerdtmann

Das Jahr hatte für Toyota nicht gut begonnen. Die Modellwechsel bei den beiden Stückzahl-Modellen Aygo und Yaris sieht Tom Fux, als Präsident für die operative Leitung von Toyota Deutschland verantwortlich, als Grund für mehr als ein Viertel Rückgang im den ersten acht Monaten. Doch im September ging es wieder aufwärts; die neuen Aygo- und Yaris-Modelle sind an Bord und Fux spricht von rund 85 000 verkauften Fahrzeugen in Deutschland bis zum Ende des Jahres. 2013 hatte die Zahl bei 75 000 gelegen.

Und das soll nicht das Ende sein. Fux sieht Toyota an einer Zeitenwende und begründet das mit der neuen Positionierung der Marke Toyota, die Präsidenten Aiko Toyoda seinem Unternehmen verordnet hat. Bisher – so Fux – habe die Marke drei Kernwerte vorzuweisen gehabt: die Qualität, die Kundenzufriedenheit und Innovationen. Jetzt sei dieser Wertekanon um zwei erweitert worden: ein auffälligeres, aufregenderes Design und mehr Fahrfreude.

Als Beweis für das neue Verhältnis des japanischen Herstellers in Sachen Design nennt Fux das Sportcoupé Toyota GT86, das im Sportdress europäischen Schnitts . auch auf Rennstrecken antritt. Daneben geben sich auch die beiden Neuen, der Aygo und der Verso, extrovertierter und zeigen sich bereit, eine neue und jüngere Kundschaft anzusprechen.

Als fast schon überdeutliches Beispiel verweist Fux auf die Studie Toyota C-HR, mit der Toyota auf dem Automobilsalon in Paris (bis 19.10.2014) die Zukunft eines kompakten Crossover-Modells mit Hybridtechnik zeigt. Der auffällig gezeichnete 2+2-Sitzer basiert auf einer neuen Plattform, die mehr Dynamik auf die Straße bringen soll. Die Studie stehe zwar auf der Architektur des Toyota RAV4, stelle aber keineswegs den RAV4 der nächsten Generation dar, so Fux. Die besonderen Designelemente der 4,35 Meter langen Studie sind die fließend in die Heckscheibe übergehenden und extrem schmal zulaufenden Seitenscheiben sowie das zerklüftet gestaltete Heck. Ganz so wild wie in

dem Konzeptfahrzeug C-HR wird es wohl nicht kommen, wenn der japanische Hersteller mit einer Modelloffensive bis 2020 das neue Verständnis von der Marke stützt.

Fux legt bei der Frage nach dem Antrieb der Zukunft Wert auf die Feststellung: „Wir folgen dem Markt und nicht irgendeinem Druck“. Damit ordnet er die aktuelle Diskussion um die Entwicklung des Hybridantriebs für sein Unternehmen ein. In Europa räumt die Politik den Plug-in-Hybriden wegen der größeren elektrischen Reichweite einen erheblichen Rabatt bei der Berechnung des Durchschnittsverbrauchs ein. Das – so Fux – werde Toyota nicht nötig haben, weil man mit dem Vollhybrid auch die strengen europäischen Werte für den Flottenverbrauch von 3,8 Litern auf 100 km oder 95 Gramm Kohlendioxidemission pro Kilometer einhalten werde.

Toyota will den Hybridantrieb für Jedermann, sagt Fux. Das sei die Mainstream-Technologie. Der Preis einer größeren Batterie stehe dieser Entwicklung entgegen. Außerdem müsse auch ein Plug-in-Hybrid wie ein Batterieauto über Nacht an die Steckdose. Dennoch wird es beim nächsten Toyota Prius auch eine Plug-in-Version geben. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Tom Fux.



Tom Fux.



Toyota C-HR Concept.



Toyota C-HR Concept.



Toyota CH-R Concept.



Toyota C-HR Concept.



Toyota C-HR Concept.



Toyota C-HR Concept.