

Trotz Vorschusslorbeeren aus Europa: China zuerst

Von Jens Meiners

Mehr Vorschusslorbeeren hätte man sich nicht wünschen können: Der chinesische Autohersteller Qoros war im vergangenen Jahr vermutlich Branchenthema Nummer Eins. Auf einen fulminanten Messeauftritt in Genf folgten triumphale fünf Sterne im Euro-NCAP-Crashtest, die einem chinesischen Auto niemand zugetraut hätte. Fachwelt und Medien waren begeistert.

Tatsächlich ist der Ansatz der Marke einzigartig: Der chinesische Massenhersteller Chery und ein israelischer Investor hatten sich zusammengetan, um eine Marke zu entwickeln, die weit oberhalb der lokalen Hersteller positioniert ist - und sich mit der westlichen Konkurrenz anlegen kann. Im Visier: Volkswagen, aber auch die gehobene GM-Tochter Buick. An der Entwicklung war der austro-kanadische Magna-Steyr-Konzern beteiligt, das Design übernahm der frühere VW-Designer und Mini-Chefdesigner Gert Hildebrand.

Doch auf den medialen Paukenschlag folgten verhaltene Marktzahlen; der Marktstart in China war enttäuschend. Bis zu 150 000 Einheiten könnte Qoros in Changshu herstellen; die tatsächliche Produktion lag heuer nicht einmal bei einem Zehntel. Es hapert am Händlernetz, und die Fahrzeuge haben bislang keine ausreichende Präsenz im Straßenbild.

Inzwischen weisen die Indikatoren nach oben. 57 Händler stehen aktuell unter Vertrag, demnächst werden es 80 sein, und bis Ende 2015 hofft Qoros auf rund 200 Verkaufsstellen. Die Auftragseingänge steigen - und die höherpreisigen Varianten werden weitaus stärker nachgefragt werden als die Einstiegsmodelle. Die Klientel kommt eher aus dem oberen Käufersegment; zu den häufig genannten Kaufgründen zählt der Stolz, ein deutsch-chinesisches, lokal gefertigtes Produkt zu fahren.

An der Produktqualität kann die Zurückhaltung kaum liegen. „Das Design ist gelungen, das Chassis kompetent“, sagt Liu Hongcang, Chefredakteur des renommierten Fachmagazins „China Auto Pictorial“. Viel Anerkennung für die Leistung der Mannschaft

von Qoros-Chef Volker Steinwascher: Der deutsche Manager war einst bei Volkswagen für das Nordamerika-Geschäft zuständig. Steinwascher hat es geschafft, für die neukreierte Marke Werte wie Design, Sicherheit und Qualität zu reklamieren - Themen, mit denen sich bislang noch kein chinesischer Hersteller profilieren konnte.

Mit einem erweiterten Modellprogramm will Qoros jetzt durchstarten. Vor einigen Wochen stand auf der Automesse in Guangzhou/Kanton ein neues Serienmodell und eine Konzeptstudie. Der Crossover Qoros 3 City SUV, der das Modellprogramm ab sofort ergänzt, verfügt über den bekannten 1,6-Liter-Turbo-Benziner mit 156 PS, der an ein Sechs-Gang-Schaltgetriebe oder ein Sechsgang-Doppelkupplungsgetriebe gekoppelt ist.

Als Ausblick in die Zukunft fungiert hingegen die Fahrzeugstudie Qoroscloud 2.0 City SUV Concept, die stilistisch einen Dreitürer andeutet. Im Interieur präsentiert sich hier das nochmals verbesserte Infotainment- und Telematik-System Qoroscloud 2.0. Der große Bildschirm, auf dem Widgets wie auf einem Smartphone verschoben werden können, dient dabei als intuitive Schnittstelle zwischen Fahrer, Smartphone und Auto. Ein bemerkenswerter Fortschritt - denn schon mit der ersten Generation hat Qoros industrieweit Maßstäbe gesetzt.

Mit dem City SUV wird Qoros einen Teil des wachsenden Crossover-Segments für sich reklamieren. Vor allem bei Frauen dürfte die neue Variante gut ankommen. Sie entscheiden sich schon heute überdurchschnittlich häufig für den kurzen Qoros 3 mit Heckklappe.

Weitere Modelle sind in Entwicklung. Als nächstes dürfte ein eigenständiger SUV auf den Markt kommen, der nochmals größer als der City SUV auftritt; vielleicht kommt auch eine sportliche, dreitürige Variante, wie sie das aktuelle Concept Car andeutet. Die Nachfolgeneration der aktuellen Modelle wird bereits projiziert, und die Mannschaft denkt in alle Richtungen weiter - bis hin zur Oberklasse.

Qoros könnte die Marktpräsenz deutlich vergrößern, wenn man auf das Händlernetz von Chery zurückzugreifen würde. Aber das würde potentiell das Image beschädigen: Langfristig geht darum, sich in Rufweite des Premium-Segments zu etablieren. Wie lange das dauern kann, weiß übrigens niemand besser als ein Hauptkonkurrent von Qoros - nämlich der Volkswagen-Konzern. Die Tochtermarke Skoda hat jahrelang gebraucht, um in China Fuß zu fassen, und der schmerzhafteste Vorgang wiederholt sich gerade mit dem Neuzugang Seat.

Weil der Heimatmarkt für Qoros oberste Priorität besitzt, muss der Export erst einmal

warten. Vor 2017/18 ist kaum mit einem Marktstart in Westeuropa zu rechnen. Eigentlich schade. Denn für das Image chinesischer Produkte hat schon jetzt kaum eine Firma so viel getan wie Qoros. Doch das Warten könnte sich lohnen: Die Exponate aus Guangzhou beweisen, dass die Marke ihr Pulver noch längst nicht verschossen hat. (ampnet/jm)

Bilder zum Artikel



Qoros City SUV 1.6 T.



Qoros City SUV 1.6 T.



Qoros City SUV 1.6 T.



Qoros.



Qoros City SUV 1.6 T.



Qoros City SUV 1.6 T.



Qoros: Von rechts gert Hildebrand und Volker Steinwascher.



Qoroscloud 2.0 City SUV Concept.



Qoroscloud 2.0.
