
Start in Köln: Toyota reist mit einem Loft zu seinen Kunden

Mag sein, dass die Welt von Tag zu Tag digitaler wird, doch wenn es um das Auto geht, kommen immer noch durchaus analoge Methoden ins Spiel. Schließlich will man das neue Fahrzeug im wahrsten Wortsinn mit allen Sinnen erfahren, nachdem man sich im weltweiten Netz informiert hat. Bei Toyota heißt die neue Art der Kundenansprache Mobility Loft, die am 23. Juni in Köln ihre Premiere feiert. An diesem Tag werden für die Veranstaltung „Straßenland“ drei Kilometer der Nord-Süd-Fahrt, eine der wichtigsten Durchgangsstraßen Kölns, gesperrt.

Die Straße wird zu einer Bühne für – so die Veranstalter –, „zukunftsgerichtete Mobilitätskonzepte, urbane Kreativität und nachhaltiges Zusammenleben“. Dabei reicht die Palette der Teilnehmer von Bienenhotelbauern über E-Bike-Anbieter und Vertreter der alternativen Szene der Stadt bis zu alternativen Antrieben. Und mitten in dieser bunten Mischung – auch der 1. FC Köln ist dabei – steht das rund 200 Quadratmeter große Mobility Loft, in dem die Marke seine elektrifizierten Modelle zeigt. „Wir gehen mit unserem Mobility Loft auf den Kunden zu und wollen so die Marke anfassbarer machen“, erklärt Klaus Kroppa, Direktor Marketing bei Toyota Deutschland. „Außerdem sind wir ein Kölner Unternehmen, und deshalb haben wir unsere Teilnahme sofort zugesagt.“

Im Loft können sich die Besucher an verschiedenen Modulen nicht nur über Hybrid- und Brennstoffzellenantrieb sowie die Sicherheitstechnologien der Marke informieren, sondern auch über die Aktivitäten des Konzerns außerhalb des Automobilbaus. Insgesamt 20 Toyota- und Lexus-Fahrzeuge stehen den Besuchern am 23. Juni zu Probefahrten zur Verfügung. Darunter auch das Brennstoffzellen-Modell Mirai.

„Wir verstehen das Mobility Loft als eine Art analoges Erlebnishaus für potenzielle Kunden. In der Anlage werden allerdings keine Verkaufsgespräche geführt. Das überlassen wir dem Handel“, erklärt Kroppa. Die Veranstaltung in Köln ist der Auftakt für eine Tournee quer durch Deutschland. Unter anderem stehen in diesem Jahr noch Stationen in Mainz (26. bis 28. Juli), Münster (16. bis 18. August), Hamburg (13. bis 15. September), Würzburg (28. September bis 6. Oktober) und Nürnberg (26. Oktober bis 3. November) auf dem Programm.

Das flexible Konzept des Mobility Loft „gibt uns die Möglichkeit, unseren Auftritt und die Botschaften den jeweiligen Veranstaltungen anzupassen“, so Kroppa. Toyota verzichtet in diesem Jahr zwar auf einen Auftritt bei der IAA in Frankfurt, doch soll die neue Roadshow nicht den Messeauftritt ersetzen. (ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



Toyota-Loft.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Toyota
