

Ein Topmodel auf vier Rädern

Mit dem Spark will Chevrolet weg vom klassischen Kleinwagen-Image: Niedlich und knuddelig



AUF DEM LAUFSTEG Die Designerin Mischa Woeste hat dem Chevrolet Spark ein besonderes Äusseres verpasst und vereint damit die Auto- mit der Modewelt. CHEVROLET

Sein Laufsteg ist die Grossstadt, sein Ziel ist auffallen. «Der Spark ist wilder und hat mehr Biss als ein herkömmlicher Kleinwagen», sagt Chefdesigner Taewan Kim.

MARTIN PROBST, ATHEN

«Der Spark ist wie ein Topmodel. Er hat das Aussehen und das nötige Selbstbewusstsein, um frisches Design zu tragen», sagt Mischa Woeste. Die Designerin beim Berliner Modelabel Smeiliner brachte den neuen Chevrolet auf den Laufsteg. Inspiriert wurde sie von ihrer eigenen Modekollektion «Vive La Fete». So zierte ein Flamingo die Fahrertür, Drachen, Fische und Schmetterlinge die Karosserie. Doch seinen wahren Auftritt hat der Spark nicht auf dem Laufsteg, sondern auf der Strasse.

«Wir wollten weg vom herkömmlichen Kleinwagen-Image: niedlich und knuddelig», sagt Chefdesigner Taewan Kim. Und

es ist ihm gelungen. Der Spark ist anders. Nicht niedlich, sondern kantig und temperamentvoll. Er fällt auf – besonders die breiten Radkästen. Die an der C-Säule versteckten Griffe der Hintertüren machen den Spark dynamischer und kompakter. Obwohl dies bei einer Länge von 3,6 m und einer Breite von 1,6 m ja sowieso der Fall ist.

Das wahre Highlight des Sparks wartet aber im Inneren des Wagens. Die eisblaue Beleuchtung der Bedienelemente sticht ins Auge und gefällt sehr. Sowie so ist das Cockpit gelungen und übersichtlich. Der Instrumententräger ist an der Lenksäule befestigt und erinnert an ein Motorrad. Stauflächen und Ablagen sind clever integriert. Doch das Erstaunlichste sind die Platzverhältnisse. Sowohl vorne wie auch hinten hat man viel Platz. Kürzere Reisen kann man sogar zu fünft problemlos in Angriff nehmen. Das Gepäck lässt man dann aber besser zu Hause. Der

Kofferraum (170 Liter) bietet zwar genug Platz für den täglichen Einkauf. Für fünf Reisekoffer reicht es aber nicht.

Viel Auto für wenig Geld

Die Kompaktheit des Sparks hat aber viele Vorteile und kommt ihm speziell in der Stadt sehr zugute. Zu kleine Parklücken gibt es nicht und das Manövrieren durch den Stossverkehr wird zum Kinderspiel. Auf den Schweizer Markt kommt er im April 2010. Die Einstiegsversion kostet 12 990 Franken. Bereits ab Februar gibt es für alle, die nicht warten können, eine First Edition mit vielen Extras ab 13 990 Franken. Erste Testfahrten in Athen hinterliessen einen sehr guten Eindruck. Der Spark ist agil und komfortabel. Den Motoren, zwei Benzinern (erhältlich sind ein 1,0-Liter mit 68 PS und ein 1,2-Liter mit 81 PS), fehlt aber ein wenig die Kraft, was sich besonders an Steigungen bemerkbar macht. Für den Stadt-

verkehr reicht es aber allemal. Erstaunlich: Der 1,0-Liter hinterliess den dynamischeren Eindruck. Er wirkte eine Spur spritziger und sportlicher als der 1,2-Liter.

Wachstum fortsetzen

Chevrolet hat in den letzten Jahren in Europa ein grosses Wachstum erlebt. Seit 2005 haben sich die Absatzzahlen von 295 000 auf über 500 000 Fahrzeuge erhöht. Mit dem Spark will der Konzern weitere Marktanteile dazugewinnen. Angesichts des sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnisses dürfte dies auch gelingen. Ob der Funke (was Spark auf Deutsch heisst) auch auf die Kunden überspringt, muss sich natürlich erst zeigen. Wayne Brannon, Präsident von Chevrolet Europa, ist zuversichtlich: «Für Kleinwagen, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen, ist Stil der Schlüsselfaktor zum Erfolg.» Gute Karten also für das Topmodel auf vier Rädern.

Ich und mein Auto

Sara Bachmann



MEIN ERSTES AUTO war ein Opel. Ich musste mein ganzes Ersparnis zusammenkratzen, damit ich mir mit 20 dieses Occasion-Auto leisten konnte. Der hellblaue Opel sah schon ziemlich «verschrottet» aus und war wohl etwa 10 Jahre alt. Im ersten Jahr fuhr er reibungslos. Dann gab es immer mehr Probleme damit, ich musste unzählige Dinge reparieren lassen. Das kostete mich mehr als der Kauf des Autos. Und als alles in Ordnung war, habe ich ihn wieder verkauft. Es war ein Riesenflop und ich glaube, die Garage hat mich übers Ohr gehauen. Aber dafür gibt es die nicht mehr.

HEUTE FAHRE ICH einen silbernen VW Polo. Mit diesem Auto habe ich gar keine Probleme. Ich lease aber auch nur noch Autos über 4 Jahre hinweg. Dann kommt das nächste dran. Den Polo habe ich nun seit 2 Jahren und es ist ein wunderbares Auto, klein, aber mit «Pfupf». Beim Anfahren muss man mit Kraft vom Fleck kommen, das ist für mich eine Voraussetzung. (AHU)

In der Rubrik «Ich und mein Auto» spricht ein Prominenter über sein aktuelles und sein erstes Auto. Heute: Die TV-Moderatorin Sara Bachmann. Die 30-Jährige moderiert ihre eigene Show «Sara machts» auf Tele M1.

«Der Mensch wird auf Mobilität nicht verzichten wollen»

Suzuki feiert 2009 sein 100-jähriges Bestehen und reitet auf einer Erfolgswelle – 2010 stossen die Japaner mit dem Kizashi in ein neues Segment vor

Suzuki Schweiz wird das Jahr 2009 mit einem Rekordergebnis abschliessen. Generaldirektor Hanspeter Bachmann über die Geheimnisse des Erfolgs und die Zukunft des Autos.

MARTIN PROBST

Suzuki feiert in diesem Jahr das 100-jährige Bestehen. Wie fühlt man sich mit 100 Jahren?

Hanspeter Bachmann: Sehr gut. Es ist nicht selbstverständlich, dass eine Firma so lange erfolgreich bestehen kann. Suzuki hat seit der Gründung 1909 immer schwarze Zahlen geschrieben, das sagt schon vieles. In der Schweiz sind wir seit 28 Jahren auf dem Markt und wachsen schneller als der Mutterkonzern.

Wo liegt das Erfolgsgeheimnis?

Bachmann: Suzuki ist bis heute ein Familienunternehmen. Wir sind eine der wenigen Automobilfirmen, bei der der Chef noch gleich heisst wie das Unternehmen und die Fahrzeuge. Diese familiäre Struktur spürt man in der ganzen Firma. Suzuki ist bescheiden geblieben und hat den Puls am Markt. Wir haben schon immer kompakte und sparsame Fahrzeuge gebaut. Während die anderen Hersteller jetzt auf die Bedürfnisse des Marktes reagieren, sind und waren wir schon immer da. Andere Marken sind der Zeit entgegengekommen, Suzuki ist die Zeit entgegengekommen.



MANN DER ERSTEN STUNDE Hanspeter Bachmann. ANDRÉ ALBRECHT

Suzuki gibt es seit 100 Jahren. Werden auch in 100 Jahren noch Autos gebaut?

Bachmann: Davon bin ich fest überzeugt. Der Mensch liebt die Mobilität und wird darauf nicht verzichten wollen. Es gibt für jede Reise das optimale Verkehrsmittel. Manchmal ist es die Bahn, dann wieder das Flugzeug, aber auch oft das Auto. Wie diese in 100 Jahren aussehen werden, weiss auch ich nicht. Sicher aber anders als heute. Auch der Antrieb wird sich verändern.

Die Entwicklung ist schon im vollen Gange.

Bachmann: Wer sich diesem Prozess entzieht, handelt unverant-

wortlich. Suzuki hat einen fertigen Hybridantrieb, ein fertiges Elektromobil und auch ein Wasserstoff-Fahrzeug. Die grosse Frage ist einfach: Wann ist die Zeit reif für die Serienproduktion? Derzeit gibt es noch ungelöste Fragen. Woher kommt der Strom, wie weit komme ich? Und auch die Frage nach dem Marktpreis. Die neuen Technologien müssen zu einem vernünftigen Preis erhältlich sein.

Die Zeit ist also noch nicht reif?

Bachmann: Automobilhersteller bauen immer die Produkte, die die Kunden wünschen und auch kaufen. Wenn der Markt ein Elektrofahrzeug verlangt, ist Suzuki bereit und wird dieses verkaufen.

Update



Auf dem kommenden Autosalon in Genf feiert der Suzuki Kizashi 4x4 seine Premiere und ist danach in der Schweiz erhältlich. Mit dem neuen Flaggschiff wollen die Japaner das D-Segment erobern. Der genaue Preis ist noch nicht bekannt, dürfte aber unter 40 000 Franken liegen. (MZ)

Doch noch sind zu viele Fragen ungelöst. Wird ein Elektroauto mit Atomstrom betrieben, stellt sich die Frage, ist dies ökologischer? Suzuki hat schon heute sehr effiziente und ökologische Fahrzeuge. Nehmen wir zum Beispiel den Alto, dieser verbraucht im Schnitt 4,4 Liter auf 100 Kilometer. Bei vier Plätzen macht dies gerade noch 1,1 Liter pro Person. Und das Beste: Dieses Auto ist bereits auf dem Markt und kostet nur 12 990 Franken. So gesehen ist die Zukunft angekommen.

Steckt die Automobilindustrie in einer Krise?

Bachmann: Vergleicht man die Wörter Krise und Chance auf Chi-

nesisch, stellt man fest, dass diese fast gleich geschrieben sind. Auch Suzuki sieht die Krise als eine Chance. In der Schweiz steckt Suzuki so oder so in keiner Krise. In den letzten fünf Jahren konnten wir den Absatz um über 100 Prozent steigern und es sieht so aus, als ob wir 2009 wieder ein neues Rekordergebnis erzielen könnten. Ein Indiz dafür, dass es Suzuki auch weltweit sehr gut geht, ist die Beteiligung von VW am neuntgrößten Automobilhersteller Suzuki. Gerade in den wachsenden Märkten in Asien ist Suzuki extrem stark, so haben wir in Indien einen Marktanteil von mehr als 50 Prozent. Volkswagen kann davon profitieren, genau wie sie von unserem Know-how im Kompaktwagensegment profitieren.

Wie kann Suzuki von der Partnerschaft mit VW profitieren?

Bachmann: Suzuki kann von VW sicher gewisse Komponenten übernehmen. Es ist möglich, dass wir durch die Partnerschaft neue Marktsegmente erschliessen können. Doch wir werden unseren Fokus weiterhin auf die Klasse der Kompaktfahrzeuge richten. Der Platz auf den Strassen und bei der Parkplatzsuche ist heute schon knapp und dies wird sich in Zukunft wohl eher noch verschlimmern. Kompaktfahrzeuge liegen voll im Trend. In diesem Bereich sind wir sehr stark, die kompakte Nummer eins.

Nun stösst man mit dem Kizashi ins Mittelklasse-Segment vor. Verlässt Suzuki damit nicht den Erfolgspfad?

Bachmann: Nein, Sie dürfen nicht vergessen, dass Suzuki auch weiterhin auf Kompaktfahrzeuge setzt. Es ist richtig, dass der Kizashi für Suzuki eine Nummer grösser wird. Doch vergleichen Sie das Fahrzeug mit den Autos der Mitbewerber, sind wir immer noch sehr kompakt. Man könnte sagen, Suzuki bringt das Kompaktfahrzeug ins Mittelklassensegment. Für eine Familie mit Kindern hatten wir bisher kein Auto im Mittelklasse-Sortiment und der Kunde ging uns teilweise verloren. Mit dem Kizashi wird sich dies ändern.

Der Kizashi kommt in Europa ab März vorerst exklusiv in der Schweiz auf den Markt. Wieso?

Bachmann: Ich durfte bei der Entwicklung von Anfang an im Projektteam mitwirken. So habe ich mich dafür eingesetzt, dass der Kizashi serienmässig mit Vierradantrieb auf den Schweizer Markt kommt. Zudem ist die Schweiz, ohne eigenen Automobilhersteller, ein wichtiger Testmarkt für Europa. Ich bin sicher, dass der Kizashi Erfolg haben wird. Wir sprechen von einem Lancierungspreis von unter 40 000 Franken bei voller Ausrüstung. Und schaut man, was dafür alles geboten wird, dann hat Suzuki einen echten Preis-Leistungs-Leader.