



RENAULT startet in eine neue Ära

Brühl (NRW). Als Teil der „Renaulution“-Strategie hat die Marke Renault heute ihre Strategie für die nächsten fünf Jahre und darüber hinaus vorgestellt. Dabei positioniert sich die Marke mit dem Rhombus stark in Richtung Technologie, Service und saubere Energie. Bis 2025 wird Renault 14 neue Modelle einführen, sieben davon vollelektrisch.

Mit seiner „Nouvelle Vague“, zu Deutsch „Neue Welle“, will Renault innovative und zeitgemäße Maßstäbe in der Automobilindustrie setzen.

Luca de Meo, CEO Groupe Renault, sagt: „Bei Renault nehmen wir die Wellen der Disruption nicht nur gerne an, wir erzeugen unsere eigene Welle. Es geht darum, den neuen Zeitgeist in die Automobilbranche einzubringen. Wir werden uns zu einer Marke entwickeln, die für saubere Energien steht, indem wir unsere Führungsposition bei Elektrofahrzeugen mit dem ‚Electro Pole Projekt‘ stärken und in Wasserstoff investieren, um bis 2025 den grünsten Mix in Europa zu erreichen. Wir werden zudem auch eine Technologiemarken sein, durch interne Innovationen und durch die Software République, ein offenes Ökosystem, das sich der Entwicklung einer euro-



päischen Expertise in Schlüsselbereichen wie Daten oder Cybersicherheit widmet. Dies wird uns einen Wettbewerbsvorteil als Servicemarke verschaffen, mit High-Tech-Dienstleistungen, onboard und offboard. Diese Vision der Modernität verankern wir in Frankreich. Denn als Marke wissen wir, dass unsere Seele und unsere Stärke in unseren Ursprüngen liegen. Der neue elektrische Renault 5 Prototype verkörpert die Nouvelle Vague: Der R5 ist zum einen stark mit der Historie von Renault verbunden, steht aber gleichzeitig für die Zukunft der Marke und wird Elektroautos populär machen.“

RENAULT 5 PROTOTYPE:

Die Wiedergeburt eines Kultautos

Die Seele einer Marke liegt in ihren Wurzeln. Der Renault 5 Prototype lässt sich daher von der Vergangenheit inspirieren, orientiert sich dabei aber entschieden Richtung Zukunft. Die Studie mit dem neuinterpretierten, ikonischen R5-Design zeigt, wie Renault das Elektroauto in Europa mit einem zeitgemäßen Ansatz als unverzichtbar und wünschenswert demokratisieren wird.

Die Renault Entwickler haben ein pffiffiges Stadtauto auf die Räder gestellt, welches das kultige R5-Design mit einem rein elektrischen Antrieb kombiniert. So fährt die Ikone emissionsfrei in die Zukunft und bewahrt dabei den Spaßfaktor und den unbeschwerten Charakter seiner Vorfahren.

Der Renault 5 Prototype nimmt die prägnanten Züge des Originaldesigns auf, trägt sie aber mit geglätteten Flächen und futuristischen Details in unsere Zeit. Praktisch: Wo früher der sportliche Lufteinlass auf der Motorhaube saß, verbirgt sich jetzt die Klappe für den Anschluss des Ladekabels. Die Frontpartie, das Textildach und die Trikolore an den Außenspiegelgehäusen ver-



sprühen französischen Charme. Oberflächen und Materialien sind von der Welt der Elektronik, des Möbeldesigns und des Sports inspiriert.

„Das Design des Renault 5 Prototype basiert auf dem R5, einem echten Renault Kultmodell. Diese Studie verkörpert einfach Modernität, ein Fahrzeug, das seiner Zeit entspricht: urban, elektrisch, attraktiv.“ Gilles Vidal, Renault Design Direktor. Im



Technologie-Bereich wird Renault künftig auf die sogenannte „Software République“ setzen – ein offenes kooperatives Ökosystem, das sich mit Software, Daten, Cybersicherheit und Mikroelektronik befasst. Dies wird das Renault Angebot an vernetzten Diensten bereichern.

Darüber hinaus wird Renault das Produktportfolio zu Gunsten des C-Segments optimieren. Sieben der 14 neuen Modelle werden im C/D-Segment angesiedelt sein. Das Ziel für 2025: 45 Prozent des Verkaufsanteils will Renault in den oberen Segmenten absetzen und dabei gleichzeitig die Führung im B-Segment festigen.

Fortschrittlich bei Elektromobilität und Nachhaltigkeit

Innovation ist seit 120 Jahren das Herzstück der Marke Renault. Das untermauert die aktuell führende Position auf dem europäischen Markt für Elektrofahrzeuge mit über zehn Jahren Erfahrung im Bereich der Elektromobilität und mehr als 300.000 verkauften E-Fahrzeugen. Renault hat darüber hinaus E-TECH etabliert, eine Hybridtechnologie, die mehr als 150 Patente umfasst und auf die Elektro- und F1-Erfahrung der Marke zurückgreift.

Viele der innovativen Lösungen entstehen in der sogenannten Software Factory, wo mehr als 1.000 Ingenieure arbeiten, die sich auf Software, Daten und Cloud-Services spezialisiert haben – schon bald werden viele weitere Spezialisten hinzukommen. Auch die Re-Factory am Industriestandort Flins verkörpert den zeitgemäß nachhaltigen Ansatz von Renault. Dort betreibt die französische Marke als erster Mobilitätsanbieter Europas eine Produktionsstätte mit Kreislaufwirtschaft.

Drei Felder der Wettbewerbsfähigkeit

Die Marke Renault wird sich durch die Neuausrichtung der Strategie auf drei Feldern weiterentwickeln:

Erstens wird Renault zu einer Technologiemarke mit dem Ansatz eines umfassenden Ökosystems, das darauf abzielt, weltweit führende Mobilitäts-OEMs und Zulieferer der nächsten Generation hervorzubringen. Dieses Ökosystem mit dem Namen „Software République“ wird es Renault sowie auch anderen Gründungsmitgliedern und zukünftigen Partnern ermöglichen, gemeinsam Kompetenzen zu entwickeln, europäisches Know-how aufzubauen und die Unabhängigkeit

in Schlüsseltechnologien von Big Data bis Elektronik zu verteidigen. Mit der Hilfe dieses Ökosystems wird Renault seine Fahrzeuge mit führenden Systemen für künstliche Intelligenz und Cybersicherheit ausstatten können.

Zweitens wird Renault eine Servicemarke, die in seinen Fahrzeugen die beste Konnektivität und die besten High-Tech-Services anbietet. Im Jahr 2022 wird Renault My Link einführen, ein neues Infotainment-System mit Google-Integration. Renault wird der erste Automobilhersteller sein, der Google-Dienste in Großserienfahrzeugen einführt.

Renault Automobile werden zukünftig jeden Tag dazulernen und gewinnen dadurch mit der Zeit an Intelligenz und Wert. Zudem werden sie auch ein längeres Autoleben haben als bisher. Denn mit der Re-Factory in Flins (Frankreich) wird Renault versuchen, den Konsumzyklus zu durchbrechen und einen dauerhaften Mehrwert bis zum endgültigen Ende der Lebensdauer der Fahrzeuge zu schaffen. Das Werk will zukünftig mehr als 100.000 Gebrauchtwagen pro Jahr aufbereiten sowie Diesel-Lkw auf Biogas und reine E-Antriebe umrüsten. Renault hat außerdem eine Strategie für die Wiederverwendung und das Ende der Lebensdauer von Batterien, wodurch ganz neue Geschäftsfelder und Werte entstehen.

Drittens wird Renault eine Marke für saubere Energie, die eine führende Rolle bei der Energiewende einnimmt. Mit der revolutionären E-TECH-Technologie fordert Renault die Marktführer auf dem Hybridmarkt heraus und wird seine Führungsposition auf dem Elektromarkt mit neuen Produktfamilien auf Basis der beiden speziellen Elektroplattformen CMF-EV und CMF-B EV behaupten. Um den grünen Mix auf dem europäischen Markt zu erreichen, wird Renault darüber hinaus marktreife, durchgängige Wasserstofflösungen für leichte Nutzfahrzeuge anbieten.

Text, Fotos: Dacia Deutschland

