

Luca de Meo

R5 - LA BELLE HISTOIRE

2024 -

*Drei Jahre im Herzen eines Projekts,
das Renault veränderte*

*Ceci n'est pas un designer**



Luca de Meo 2024

* Dies ist kein Designer.

Skizze von Luca de Meo

Vorstandsvorsitzender der Renault-Gruppe

An alle Enthusiasten der Automobilindustrie

**Donnerstag, 2. Juli 2020, der Tag,
an dem alles begann. Die
Geschichte einer spontanen
Verliebtheit, inspiriert von einem
Modell in der Farbe Orange.**

Donnerstag, 2. Juli 2020, der Tag, an dem alles begann. Die Geschichte einer spontanen Verliebtheit in ein Modell in der Farbe Orange. Es ist die Geschichte des neuen R5. Es war Anfang Juli, und die Leute planten ihren Urlaub – kaum überraschend nach wochenlangem Lockdown, sozialer Distanzierung und Masken. Ich war am Vortag zur Arbeit zurückgekehrt und war hocheifrig, wieder im Büro zu sein. Nach meiner Ernennung zum Chief Executive Officer von Renault im Januar desselben Jahres hatte ich lange darauf gewartet, zur Arbeit zu gehen. Ich bin nicht der Typ, der herumsitzt, und in meinem Fall hatte Covid nichts damit zu tun. Der Grund war eine Klausel in meinem Arbeitsvertrag, die besagte, dass ich nicht ohne eine Pause vom Volkswagen-Konzern, wo ich für die Marke Seat verantwortlich war, zu einem der Konkurrenten wechseln konnte. Ich hatte keine andere Wahl, als sie zu akzeptieren. Die eigentliche Arbeit begann, als ich die Hauptverwaltung in Billancourt betrat. Ein Spitzenjob, der mich zurück zu dem Unternehmen führte, in dem ich 1992 nach meinem Abschluss an der Bocconi-Universität in Mailand meine Karriere begonnen hatte. Als ich eingestellt wurde, war Renault gerade dabei, eine Krise zu überwinden. Ich hatte ein wirklich gutes Verhältnis zu Jean-Dominique Senard, dem Vorstandsvorsitzenden und dem Mann, der mich hierher gebracht hatte. Er hatte bereits damit begonnen, das Unternehmen umzukrempeln, aber es versprach, eine harte Herausforderung zu werden. Der Übergang zur Elektroenergie kollidierte mit 140 Jahren der Gewissheiten rund um die Verbrennung.

Während meines endlosen „Lockdowns“ habe ich mich so gut beschäftigt wie möglich. Ich habe Dutzende Bücher und Artikel über das Unternehmen gelesen und eine ganze Reihe ehemaliger Manager und Partner getroffen, die bereitwillig zu mir kamen. Außerdem habe ich viel nachgedacht. So konnte ich mir ein Bild von den wichtigsten Stärken und Schwächen des Unternehmens machen. Aber eigentlich weiß ich immer noch wenig oder so gut wie nichts. Aus meiner Sicht sind die Produkte das Wichtigste. Ich konnte es kaum erwarten zu sehen, woran die Designer von Renault arbeiteten. Insbesondere in Bezug auf Elektroautos. Für mich war dies die Grundlage, um zum Kern der Dinge vorzudringen und eine Aufschwungsstrategie zu entwickeln. Meine erste Entscheidung war, darum zu bitten, die neuen Modelle zu sehen.

**Als ich umherging, sah ich
plötzlich ein lebensgroßes
Modell, das
überraschenderweise einem
R5 ähnelte.**

Ein fluoreszierend orangefarbenes Modell

Am Tag nach meinem Amtsantritt machte ich mich auf den Weg zum Technocentre von Guyancourt, südwestlich von Paris, etwa dreißig Minuten vom Hauptsitz in Billancourt entfernt. Das Technocentre ist die abgeschirmte Umgebung, in der die Marke Renault ihre zahlreichen Innovationen entwirft, baut und testet und die Modelle von morgen erfindet. Ein ganz besonderer Ort, an dem sich die Expertise und kreative Kraft von 12.000 Ingenieuren und Technikern versammelt, um kühne Ideen und Innovationen Wirklichkeit werden zu lassen. Ich bat darum, alle Projekte, die sich derzeit in der Entwicklungsphase befinden, in einem Raum zusammenzuführen. Darunter waren mehrere Kleinwagen für die internationalen Märkte und ein großes Elektromodell. Aber ich muss zugeben, dass ich ein wenig enttäuscht war. Mir war klar, dass eine komplette Überarbeitung der Produktpalette notwendig sein würde. Als ich herumlief, sah ich plötzlich ein lebensgroßes Modell, das überraschenderweise einem R5 ähnelte. Es war fluoreszierend orange, also konnte ich es kaum übersehen. Neugierig geworden, wandte ich mich an meine Kontakte im Technocentre: „Was ist das?“ „Oh, es ist nur eine experimentelle Studie eines Designers, François Leboine, eher eine Stilübung“, antworteten sie. Der Designchef hatte es geschickt dort platziert, wo er sicher war, dass ich es sehen würde. „Es war ein Vorschlag für ein kleines Elektroauto“, sagten sie, „aber er wurde verworfen, weil das Unternehmen kein Retrodesign machen wollte.“ Ich sah mir dieses Objekt lange an. Für mich war es völlig klar, und ich traf die Entscheidung sofort: "Genau das ist es! ...". Versuchen Sie, diesen Entwurf auf eine Plattform mit vier Rädern zu bringen. Es muss ein reines Elektroauto werden. Wir werden den Renault 5 bauen!“ Natürlich dachte ich bei dieser Entscheidung an die erfolgreiche Wiedereinführung des Cinquecento, die ich 2007 bei Fiat betreuen durfte. Ein weltweiter Erfolg! Aber es war bei Weitem nicht meine einzige Inspirationsquelle. Alle führenden Autohersteller haben mindestens ein Modell, das ihre DNA mehr zum Ausdruck bringt als alle anderen. Das sind ihre Klassiker. Bei Renault gehören der 4L, der R5, der Twingo, der Espace und der Kangoo dazu. Einige, wie der VW Golf oder die Mercedes S-Klasse, haben sich im Laufe der Jahre weiterentwickelt, ohne jemals aus dem Sortiment zu verschwinden, während andere, wie der 500 oder der Mini, nach langer Zeit ein Comeback feiern.

Der neue Renault 5 dürfte zum Symbol eines weiteren Comebacks werden, das Renault in den erlesenen Club der Elektro-Champions führen wird.

Und es funktioniert fast jedes Mal. In seinem ersten Leben hat der Renault 5 die Geschichte der Marke geprägt. Ich wage zu vermuten, dass er alle nötigen Qualitäten mitbringt, um dies auch beim zweiten Mal zu tun. Wir können klare Parallelen zur heutigen Situation erkennen. In den 1970er-Jahren half der Renault 5 dem Unternehmen, sich von der Ölkrise zu erholen und erfolgreich auf sparsamen Umgang mit Energie umzusteigen. Damals befürchteten die Menschen, dass das Öl verschwinden oder zumindest knapp und damit sehr teuer werden würde. Rund 50 Jahre später soll der neue Renault 5 zum Symbol eines weiteren Comebacks werden, das Renault in den erlesenen Club der Elektro-Champions führen wird.

**Umwerfend modern, ein
Symbol der Siebzigerjahre
und eine Allegorie der Pop-
Art.**

Ein erschwingliches und dabei wegweisendes Auto

Meine Intuition sagte mir, ich sollte eine Zeitreise unternehmen zu den Ursprüngen eines Autos, das zu einer Ikone wurde. Ich sollte es kennenlernen, um mich wirksam von ihm inspirieren zu lassen. 1972, als der Renault 5 auf den Markt kam, lebte ich in Afrika. Ich war fünf Jahre alt, aber schon damals fasziniert von allem, was Räder hatte, und ich wollte in diesem Bereich Karriere machen. In meiner Familie hatten wir nur Fiats. Ich erinnere mich, dass meine Mutter einen Fiat 127 hatte, den Konkurrenten des R5. Aber wir waren oft mit französisch sprechenden Leuten zusammen, und mir fiel auf, dass die Mütter meiner französischen Freunde alle einen Renault 5 fuhren. Ehrlich gesagt war ich noch etwas zu jung, um aktuelle Entwicklungen wirklich zu verstehen. Erst einige Jahre später, im Rückblick, erfuhr ich von der kreativen Genialität dieses Autos. Nur 3,52 m lang, aber vollgepackt mit Innovationen und kühnen Ideen. Es war wirklich beeindruckend! Umwerfend modern, ein Symbol der Siebziger und eine Allegorie der Pop-Art. Mit seinem fröhlichen Gesicht, den leuchtenden Farben, den glänzenden orangefarbenen Kunstledersitzen, der dreitürigen Karosserie, den Kunststoffstoßstangen, dem innovativen Seitenschutz und den integrierten Türgriffen. Der kleine Renault gab den Anstoß für ein neues Konzept: ein Auto, das erschwinglich, aber „edgy“ war, um ein Wort zu verwenden, das es noch nicht in die Alltagssprache geschafft hatte. Praktisch und verspielt, funktional, aber zufriedenstellend für den Fahrer. Für mich sah er ein bisschen wie ein kleiner R16 aus, das große Familienauto, das 1965 auf den Markt kam und lange vor dem Golf Neuland betrat, mit einer Heckklappe, die es wie eine Kreuzung zwischen Limousine und Kombi aussehen ließ. Wie sein Vorgänger hatte auch der R5 dieses äußerst nützliche Feature, das den Kofferraum größer und leichter zugänglich machte. Einen zu besitzen war kein Hinweis auf Ihren Lebensstandard. Aber es sagte viel über Ihren Lebensstil aus. Zum ersten Mal war das Prestige eines Fahrzeugs nicht direkt mit seiner Größe verbunden. Ein Paradigmenwechsel! Einen solchen Mix zu kreieren war eine ziemlich mutige Idee! Und mutig waren sie. Zunächst der Designer Michel Boué, einer der zehn Stylisten des Renault Studios. Er war ein zurückhaltender Mann, der vom Chef

Eine der Tugenden des R5 bestand darin, dass er die Truppen wirklich mobilisierte.

des 11. Designbüros als jemand beschrieben wurde, der bislang wenig Nennenswertes geleistet hatte und dessen Ideen regelmäßig abgelehnt wurden. Das war nicht der beste Start. Aber Boué war auch ein echter Enthusiast und Anhänger von Raymond Loewy, dem französisch-amerikanischen Pionier des Industriedesigns, der immer sagte: „Hässlichkeit verkauft sich nicht.“ Loewys Bestreben war es, Stil und Funktionalität in Einklang zu bringen, und zu seinen Hauptkunden zählten Shell, Coca Cola, Studebaker und Lucky Strike. Am 26. April 1967 reichte Michel Boué, von Loewy inspiriert, zwei Skizzen für das vertrauliche Projekt 122 ein. Die wichtigsten Merkmale waren bereits vorhanden: die kubischen Linien, die Heckklappe, der Kühlergrill mit dem schelmischen Lächeln und die großen Fenster. Der Mann hinter diesem brillanten Design-Coup beschrieb es als „ein kleines Objekt mit agilen Linien, in Harmonie mit einer femininen Ästhetik“. Es war gewagt, aber weitsichtig. Es war die Zeit der Frauenbefreiungsbewegung. Frauen wollten arbeiten gehen, also wurde ein zweites Auto benötigt. Ungewöhnlicherweise wurde das an diesem Tag enthüllte Modell fast sofort eingefroren. Es war eindeutig ein Fall von „gleich beim ersten Mal alles richtig gemacht.“ Um das Design richtig hinzubekommen, verwendete Boué eine weitere Innovation von Renault, das „Renaultrama“, das das Modell unter Fahrbedingungen im Maßstab 1:5 zeigte mit einer dahinter laufenden Landschaft. Virtuelle Realität im Stil der 1970er-Jahre! Ein anderer Mann, der bereit war, Risiken einzugehen, war Pierre Dreyfus, der CEO. Er fand das neue Konzept sofort „unterhaltsam und sympathisch“ und sagte: „Lasst es uns tun.“ Diese Begeisterung teilten alle, die an der Verwirklichung des Projekts beteiligt waren. Eine der Tugenden des R5 war, dass er die Truppe wirklich elektrisiert hat.

**Dies bestätigte meine
Vorstellung, dass Autos
Charisma haben können.**

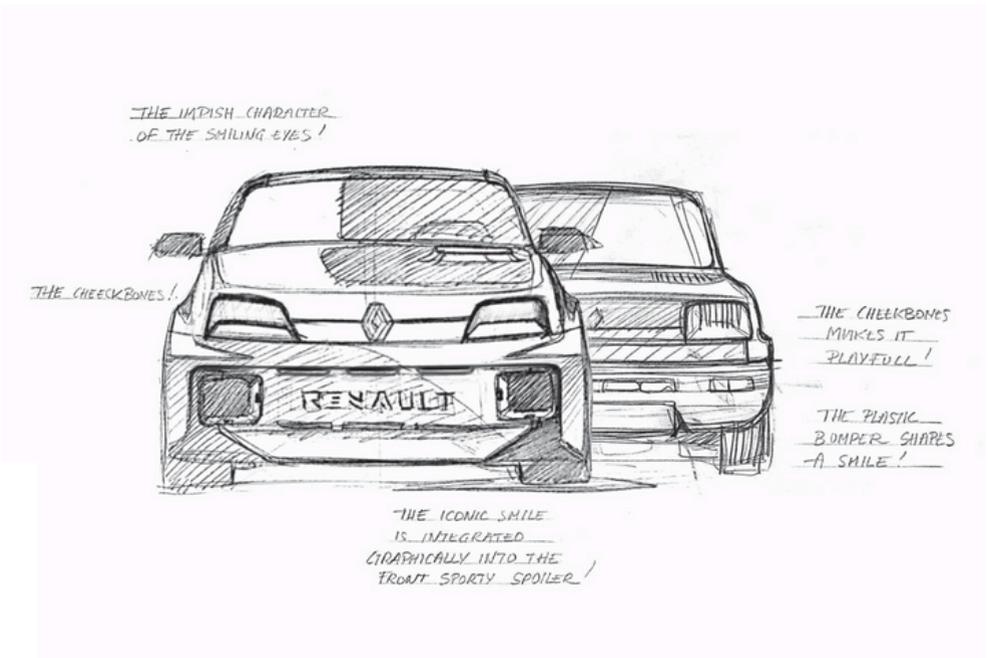
Zehn Jahre an der Spitze

Das hat meine Vorstellung bestätigt, dass Autos Charisma haben können. Soweit ich weiß, ist das etwas, das in der Welt der Industrie einzigartig ist. Diese Mischung aus Charme und Präsenz, diese undefinierbare Qualität, die die Person (oder in diesem Fall den Gegenstand) aus der Masse hervorstechen lässt. Heute ist dieses Thema aktueller denn je, da unsere Branche mit so vielen existenziellen Fragen konfrontiert ist. Wir müssen uns fragen: Wie können wir mit einem Lenkrad und vier Reifen noch immer Träume erschaffen? Wie schafft man es, dass sich die jüngere Generation sich in dieses Auto verliebt? Wie bringt man die Leidenschaft für Autos mit den neuen Umweltauflagen in Einklang? In dieser Hinsicht war der erste R5 eine wahre Quelle der Inspiration. Er brach alle Regeln und blieb trotzdem im Budget. Mit einem unbegrenzten Budget wäre es leicht gewesen, mit seiner Attraktivität zu spielen. Aber das war hier nicht der Fall. Also musste das kleine Stadtauto clever sein. Sein Design war revolutionär, aber die Mechanik konventionell. Der Motor war längs statt quer eingebaut, mit querliegenden Drehstäben hinten, einer vom 4L übernommenen Plattform und flachen Seitenfenstern, die leichter herzustellen war. Auch aus industrieller Sicht war der Renault 5 innovativ. Er war das erste Auto, das von zwei technologischen Durchbrüchen profitierte, die die Automobilindustrie revolutionierten: der Einführung des computergestützten Designs und der Installation der ersten Industrieroboter am Pilotstandort Flins. Dadurch konnten die Entwicklungskosten niedrig gehalten und das Investitionsbudget für glamourösere Aspekte freigemacht werden. Es war die richtige Entscheidung, denn die Verkäufe zogen sofort an. 1973 überstiegen die Verkaufszahlen die 100.000er Marke und der R5 belegte damit den fünften Platz im Markt ranking. Im folgenden Jahr wurde er das meistverkaufte Auto in Frankreich. Und er hielt den Spitzenplatz fast zehn Jahre lang! Bis die Motorhaube eines gewissen 205 dazwischenfunktete. Insgesamt wurden 5,5 Millionen R5 Fahrzeuge verkauft, bevor sie 1985 ihr endgültiges Ende fanden. Ein Ereignis, das noch einmal stilvoll inszeniert wurde, mit einem letzten Werbespot mit dem Titel: „Auf Wiedersehen, grausame Welt“.

**Augen statt Scheinwerfer,
Mund statt Nummernschild:
ein verblüffendes Beispiel
anthropomorphen Designs.**

Erstaunliche Zahlen. Um diese fabelhaften Ergebnisse zu erzielen, musste der kleine Renault – und das ist es auch, was ich an ihm liebe – wie ein Löwe kämpfen. Er forderte sich ständig selbst heraus, testete neue Versionen und eröffnete neue Wege. Der TS mit seinen eingebauten offenen Rücksitzen, der Alpine mit Kompressor, der muskulöse Turbo mit Mittelmotor und riesigen Kotflügelverbreiterungen, die Limousine mit längerem Radstand und herkömmlichem Kofferraum für den spanischen Markt, der TX mit seiner Premium-Ausführung, das Fünftürermodell „Le Car“ für den US-Markt. Und sogar eine Elektroversion – schon! –, entwickelt mit EDF: Bleibatterien mit einer Höchstgeschwindigkeit von 80 km/h und einer Reichweite von 110 km. Es hat nicht immer alles geklappt, aber egal. Fehler können jedem passieren, und der R5 meldete sich immer wieder mit neuen Ideen zurück. Dieser mutige Ansatz spiegelte sich in der Werbung wider, die auf Humor und einen Comic-Stil setzte - damals eine Premiere in der Automobilwelt. Augen statt Scheinwerfer, ein Mund statt eines Nummernschilds: ein erstaunliches Beispiel anthropomorphen Designs. Doch der Renault 5 hatte es nicht leicht. Er wurde ein Jahr vor der Ölkrise 1973 geboren und wuchs mit dem Ende des Nachkriegsbooms auf. Viele europäische Autos blieben infolge dieses quasi zivilisatorischen Wandels auf der Strecke. Doch der R5 hielt Kurs. Er ermöglichte es dem Unternehmen sogar, die Krise zu überstehen. Als Reaktion auf diese Situation brachte Renault 1976 eine GTL-Version auf den Markt. Dieses auf Kraftstoffeffizienz ausgelegte Auto war das erste, das die symbolische Grenze von 5 Litern pro 100 km unterschritt. Ich muss zugeben, dass dieser außergewöhnliche Markteinblick gewisse Neidgefühle auslöste. In Italien, aber auch anderswo. Ich kenne mehrere Konkurrenten, die gutes Geld bezahlt hätten, um in das Allerheiligste des R5 einzudringen und alle seine Geheimnisse zu lüften.

Ich wollte, dass der neue Renault 5 die tragende Säule unserer Elektropalette wird.



Eine natürliche Abstammung

Heute kann ich mir den R5 hoch oben vorstellen, wie er voller Zärtlichkeit und Leidenschaft auf seinen kleinen elektrischen Bruder herabblickt und, um eine der Anzeigen von damals zu zitieren, sagt: „Renault 5, das ist eine Familie!“ Diese natürliche Abstammung war es, die den Ausschlag für meine endgültige Entscheidung gab. Lasst es uns tun! Bevor ich am 2. Juli 2020 Guyancourt verließ, bat ich das Team, das orangefarbene Modell so schnell wie möglich in ein echtes Auto zu verwandeln. Es waren ein paar Änderungen erforderlich, aber es war eindeutig machbar. Im Sommer sah ich mir die ersten Skizzen auf einem Bildschirm an. Im Oktober war es bereits fertig. Unter der Leitung von Laurens van den Acker und Gilles Le Borgne machten sich die Design- und Entwicklungsteams in Lichtgeschwindigkeit an die Arbeit. Nicht zu vergessen die Unterstützung von Gilles Vidal, der im November desselben Jahres zum VP Design der Marke Renault ernannt wurde. Ein Tempoverkürzen kam für uns nicht infrage. Es stand viel auf dem Spiel, sodass wir die normale Entwicklungszeit für ein neues Modell drastisch verkürzen mussten. Ich wollte, dass der neue Renault 5 die tragende Säule unserer Elektropalette wird. Als ich am 14. Januar 2021 das Projekt „Renaulution“ vorstellte, war das Konzeptmodell bereits fertig und stand hinter mir auf der Bühne. Ich wählte es als Symbol für die neue Strategie des Konzerns. Das war nur sechs Monate, nachdem ich den Ingenieuren am 2. Juli grünes Licht gegeben hatte. So unglaublich es auch klingen mag, dies ist genau das Auto, das 2024 in Produktion gehen soll! Als der Fiat 500 sein Comeback feierte, wurde mir etwas klar: Manche Produkte sind magisch. Man muss keine endlosen Diskussionen führen, alle sind sich immer einig, was zu tun ist. Und sie tun es. Es gibt kein Nachlassen und keinen Stillstand. Wenn ein Unternehmen ein Auto wiederbelebt, das so viele schöne Erinnerungen hinterlassen hat, steckt es eine Menge Liebe hinein. Das ist immer ein gutes Zeichen für die Zukunft, denn die Kunden erkennen es. Sie können die Liebe sehen, die in das Auto geflossen ist. Tag für Tag habe ich die Wiedergeburt mit großer Spannung verfolgt.

Ich bin ein echter Produktfreak und interessiere mich für jedes Detail eines neuen Modells. Das ist ein Teil von mir. Ich bin während der Entwicklung des neuen R5 Dutzende Male um ihn herumgegangen, habe ihn fast obsessiv beobachtet und intensive, kritische Diskussionen organisiert, die zu zahlreichen Änderungen geführt haben, sowohl kleineren als auch größeren. Beispielsweise können Kunden die Farbe des Schalthebels am Lenkrad wählen. Meine Inspiration dafür habe ich mir von Lippenstiftetuis geholt! Eine meiner festen Überzeugungen ist es, sicherzustellen, dass das Design eines neuen Autos mit seinem ursprünglichen Konzept identisch ist. Meiner Meinung nach ist das die einzige Möglichkeit, einen Traum zu verkaufen, der Wirklichkeit geworden ist. Dafür habe ich persönlich gesorgt. Deshalb haben wir die kleine Ladestandsanzeige auf der Motorhaube behalten. Einer der größten Höhepunkte während dieser drei Jahre Entwicklung war, als ich mich zum ersten Mal ans Steuer setzte. Am 3. Juli 2023, genau drei Jahre nach meinem ersten Besuch im Technocentre, wurde ich eingeladen, das Auto in Aubevoye zu fahren, eine unserer Teststrecken rund hundert Kilometer von Paris entfernt. Niemand konnte das Auto erkennen, das hinter einer Tarnfolie verborgen war. Ich setzte mich in Begleitung eines der für das Projekt verantwortlichen Ingenieure ans Steuer. Es war ein Moment purer Freude mit spektakulären Fahrgefühlen und guter Leistung. Ich machte meinem Beifahrer ein Kompliment. Seine Antwort brachte mich zum Lächeln. „Letztendlich ist es das Auto des Chefs, also konnten wir uns keine Fehler leisten!“ Na, was soll man sagen ... Wird Renault wieder zu dem menschenorientierten, freundlichen und zugänglichen Unternehmen, das es immer war, insbesondere in seinen besten Zeiten? Das hoffe ich wirklich. Es schien mir, dass die Wiederbelebung eines Kultfahrzeugs zu diesem Prozess beitragen würde. Wir sind definitiv auf dem richtigen Weg!

**Ziel ist es, die elektrische
Moderne populär zu machen.**



Vollgepackt mit Software

Ikonisch, aber am Puls der Zeit. Obwohl die Linien bekannt sind, hat der neue Renault 5 eigentlich sehr wenig mit seinem Vorgänger gemeinsam. Wir haben einige radikale Entscheidungen getroffen, um ihm eine echte Persönlichkeit zu verleihen. Auf dem Markt für Elektrofahrzeuge, der von Elon Musks Tesla revolutioniert und von den neusten Innovationen chinesischer Hersteller durchgeschüttelt wurde, ist kein Platz für Autos, die weder das eine noch das andere sind. Man kann nicht einfach Batterien in eine herkömmliche Karosserie stecken. Der R5 stellt sich dieser Herausforderung, indem er ein Segment anvisiert, das von diesen neuen Akteuren bisher vernachlässigt wurde: kleine, erschwingliche Stadtautos. Vollgepackt mit Innovationen und Software soll er die elektrische Moderne populär machen. In diesem Geschäft beginnt alles mit der Plattform. Die R5 Plattform wurde ausschließlich für elektrische Antriebssysteme entwickelt. Ich habe zu diesem Punkt lange Diskussionen mit den Ingenieuren von Renault geführt. Einige von ihnen verteidigten die Idee eines Hybridautos, das auch einen Verbrennungsmotor hätte. Aber letztendlich bringt uns unser Design einen großen Vorteil. Wir sind die Ersten in Europa, die diese Entscheidung treffen. Das verschafft uns einen Vorsprung von mindestens zwei Jahren gegenüber unseren Mitbewerbern. Konkret hat der Renault 5 nur vier Batteriemodule – das ist ein Drittel der üblichen Anzahl. Die Einsparungen bei Gewicht und Platz sind beträchtlich. Außerdem habe ich darauf bestanden, das Auto mit interaktiver Technologie vollzupacken. Es soll ein nützlicher Begleiter mit echtem Charakter sein.

Nützlich? Es ist das erste Auto, das CO₂-freie Energie ins Netz zurückspeisen kann. Diese technische Funktion kostet den Hersteller Geld, ist aber für die Verbraucher großartig. Unsere Umfragen zeigen, dass sie bis zu 50 % ihrer Stromrechnung einsparen können. Charakter? Das Auto wird einen eigenen Avatar namens Reno haben, der zwischen dem Armaturenbrett und dem Smartphone des Fahrers navigiert. Eine kleine Figur, die mit künstlicher Intelligenz ausgestattet ist und Fahr-Tipps geben oder vorab Informationen zu den Orten liefern kann, die das Auto durchfährt.

**Der neue Renault 5 steht
in der Tradition seines
Vorgängers, ist aber mit
moderner Technologie
ausgestattet und
trotzdem immer noch ein
bisschen ein Popkultur-
Auto!**

Wie ein Tamagotchi wird es leben und lernen. Dadurch wird das Auto menschlicher. Es ist auch ein Hauch von Selbstironie, der nur bei einer führenden Marke möglich ist. Der neue Renault 5 folgt seinem Vorgänger, ist aber mit moderner Technologie ausgestattet und hat dennoch etwas von einem Popkultur-Auto! Zudem besitzt er alle Qualitäten eines viel größeren Modells, da er Ferndiagnosen und Updates bietet. Mit wettbewerbsfähigen Preisen wird er zu einem echten Game Changer in der Automobilbranche. Mit einer Reichweite von 300 km!

**Die Mission dieses
Autos besteht darin,
Renault wieder mit
Frankreich zu
verbinden.**

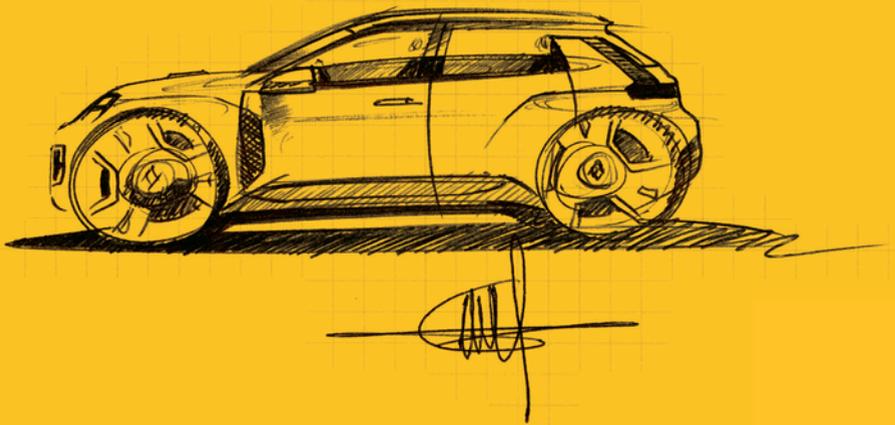
Hergestellt in Frankreich

Ist das alles? Nicht ganz. Das Produkt ist mir sicherlich sehr wichtig. Aber es ist auch ein Abenteuer mit einer anderen Seite, die für Frankreich und für Renault von entscheidender Bedeutung ist. Ich spreche hier von dem industriellen Wiederaufschwung und unseren Bemühungen, einen Niedergang zu verhindern. Aus wirtschaftlicher Sicht wäre es bei Weitem einfacher, den neuen Renault 5 anderswo, in Niedriglohnländern, zu bauen. Viele Kollegen im Unternehmen haben mich dazu ermutigt. Wieder einmal habe ich mir die Ideen aller angehört, aber ich habe nicht nachgegeben. Und ich habe meine Entscheidung getroffen. Dieses Auto hat die Mission, Renault wieder mit Frankreich zu verbinden. Das Konzept der Deindustrialisierung und Verlagerung hinter uns zu lassen, die noch vor drei Jahren mit der Marke in Verbindung gebracht wurden. Mein Denken basiert auf einer unerschütterlichen Überzeugung: Wenn Sie ein Auto kaufen, kaufen Sie ein Stück der Industriekultur dieses Landes. Wenn wir es von seinen Wurzeln abschneiden, indem wir es anderswo bauen, verliert es seine Seele. Am Steuer eines Alfa Romeo denken Sie beispielsweise daran, im Urlaub auf italienischen Straßen zu fahren. Am Steuer eines Renault 5 müssen Sie sich eine französische Umgebung vorstellen. Ich bin überzeugt, dass die Verbraucher in dieser Hinsicht sehr sensibel sind. Vorausgesetzt natürlich, es kostet nicht mehr! Ich würde nie sagen, dass es einfach war, aber wir haben es geschafft. Wir werden dem Modell „Made in France“ neues Leben einhauchen, ohne dabei finanzielle Einbußen hinnehmen zu müssen. Der neue Renault 5 wird in Douai in der Region Hauts de France montiert. Eine starke Anspielung auf den ursprünglichen R5, der das erste Fahrzeug war, das in diesem Werk vom Band lief. In der Nähe haben wir ein riesiges Ökosystem für Elektroautos aufgebaut, das wir ElectriCity genannt haben. Für diese Markteinführung wurden über 10 Milliarden Euro an direkten und indirekten Investitionen in diese Region geleitet. Wir errichten einen großen Industriekomplex mit zwei Montagewerken und zwei Gigafabriken für Batterien, von denen eine von Verkor, einem französischen Start-up, betrieben wird. Ziel ist es, den CO₂-Fußabdruck des gesamten Systems zu begrenzen: 80 % der Zulieferer befinden sich in einem Umkreis von 300 Kilometern.

**Wir haben während der
Entwicklung dieses Autos
bereits viel gelernt.**

Dadurch werden auch die Logistikkosten gesenkt und die Umweltbelastung verringert. In den vergangenen drei Jahren haben wir unnötige Ausgaben aufgespürt und alle Möglichkeiten gesucht, unsere Selbstkosten zu senken. Ohne Ende. Dadurch konnten wir die Zahl der Teile, die wir für unseren Autobau verwenden, drastisch reduzieren. Als ich in das Unternehmen kam, brauchten wir für einen Kleinwagen bis zu 2.600. Inzwischen ist diese Zahl bei neuen Modellen durchschnittlich unter 1.300 gesunken und beim Renault 5 sogar auf weniger als 1.100. Die Vorteile sind vielfältig: Das Auto kann schneller zusammengebaut werden und die Qualität macht einen enormen Sprung nach vorne. Vor allem haben wir die Entwicklungszeiten von vier auf drei Jahre verkürzt, und ich denke, wir können sie noch weiter verkürzen. Wir haben keine andere Wahl. Die Autoindustrie muss agiler werden, um die vielen technologischen Veränderungen zu bewältigen, die in immer schnellerem Tempo stattfinden werden. Im Batteriesektor beispielsweise ist es nicht unmöglich, dass einige Werke veraltet sind, bevor sie überhaupt ihre Tore öffnen. Wir haben bei der Entwicklung dieses Autos bereits viel gelernt. Aber es ist nur das erste Glied in einer langen Kette. Wir werden auf derselben Plattform den Renault 4 (eine weitere Ikone des Konzerns) und ein Alpine Modell bauen. Ihnen werden der elektrische Twingo und viele andere folgen. Die Renault Familie wird in den kommenden Jahren stetig wachsen. Aber mit dem Renault 5 E-Tech 100% elektrisch werde ich immer eine besondere, emotionale Verbindung haben. Mein erstes Baby bei Renault.

Luca de Meo, CEO, Renault Group



Skizze von Gilles Vidal -
Vizepräsident Design, Marke Renault

R5, la belle histoire

*Drei Jahre im Herzen eines Projekts,
das Renault veränderte*