

www.daihatsu.de **o**-motion

Das Magazin für DAIHATSU-Freunde

TEEZEREMONIE
PAUSE FÜR DIE SEELE

GRAFIKDESIGN
KRAFTVOLLE BILDER



Schutzgebühr 2,80 Euro

STADT MIT
CHARAKTER

EINE DRESDEN-REISE
IN BILDERN

Perfekt
aufgestellt

Mehr Spielraum für Ihre Mobilität.



Sicher: Kfz-Versicherungen

Optimaler Schutz und clevere Extras. Mit unseren Kfz-Versicherungen profitieren Sie von preiswerten Konditionen und maximalem Service aus einer Hand.

Flexibel: Clever Finanzierung

Variable Laufzeiten, niedrige Raten, und am Ende entscheiden Sie: mit Schlussrate oder ohne, einfach ablösen oder bequem finanzieren.

Setzen Sie auf ein unschlagbares Team

Manchmal liegt das Gute ganz besonders nah. Ihr DAIHATSU Partner und DAIHATSU Financial Services sorgen dafür, dass Sie zu besonders günstigen und individuellen Konditionen mobil sein können. Die Clever Finanzierung lässt Ihnen einfach mehr Möglichkeiten. Und auch bei den DAIHATSU Kfz-Versicherungen ist der umfassende und persönliche Service stets inklusive. So haben Sie also sicher gut kombiniert – mit den Finanzdienstleistungen von DAIHATSU Financial Services, die perfekt zu Ihrem neuen DAIHATSU passen. Mehr Infos gibt es bei Ihrem DAIHATSU Partner und im Internet. www.daihatsu-fs.de



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Freunde der Marke DAIHATSU,

die Hauptrolle in der Sommerausgabe der d-motion spielt natürlich unser jüngstes Familienmitglied: der CHARADE. Unsere Städtetour präsentiert den CHARADE vor der grandiosen Kulisse des barocken Dresdens. Schon im Frühjahr begleiteten die Händler ihre ersten CHARADE auf einer Sternfahrt in ihre Autohäuser. Und auch beim Tag der offenen Tür zwei Monate später bereiteten die DAIHATSU-Partner dem CHARADE ein großes Sommerfest. Dort hatten wir auch Gelegenheit, mit vielen Kunden und DAIHATSU-Fans zu sprechen. Ihre Meinung zum neuen Modell ist einhellig: Der CHARADE ist ein Volltreffer und das neue Highlight im Modellprogramm der Marke.

Es ist mir bei aller Freude über das neue Modell dennoch ein persönliches Anliegen, auch jetzt, einige Monate nach der Tsunami-Katastrophe, noch einmal kurz innezuhalten. Zwar stehen die Folgen der Naturkatastrophe nicht mehr im Mittelpunkt der Berichterstattung, dennoch gehören unsere Gedanken und unsere Anteilnahme allen Japanerinnen und Japanern, die noch für lange Zeit unter den Folgen zu leiden haben werden. Unser Mutterkonzern hat sich dazu verpflichtet, aus ganzer Kraft bei der Hilfe für die Opfer und dem Wiederaufbau in Japan mitzuwirken.

Matthias Heinz, Geschäftsführer DAIHATSU Deutschland GmbH

Wie gefällt Ihnen die
aktuelle d-motion?
Möchten Sie Lob oder
auch Kritik loswerden?
Schreiben Sie uns!
d-motion@daihatsu.de



INHALT

DER NEUE CHARADE

4 Malerisches Elbflorenz
Eine Reise durch das barocke
Dresden im neuen CHARADE

10 Sternfahrt
DAIHATSU-Händler begrüßten
den CHARADE mit einer Sternfahrt

DAIHATSU

14 Überflieger zu Besuch
Ein Integrationsprojekt für Jugend-
liche macht Station bei DAIHATSU

20 Offene Türen
DAIHATSU-Händler feiern mit ih-
ren Kunden ein großes Sommerfest

23 Ein Typ mit Klasse
Der CHARADE glänzt mit einer be-
sonders günstigen Typklassen-Ein-
stufung bei der Kfz-Versicherung

24 Werterhalt
DAIHATSU-Modelle sind auch
als Gebrauchtwagen gefragt

JAPAN

16 Design aus Japan
Zwei Künstler, zwei Sichtweisen:
japanisches Design der Moderne

26 Der Sommer ist da
Grillvergnügen auf
Japanisch

28 Der Weg des Tees
Die uralte japanische Teezeremonie ist eine
Pause für die Seele

33 Der Karren ist aller Wagen Anfang
Lernen Sie Japanisch, Folge 3

NEWS

12 DAIHATSU-Chic
Neue Sommer-Trends für Sie und Ihn aus dem
d-shirt Shop

13 Japan in Deutschland
Veranstaltungstipps aus dem
umfangreichen Programm des
Festjahres „150 Jahre Deutsch-
Japanische Freundschaft“



UNTERWEGS



ELBFLORENZ

FOTOS UND TEXT: JÖRG SCHWIEDER

Dresden in Bildern





FRAUENKIRCHE

Würde man unter den Besuchern Dresdens eine Umfrage starten, wäre die neu aufgebaute Frauenkirche (auf dem Titel dieser Ausgabe und links oben) sicher Reisegrund Nummer eins. Die schwarzen Steine in der Fassade stammen aus dem Originalbestand.

SEMPEROPER

Der Theaterplatz vor der Semperoper beeindruckt durch seine großzügigen Dimensionen und ist so etwas wie der Dreh- und Angelpunkt für jede Besichtigung. (Links die Semperoper, rechts die Katholische Hofkirche, mit 4.800 Quadratmetern Grundfläche die größte Kirche Sachsens. Im Rücken des Fotografen: der Zwinger.)

EINE BILDERREISE DURCH DRESDEN überrascht, denn die Landeshauptstadt Sachsens bietet neben einem beeindruckenden Barock-Ensemble auch interessante Rest-Bestände aus der DDR-Zeit sowie moderne Architektur. Unser Reisebegleiter durch die Stadtgeschichte war der neue CHARADE.





EINE STADTRUNDFAHRT ...

... im roten Doppeldecker bietet sich gerade für Tagesausflügler an, denn zu Fuß kann man Dresden an einem Tag kaum durchschreiten und in Ruhe die vielen malerische Details der Fassaden entdecken.

DRESDEN: BAROCKES GESAMTKUNSTWERK





DER ZWINGER

Er gilt als Meisterwerk des europäischen Barock und verlangt vom Betrachter aufgrund seiner Größe eine gehörige Portion Zeit und Ausdauer: Der Zwinger (Bild unten) mit Kronentor, Pavillons, Nymphenbad, seinen vielfältigen Steinmetzarbeiten, Putten, Bögen und Säulen bietet eine überwältigende Opulenz, die ohne weiteres ein ganzes Tagesprogramm füllen könnte. Kaum zu glauben, dass die Prachtbauten des Geländes zwischen den Stadtmauern im zweiten Weltkrieg vollständig zerstört und zwischen 1945 und 1963 wiederaufgebaut wurden. Ein Tipp: Gerade nachts tauchen Scheinwerfer und Laternen das Gelände in ein märchenhaftes Licht und bieten ganz neue Eindrücke.

UNSER TREUER BEGLEITER: DAIHATSU CHARADE

Man kann Dresden ohne weiteres mit dem Auto bereisen, anders als in anderen großen Städten hält sich der Verkehr hier noch in Grenzen. Das historisch grobe Kopfsteinpflaster war für das Fahrwerk unseres CHARADE eine Prüfung, die er allerdings bravourös gemeistert hat. Ohne jedes Poltern, Knistern und Knarzen brachte uns der neue DAIHATSU komfortabel von A nach B.



Dresden grüßt seine Gäste

IM ABENDLICHT

Besonders schön kommen die prächtigen Fassaden im Licht der beginnenden Abendstunden zur Geltung. Zu dieser Zeit füllen sich die kleinen Gassen der Altstadt auch zusehends mit Passanten, auf der Suche nach einem gepflegten Restaurant. Davon gibt es viele in Dresden, und viele bieten eine vorzügliche Küche, oft mit heimischen Spezialitäten zu erschwinglichen Preisen.



HERZLICHEN DANK AN DAS AUTOHAUS WINKLER!

Die Redaktion und DAIHATSU Deutschland bedanken sich ganz herzlich beim DAIHATSU Autohaus Winkler (in Radebeul bei Dresden) und seinem Team für die freundliche Leihgabe eines DAIHATSU CHARADE für diese Fototour!



LEBEN MIT KONTRASTEN

Die Epoche, um die offizielle Dresden-Reiseführer gerne einen großen Bogen machen, ist die nach dem Ende des zweiten Weltkriegs bis zur Wiedervereinigung. Doch natürlich hat auch die DDR ihre Spuren hinterlassen (soweit sie nicht dem Abrissbagger zum Opfer gefallen sind) und bildet mit ihren strengen Zweckbauten einen herben Kontrast zum märchenhaften, überbordenden Barock vergangener Jahrhunderte.



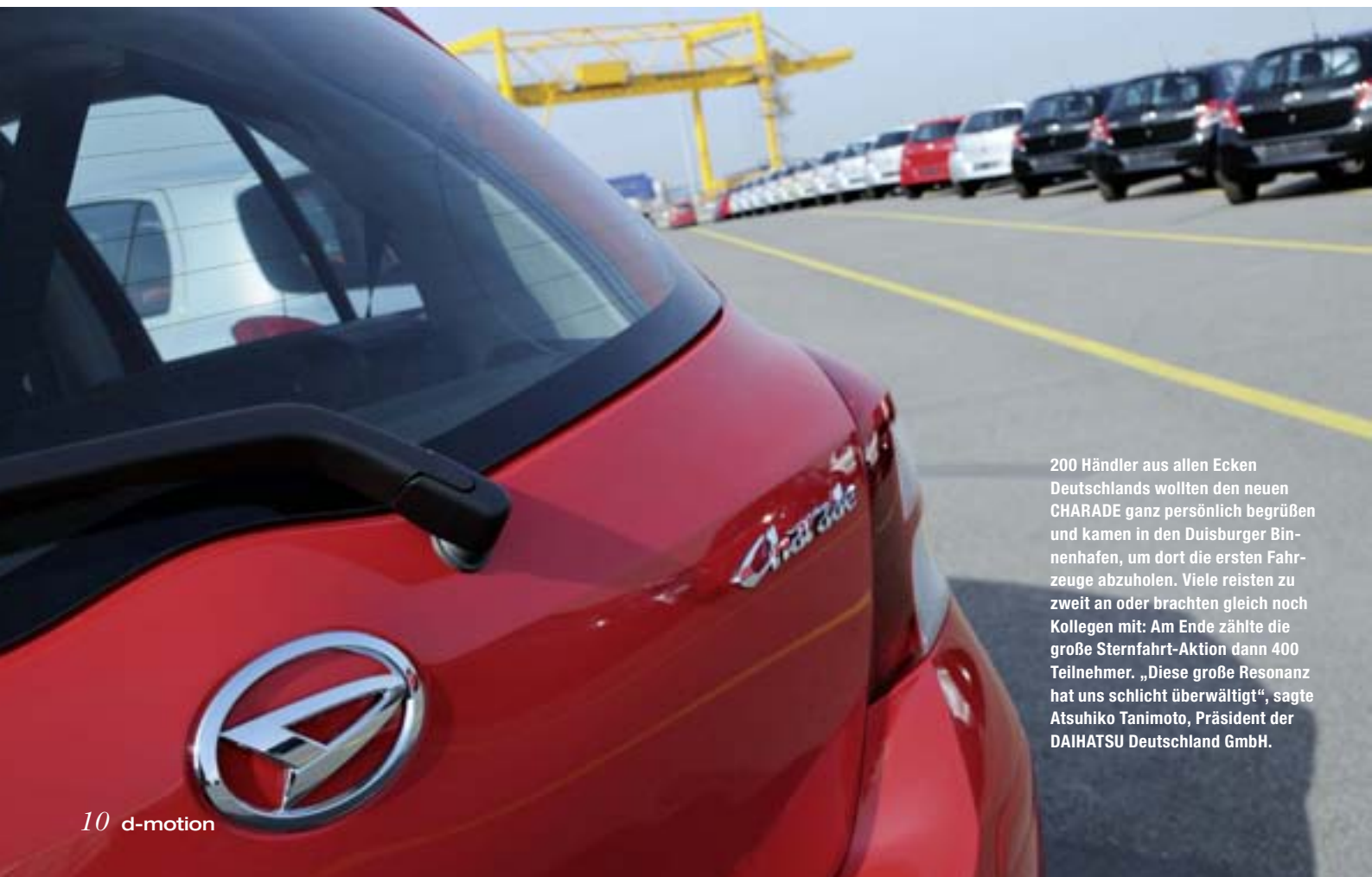
FOTOGRAFEN-ELDORADO

Fotografen finden in Dresden Motive in Hülle und Fülle, ob nun mittendrin, an den Elbufern, in den Parkanlagen oder in den Wohnvierteln.



EIN STERN ZUR BEGRÜSSUNG

Die Einführung des neuen DAIHATSU CHARADE feierten die Händler auf eine ganz besondere Weise: Sie trafen sich im Duisburger Binnenhafen, um ihren brandneuen CHARADE Vorführwagen in einer Sternfahrt persönlich zu ihren Autohäusern zu fahren.



200 Händler aus allen Ecken Deutschlands wollten den neuen CHARADE ganz persönlich begrüßen und kamen in den Duisburger Binnenhafen, um dort die ersten Fahrzeuge abzuholen. Viele reisten zu zweit an oder brachten gleich noch Kollegen mit: Am Ende zählte die große Sternfahrt-Aktion dann 400 Teilnehmer. „Diese große Resonanz hat uns schlicht überwältigt“, sagte Atshiko Tanimoto, Präsident der DAIHATSU Deutschland GmbH.

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

Rund 200 DAIHATSU-Händler waren nach Duisburg gekommen, um ihre Vorfreude auf das neueste DAIHATSU-Modell zu zeigen. Fast 300 DAIHATSU CHARADE warteten auf sie im Duisburger Hafen auf dem Gelände des Dienstleisters BLG Logistics, der schon die ersten DAIHATSU-Fahrzeuge in Europa umschlug. Sogleich sahen sich die Händler die neuen Fahrzeuge ausgiebig an. Viele konnten es kaum erwarten, endlich die mitgebrachten Nummernschilder für die Heimfahrt anzubringen.



„Der neue CHARADE ist eine echte Bereicherung unserer Modellpalette.“

Matthias Heinz, Geschäftsführer DAIHATSU Deutschland



„Eine tolle Idee, um den CHARADE einzuführen. Ein schönes Auto, das unseren Kunden gefallen wird.“

Axel Harms, Autohaus H. J. Oldenburg/Rehna (Mecklenburg-Vorpommern)

GROSSE VORFREUDE AUF DEN NEUEN

Doch bevor die Händler mit ihrem CHARADE nach Hause fahren konnten, gab es ein Dankeschön von DAIHATSU Deutschland an alle angereisten Händler: Nach einem kleinen Frühstücksbuffet und einer Ansprache von Präsident Atsuhiko Tanimoto und Geschäftsführer Matthias Heinz folgte eine Showeinlage mit den traditionellen japanischen Taiko-Trommeln, bevor es zur eigentlichen Überraschung kam. Alle Händler hatten zuvor mit

den zweiten. Jetzt galt es für die beiden Händler, um den Preis zu kämpfen. Unter den unbestechlichen Augen von Schulungsleiter Michael Lamertz mussten die beiden Finalisten einen kompletten Rädersatz mithilfe des Radkreuzes auf einen CHARADE montieren. Beide montierten die Räder in Rekordzeit, und mit nur einer Sekunde Vorsprung hatte Andreas Klebs aus Horneburg die Nase vorn. „Unseren Gewinn behalten wir selbst“, freute sich Klebs über seinen ganz privaten CHARADE. Auf die Fahrt zurück nahmen die Händler das Gefühl einer besonders gelungenen Auftakt-Veranstaltung mit. Das war Atsuhiko Tanimoto und Matthias Heinz auch besonders wichtig. „Unsere Händler haben stets eine hohe Treue zu DAIHATSU und auch zu Japan bewiesen“, erklärte Präsident Tanimoto. „Ich sehe die Verbundenheit zu meinem Land auch in der hohen Hilfsbereitschaft nach der Tsunami-Katastrophe“, bedankte sich Tanimoto. Geschäftsführer Heinz schloss sich an: „Wir haben sehr gute Händler, die eine hohe Begeisterung bei der CHARADE-Einführung zeigen, diese Veranstaltung ist auch ein Dank an unsere Händlerschaft“, so Heinz. ▶



Präsident Tanimoto begrüßte alle Händler persönlich.



Nach einer Verlosung durften sich die Händler beim Radwechsel beweisen. Als Preis winkte ein CHARADE.



Trommeln zur Begrüßung: Die kraftvollen japanischen Taiko-Trommeln beeindruckten die Gäste.

der Abgabe ihrer Empfangsbestätigung einen kleinen Schlüssel erhalten. Diesen galt es nun einzusetzen, denn in zwei Plexiglastresoren lagen ein Radkreuz und eine Stoppuhr. Garantiert nur zwei Schlüssel passten auf die Tresore und boten somit die Chance auf den Gewinn eines DAIHATSU CHARADE!

KNIFFLIGE AUFGABE FÜR DIE HÄNDLER

Norddeutschland machte die Sache dann unter sich aus: Andreas Klebs aus Horneburg war der Erste, der einen der beiden Plexiglaswürfel knackte, Michael Becker aus Bremen öffnete kurz danach



„Ich freue mich, hier zu sein, die Händler treffen sich alle und fahren dann gemeinsam los, der Weg ist das Ziel. Das ist etwas sehr Schönes“

Roman Menkhof, Fa. Bernd Menkhof, Fürth (Bayern)



FOTOS: MARTIN HEYING

Mit DAIHATSU beweisen Sie eigentlich immer guten Geschmack: zum Beispiel mit diesen Sommerhighlights aus dem d-shirt shop! Diese und viele weitere Accessoires im DAIHATSU-Look finden Sie unter: daihatsu.spreadshirt.de

DER SOMMER WIRD DAIHATSU!



Witziger Familienlook in Rot-Weiß: mit dem knuffigen Baby-Body in Rot fährt auch der Nachwuchs schon DAIHATSU.



Das Damen T-Shirt in Rot oder Weiß mit kurzen Ärmeln sitzt perfekt dank figurbetontem Schnitt.



Mit der Hundebandana von DAIHATSU bekennt Bello Farbe.



Etwas legerer: Das Herren Baseball-Shirt in Weiß mit roten Ärmeln

Extra clever: CHARADE für kleines Geld

DAIHATSU Financial Services macht aus dem Traum vom neuen CHARADE Wirklichkeit: Dank der „Clever Finanzierung“ passt das neueste Modell von DAIHATSU in jedes Haushaltsbudget. Ihr DAIHATSU-Partner demonstriert Ihnen gerne am konkreten Beispiel, wie flexibel und günstig die Einstiegsfinanzierung sein kann. Einfach mal vorbeischaun! Weitere Informationen finden Sie natürlich auch unter www.daihatsu.de im Bereiche „Financial Services“.



Terminkalender: Japan erleben

Das Festjahr zum **Jubiläum „150 Jahre Deutsch-Japanische Freundschaft“** bietet in diesem Jahr ein besonders breites Angebot von Kultur und Kunst, Ausstellungen und Aufführungen von japanischen Künstlern. Viele der Veranstaltungen sind einmalige Gelegenheiten, ein Stück japanischer Kultur hier im eigenen Land kennenzulernen. (Komplettes Programm: www.de.emb-japan.go.jp/dj2011)

EINIGE HIGHLIGHTS DER VERANSTALTUNGEN IM SOMMER UND HERBST:

● September bis Oktober 2011: **HOKUSAI-AUSSTELLUNG**

Mit einer Umfrage erkundete im Jahre 2000 das Magazin „Life“, wer die bedeutendsten Künstler der Kunstgeschichte weltweit seien. Hokusai kam auf Platz 17, noch vor Picasso. Zum ersten Mal ist dem weltweit berühmten japanischen Künstler Hokusai (1760–1849) mit der Ausstellung im Martin-Gropius-Bau (Berlin) eine große Retrospektive gewidmet. (www.berlinerfestspiele.de)



● 07. – 14.09.2011: **KARATE IN DÜSSELDORF**

20-jähriges Jubiläum des Europäischen Zentrums für Shorinryu Shidokan Karate-do in Düsseldorf unter Teilnahme von 9 japanischen Großmeistern der Kampfkunst (www.shorinryu.de/)



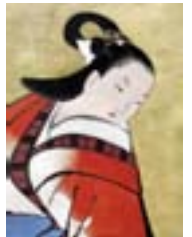
● 08.09.2011: **NACHT DES TRADITIONELLEN JAPANISCHEN BUYO**

Traditionellen japanischen Tanz der Schule Souke Kanzaki Ryo erleben: in der Reithalle in München (www.reithalle-muenchen.de)

● 10.09.2011 – 22.01.2012:

SAMURAI, BÜHNENSTARS UND SCHÖNE FRAUEN

Die dramatische Welt der japanischen Farbholzschnittmeister. Mit der Ausstellung im Museum Kunst Palast, Düsseldorf, wird zum einen die farbenprächtige Welt der japanischen Farbholzschnitte eingeführt. Zum anderen wird das westliche Verständnis für japanische Kultur gefördert. (www.smkp.de)



● 16. – 18.09.2011:

DAS FÜRSTLICHE GARTENFEST – JAPANISCHE GÄRTEN

Gartenkultur in Japan und Japanische Gärten in Deutschland, gezeigt im Schloss Wolfsgarten, Langen. (www.gartenfest.de)



● 03. – 27.10.2011: **GO BERLIN!**

Im Mittelpunkt der Ausstellung wird das Go-Spiel in allen Facetten stehen. Neben Ausstellungstafeln werden im Zen-Zentrum Eisenbuch (Berlin) auch Videos gezeigt. Zugleich sind Vorträge und Vorführungen geplant. (www.eisenbuch.de)

● 18.11.2011: **DIE FUCHSFEE – JAPANISCHE MÄRCHEN UND MYTHEN**

9. Düsseldorfer Märchenwochen im EKO-Haus der japanischen Kultur, Düsseldorf. Fuchsféen sind in der japanischen Mythologie Geister von Füchsen, die den Menschen in vielerlei Gestalt in japanischen Sagen und Legenden begegnen, um eine Geschichte zu erzählen. (www.eko-haus.de)

● 25. – 27.11.2011 **32. BERLINER KRANICH – INTERNATIONALES GO-TURNIER**

Der Berliner Kranich ist das traditionelle große Berliner Go-Turnier mit rund 170 Teilnehmern. (<http://ini.hu-berlin.de/kranich>)



And the Winner is ...

Über ein brandneues Apple iPad und ein Navigationsprogramm freut sich Jürgen Matischak aus Gelsenkirchen (r.). Er ist der Sieger des großen Gewinnspiels zur Einführung des neuen CHARADE Anfang des Jahres. Die Übergabe des Gewinns fand im Autohaus Haeusler in Bochum statt. Andreas Haeusler (l.) gratulierte dem Gewinner herzlich. DAIHATSU Deutschland und das d-motion Team schließen sich an und wünschen viel Spaß mit dem iPad!



Zwei Jahrzehnte treu

Eine ganz besondere Leserzuschrift erreichte uns von einer treuen DAIHATSU-Fahrerin aus Kiel. Seit fast zwei Jahrzehnten begleitet sie nun schon ihr CHARADE der ersten Generation: „Auch bei Eis und Schnee und Frost, bei größter Hitze oder nach einigen Urlaubswochen – mein CHARADE sprang immer beim ersten Starten an und schnurrte wie ein Uhrwerk.“

Gerade ist sie wieder durch den TÜV gekommen mit ihrem Fahrzeug: „Die kleinen Mängel sind kaum der Rede wert, denn alle wichtigen Dinge sind in Ordnung. In den vielen Jahren sind nur die wichtigsten Teile erneuert worden, wie Batterie, Reifen, Auspuff. Ich hatte niemals größere Reparaturen“, freut sich unsere Leserin. „Ich kenne wirklich niemanden, der so ein altes Auto besitzt und so zufrieden ist wie ich“, so ihr Fazit. „Mein CHARADE und ich – wir sind miteinander alt geworden. Darauf bin ich sehr stolz und gleichzeitig auch sehr dankbar.“

Das d-motion-Team dankt für diese tolle Zuzschrift und wünscht noch viele weitere Jahre mit ihrem jung geliebten CHARADE!



Ein japanisches Unternehmen mit Sitz in Deutschland, Mitarbeitern aus Japan, Deutschland und dem Rest der Welt, die in der Business-Sprache Englisch kommunizieren: Multikulturelle Kompetenz gehört bei DAIHATSU Deutschland zum Alltag. Das macht den Importeur zum idealen Exkursionsziel für die „Überflieger“, ein Integrationsprojekt für Jugendliche der Caritas mit kunterbunten Nationalitäten, die einen Tag lang hinter die Kulissen blicken durften. Die Besucher waren so beeindruckt, dass sich die Überflieger-Botschafterinnen Dilan Kulusari und Aylin Uzun mit einem Erlebnisbericht bedankten.



ÜBERFLIEGER LANDEN BEI DAIHATSU



Strahlende Gesichter bei den „Überfliegern“. Die Jugendlichen durften den DAIHATSU-Mitarbeitern über die Schulter schauen ...



DIE KREFELDER ÜBERFLIEGER

Gemeinsam durchstarten, das ist das Ziel des Projektes „Überflieger“, das die Caritas Krefeld und der Fachdienst für Integration und Migration ins Leben gerufen haben. Das Projekt spricht Jugendliche aller Nationalitäten und Schulformen zwischen 14 und 20 Jahren an, „die motiviert sind, sich mit sich selbst und ihrer Zukunft auseinanderzusetzen“, unterstreicht Projektkoordinatorin Patricia Jurado. „Unser Ziel ist es, Jugendlichen einen geschützten Raum zu bieten, in dem sie sich und ihre Stärken und Schwächen ausprobieren können, ohne Angst zu haben Fehler zu machen. Denn nur so können sie ihr Potenzial entdecken und ihre Zukunft in die Hand nehmen.“ Das Programmspektrum reicht von kreativem Zeichnen über Sprachkurse bis hin zu Klettern oder Tanzen. Berufsinformationstage und Betriebsbesichtigungen sollen Perspektiven aufzeigen. „Alle unsere Angebote fördern Teamwork und Selbstbewusstsein. Gemeinsam mit den Jugendlichen versuchen wir, den geeigneten Lebensweg zu finden und mit gezielter Förderung zu verwirklichen“, erklärt Jurado.



... die gerne ihren Arbeitsplatz zeigten. Auch eine Diskussionsrunde mit dem Präsidenten von DAIHATSU Deutschland, Atsuhiko Tanimoto (r.), und seinem Assistenten Yusuke Yoshioka (l.) stand auf dem Programm. Beide freuten sich besonders über die mitgebrachten Gastgeschenke.



LIEBES DAIHATSU-TEAM!

Im April dieses Jahres hatten wir die einmalige Gelegenheit, an einer Betriebsbesichtigung bei DAIHATSU teilzunehmen. Da wir auch die Gelegenheit hatten, den Präsidenten von DAIHATSU Deutschland kennenzulernen, wollten wir nicht unvorbereitet sein. Deshalb trafen wir uns zwei Tage vorher, um uns mit der japanischen Kultur auseinanderzusetzen. Besonders hat uns bei der Recherche gefallen, dass es in Japan üblich ist, kleine Gastgeschenke aus unseren Regionen mitzunehmen. Das haben wir aufgegriffen und unsere Gastgeschenke in den DAIHATSU-Farben eingepackt. Dennoch blieb die eine oder andere Frage offen, etwa bei der korrekten Anrede mit „Herr Tanimoto, Tanimotosan oder Herr Tanimotosan“. In Japan ist es außerdem unhöflich, sich in der Öffentlichkeit die Nase zu putzen. Daher hatten wir Sorge, uns zu erkälten, weil wir nicht sicher waren, ob wir hierfür eine Toilette finden würden.

WIR WURDEN SEHR ERNST GENOMMEN

Ehe wir uns versahen, kam der langersehnte Mittwoch! Wegen der Ferien hatten wir uns schon ans Ausschlafen gewöhnt. Trotzdem waren wir kein bisschen müde, sondern voller Vorfreude auf den Tag, als wir um zehn Uhr bei DAIHATSU eintrafen. Dort bekamen wir schon bei der Begrüßung Namensschilder und wurden in einen eigens vorbereiteten Konferenzraum geführt, wodurch wir uns wichtig und ernst genommen fühlten. Wir hatten gelernt, dass in Japan viel Wert auf Harmonie, gegenseitigen Respekt und Höflichkeit gelegt wird. Genau dies vermittelte auch der Präsident von DAIHATSU Deutschland, Herr Tanimoto, indem er seine Begrüßungsrede auf Deutsch hielt. Dies beeindruckte uns sehr, zumal sich Herr Tanimoto an schwierigen Stellen, an denen wir an seiner Stelle längst abgebrochen hätten, Mühe gab und weiter las. So gab er uns noch einmal das Gefühl, nicht nur irgendeine Jugendgruppe zu sein, die sie mal eben durch den Betrieb führen wollen, sondern bewies, dass wir von Bedeutung sind. Während der darauffolgenden Präsentation durch den Marketingleiter Lars Woltermann gefiel uns sehr, dass keine schwierigen Begriffe verwendet wurden. Das alles machte einen sympathischen Eindruck und es fiel uns nicht schwer, zuzuhören.

INTERESSANTE TOUR

Während der darauffolgenden Betriebsbesichtigung wurde deutlich, dass das Unternehmen sehr auf Ordnung und höflichen Umgang achtet. Wichtige Elemente der Unternehmensphilosophie sind die Begriffe Kaizen (*ständige Veränderung zum Besseren*), Heijunka

(*Stabilisierung*) und Genchi Genbutsu (*Geh und sieh selbst!*). Nach einem kleinen „Fotoshooting“ durften wir uns auf das leckere Essen stürzen.

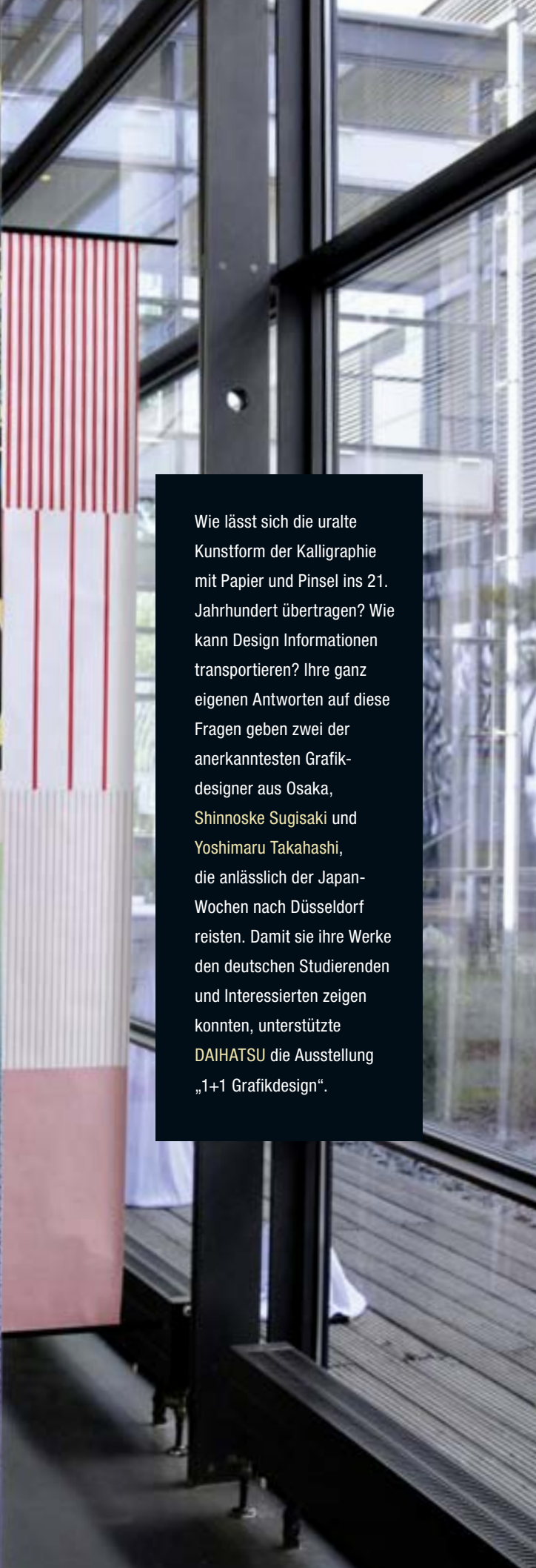
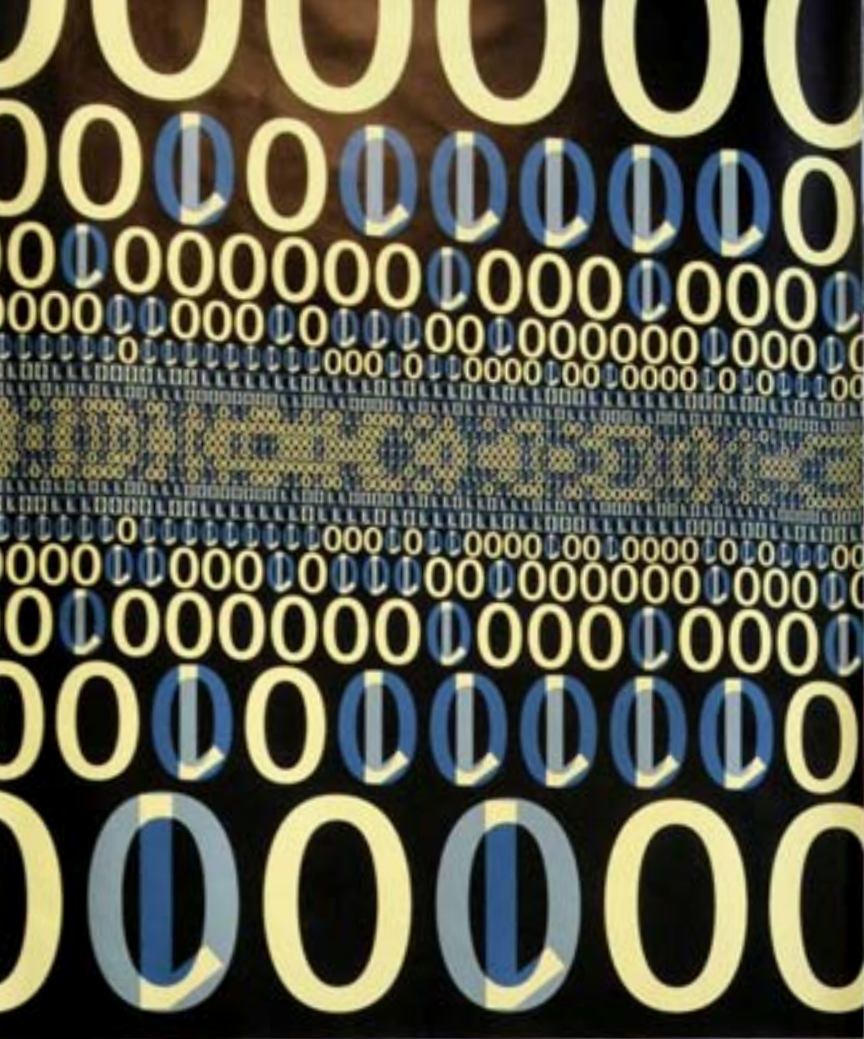
SEHR PERSÖNLICHE GESPRÄCHE

Trotz unserer Angst, dass uns während der abschließenden Diskussionsrunde keine interessante Frage einfallen könnte, fiel das Gespräch länger aus als gedacht. Auch unsere anfänglichen Bedenken, Fragen auf Englisch zu stellen, verflogen mit der Zeit, und wir stellten fest, dass es gar nicht so schwer ist (dazu trug auch das sympathische Lächeln des Präsidenten bei). Eigentlich hatten wir vermutet, dass Personen in Führungspositionen nicht so gern über ihr Privatleben reden, doch Herr Yusuke Yoshioka, der Assistent des Geschäftsführers, bewies uns das Gegenteil. Er erzählte uns auch, wo er aufgewachsen ist und wie für ihn das Leben in Deutschland ist. Besonders beeindruckt hat uns, dass wir, obwohl „Kaizen“ und „Heijunka“ zur Zeiteinsparung führen, unsere Diskussionsrunde überziehen durften und wir zum Schluss einen Einblick in die japanischen Schriftzeichen bekommen haben. Vor allem aber faszinierte uns, dass uns einige Dinge an einer Tafel verständlich gemacht wurden; sogar der beeindruckende Lebenslauf von Herrn Tanimoto wurde auf Anfrage aufgeschrieben.

KEINE VERSTÄNDIGUNGSPROBLEME

Die Diskussionsrunde gab uns nicht nur die Gelegenheit, unsere Fragen zu stellen, sondern ermöglichte es uns auch, unsere Geschenke auszutauschen. Unsere Geschenke bestanden aus typischen Dingen aus unserer Heimat, wie z. B. türkischem Lokum (türkische Süßspeise) bis hin zur russischen Matroschka, sowie deutscher Milka. Besonders liebenswert fanden wir es, dass Herr Tanimoto und Herr Yoshioka sich nicht scheuten, ihre Dankbarkeit für unsere Geschenke mit enthusiastischem Verhalten auszudrücken. Herr Yoshioka gelang dies u. a. durch die Verwendung von Begriffen wie „Merhaba“ (*Guten Tag*) und „Tesekkür ederim“ (*Dankeschön*). Zwischen durch wurde auch viel gelacht, wie zum Beispiel beim Austausch von Tiergeräuschen, wie das Krähen des Hahns, der in der Türkei „Ü-ürü-üüü“ macht und in Japan „Ko ke Kokko“ statt „Kikeriki“. Es hat uns großen Spaß gemacht und uns einen interessanten Einblick in die Automobilbranche verschafft, wofür wir sehr dankbar sind.





Wie lässt sich die uralte Kunstform der Kalligraphie mit Papier und Pinsel ins 21. Jahrhundert übertragen? Wie kann Design Informationen transportieren? Ihre ganz eigenen Antworten auf diese Fragen geben zwei der anerkanntesten Grafikdesigner aus Osaka, Shinnoske Sugisaki und Yoshimaru Takahashi, die anlässlich der Japan-Wochen nach Düsseldorf reisten. Damit sie ihre Werke den deutschen Studierenden und Interessierten zeigen konnten, unterstützte DAIHATSU die Ausstellung „1+1 Grafikdesign“.

KUNST MIT ZWEI GESICHTERN



Die beiden Professoren Shinnoske Sugisaki (l.) und Yoshimaru Takahashi (r.) der Universität Osaka gehören seit Jahren zu den anerkanntesten Designern und Plakatgestaltern Japans. Ihre Arbeiten zeichnen sich vor allem durch klare Konzeption und präzise Formgebung aus.

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING



Schwarz und weiß oder Yin und Yang: dieser Vergleich ist allgegenwärtig in der Ausstellung der beiden japanischen Künstler Shinnoske Sugisaki und Yoshimaru Takahashi. Die beiden Professoren der Universität Osaka gehören seit Jahren zu den anerkanntesten Designern und Plakatgestaltern Japans und sind mit Vorträgen und Workshops auf der ganzen Welt vertreten. Ihre Arbeiten finden sich in den wichtigsten Plakatsammlungen der Museen in Asien, Europa und den USA.

FASZINATION AUS FARBEN UND FORMEN

Für die Besucher war die Ausstellung eine Entdeckungsreise: Raumhohe Banner hingen von der Decke mit monochromen, strengen Formen, entwickelt aus den japanischen Schriftzeichen. Die Besucher konnten durch diese Banner gehen – und entdeckten auf der Rückseite eine Überraschung. Dort herrschte nicht Strenge in schwarz-weiß, sondern farbtensive, com-

putergenerierte Grafiken, die ihre Wurzeln ebenso in der japanischen Kultur wie auch im Bauhaus zu haben scheinen. Diese Art der Präsentation verdeutlicht gut die Arbeit der beiden japanischen Grafiker. „Die Künstler Shinnoske Sugisaki, genannt Shin, und Yoshimaru Takahashi, genannt Zen, sind wie die zwei Seiten einer Münze“, sagt Prof. Philipp Teufel, der zusammen mit seinem Kollegen Prof. Victor Malsy den Kontakt zu den japanischen Kollegen hergestellt hat. Die Arbeiten beider Designer bewegen sich im Spannungsfeld zwischen traditionellem Schreiben und Zeichnen auf Papier und der kreativen Arbeit mit dem Computer. „Ich habe darüber nachgedacht, ob man Emotionen, die über die in einem Schriftzeichen enthaltene Symbolik hinausgehen, im Umfeld digitaler Medien ausdrücken kann“, beschreibt „Shin“ seine Arbeit. Sein Freund und Kollege „Zen“ drückt seine Arbeit so aus: „Der Computer hinterlässt zwar keine Pinselspuren, aber ➔

„Große Freundschaft“ heißt das neue Wandgemälde am Erweiterungsbau der FH Düsseldorf (Bild links). Das Kunstwerk spielt mit dem Sonnensymbol der Japanischen Fahne: Die Sonnen fassen sich symbolisch an den Händen, auch drei schwarz-rot-goldene Sonnenscheiben sind zu sehen und zeigen die Verbundenheit beider Länder. Die Fachhochschule entschied sich sogar, dem Gebäude ab sofort den Namen „Japan Haus“ zu geben. Als Paradebeispiel für modernes japanisches Design selbst schon ein Ausstellungsstück: der DAIHATSU Copen.





in der Struktur und der Zusammensetzung der Arbeiten archiviert er Spuren meiner Gedanken und Gefühle.“

AUSTAUSCH VON WISSEN UND KULTUR

Zusammen mit ihrem deutschen Kollegen Holger Jacobs und vielen Studierenden des Fachbereichs Design haben die beiden Gastgeber viel Arbeit und Herzblut in die Realisation der Ausstellung „1+1 Grafik-design“ investiert. „Diese Ausstellung wäre noch vor 15 Jahren nicht denkbar gewesen“, sagt Prof. Teufel, „aber mithilfe der heutigen Kommunikationsmittel konnten die Studierenden mit hohem Einsatz alles vorbereiten und durchführen“, lobt Teufel seine Studenten. Die Ausstellung findet im Rahmen der Feierlichkeiten des Festjahres zu 150 Jahren „Deutsch-Japanische-Freundschaft“ statt. Teil des Austauschs zwischen Deutschland und Japan war nicht nur der Handel, sondern auch der Transfer von Kultur und Wissen. Zur feierlichen Eröffnung der Ausstellung waren daher zahlreiche Gäste in den „Erweiterungsbau“ der Fachhochschule Düsseldorf geladen, den die Präsidentin der FH, Prof. Dr. Brigitte Grass, zur Feier des Tages sogar in „Japan Haus“ umbenannte. Die prominenten Gäste, wie Generalkonsul Kiyoshi Koinuma und Bundestagspräsidentin a.D. Rita Süßmuth, konnten gleich zu Beginn der Düsseldorfer Japan-Wochen eine außergewöhnliche Ausstellung betrachten.

„GROSSE FREUNDSCHAFT“ ALS KUNSTWERK

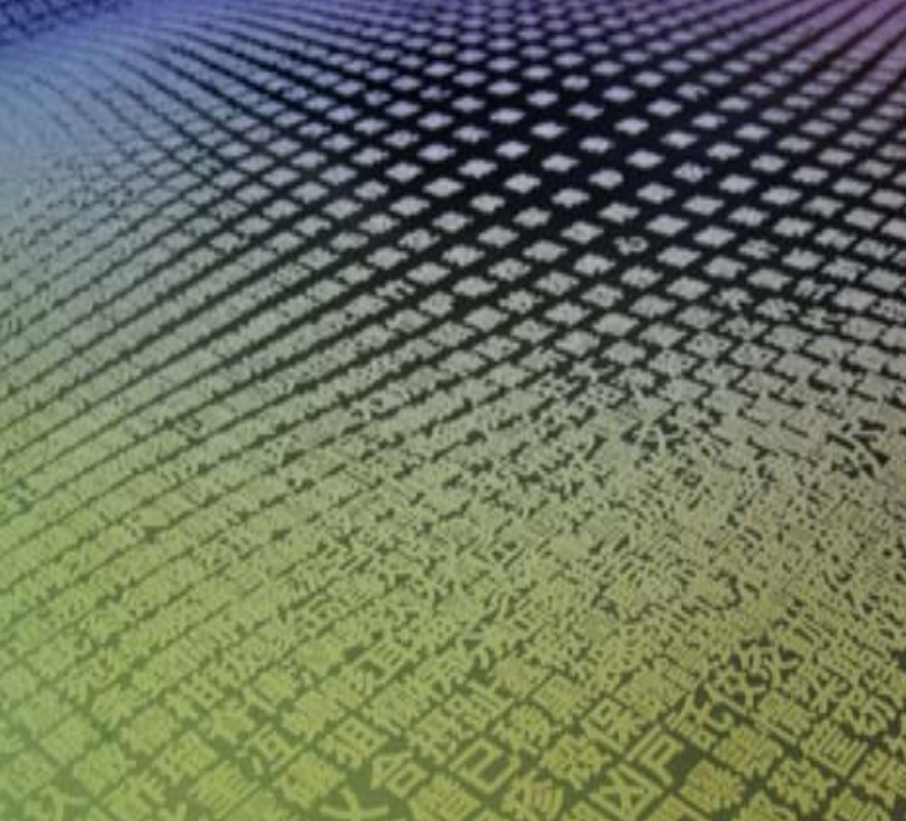
Der Ausstellungstitel „1+1“, der sich ursprünglich auf die beiden Grafik-Designer aus Japan bezog, erfuhr im Laufe der Ausstellung und der begleitenden Symposien deutlich mehr Tiefe. So stimmten sowohl die japanischen als auch die deutschen Professoren darin überein, dass beide Kulturen zumindest im Grafik-Design gar nicht so weit voneinander entfernt sind. Der Titel ließ sich aber auch auf den Veranstaltungsort selbst beziehen. Im Inneren wurden die Arbeiten von „Shin“ und „Zen“ gezeigt. Außen machten die Design-Studenten den neuen Namen des Gebäudes als „Japan Haus“ mit einer besonderen Interpretation der japanischen



DAIHATSU unterstützt die Design-Ausstellung als Sponsor: „Im Vordergrund steht dabei die Förderung der Deutsch-Japanischen Freundschaft, die uns als deutscher Importeur einer japanischen Marke natürlich sehr am Herzen liegt“, erklärt Lars Woltermann, Group Marketing Coordinator von DAIHATSU Deutschland. Aber auch bei modernem Design hat DAIHATSU einiges zu bieten: Daher durfte der preisgekrönte Design-Klassiker DAIHATSU Copen natürlich nicht fehlen. Bild oben: Zu den Gästen der Eröffnung zählten unter anderem auch Generalkonsul Kiyoshi Koinuma (rechts) und Bundestagspräsidentin a.D. Rita Süßmuth (Mitte).



und deutschen Fahne als neues Wahrzeichen weithin sichtbar. Die ausgestellten Kunstwerke werden auch über die Ausstellung hinaus immer wieder an der Fachhochschule zu sehen sein, denn beide Designer haben dem Archiv vom „Labor Visuell“ am Fachbereich Design aus Anlass der Japan-Woche 24 ihrer wichtigsten Arbeiten geschenkt. Am Ende der Veranstaltungsreihe zeigten sich alle hochzufrieden. „Ohne die enorme Einsatzfreude unserer Studenten und ohne die Unterstützung unserer Sponsoren wie DAIHATSU wäre dieses tolle Projekt nicht möglich gewesen“, bedankte sich abschließend Gastgeber Prof. Victor Malsy. ▶



Die Arbeiten der beiden japanischen Künstler Shinnoske Sugisaki (Bild oben), genannt Shin, und Yoshimaru Takahashi (Bild unten), genannt Zen, sind wie die zwei Seiten einer Münze: Ihre Arbeiten zeigen das Spiel mit Strenge und Farbenfreude, alter Kunst und neuen Medien, Pinselstrich und Computertechnik.





OFFENE

*Schön, Sie zu sehen!
So wurden viele DAIHATSU-Kunden beim bundesweiten Tag der offenen Tür begrüßt. Neben viel kurzweiliger Unterhaltung und interessanten Gesprächen gab es natürlich auch ein Highlight: Schließlich wartete bei den Händlern der CHARADE auf die Besucher. d-motion durfte in Berlin und in der Lüneburger Heide mitfeiern.*



Als ein dickes „Dankeschön“ will Inhaber Bernhard Diedrich den Tag der offenen Tür in seinem Betrieb verstanden wissen (Portraitbild links Mitte). Er und sein Team schenkten seinen Kunden in Berlin daher ein tolles Familienfest mit Musik, Zauberkunststücken und Leckerem vom Grill.





Das Autohaus Buchholz in der Lüneburger Heide lud seine Gäste zu einem Sommerfest an einen nahegelegenen See. Karl Otto Buchholz begrüßte zusammen mit seiner Frau (Portraitbild Mitte) die Gäste unter strahlend blauem Himmel.



TÜREN BEI DAIHATSU

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

Der neue CHARADE ist da – für die DAIHATSU-Händler in Deutschland ein Grund zum Feiern! Daher luden sie ihre Kunden zum Tag der offenen Tür ein. Viele kamen und erlebten angenehme und kurzweilige Stunden. Beim Autohaus Diedrich in Berlin-Köpenick saßen schon zur Begrüßung um 10:00 Uhr zahlreiche Gäste, gut unterhalten von dem Country-Duo „Claudy Blue Sky“. Bei schönstem Sommerwetter genossen die Besucher aber nicht nur gute Musik und herzhaftes Grillgut, vor allem der CHARADE stand ihnen zur Information und für Probefahrten zur Verfügung. Fachmännisch begutachteten die Besucher Platzangebot und Komfort des neuen DAIHATSU-Familienmitglieds. Für versierte Informationen rund um den CHARADE sorgten die Mitarbeiter des Familienbetriebs Diedrich. ➔



Der Ehrengast der großen DAIHATSU-Familienfeste war der neue CHARADE, auf den die Gäste schon mit Spannung gewartet hatten.



EIN FEST FÜR DAIHATSU

Zwischen den Programmpunkten wie Zaubershow, Tombola, Big Band und Hauptmanngarde von Köpenick war genügend Zeit, die Vorzüge des CHARADE kennenzulernen. Während die Kinder beim Schminken oder auf der Hüpfburg ihren Spaß hatten, erfuhren die Gäste alles über den hohen Sicherheitsstandard und den geringen Spritverbrauch des Kleinwagens.

„Dieser Tag ist ein ‚Dankeschön‘ an unsere Kunden und zeigt auch unseren Stolz auf ein gutes, neues Produkt“, sagt Autohaus-Chef Bernhard Diedrich.

GROSSES INTERESSE AM NEUEN MODELL

Alles in allem ist der in der Region Berlin engagierte Diedrich optimistisch: „Die Nachfrage nach DAIHATSU ist ungebrochen“, freut sich der Autohausbesitzer, „die Kunden wollen noch Qualität kaufen, solange es geht“, resümiert Diedrich. Dr. Waltraud Hanack aus Müggelsee ist schon lange Kundin bei Diedrich. Erst im letzten Jahr hat sie sich einen Sirion zugelegt. Sie bestätigt

Leckereien vom Grill, Zauberkunststücke und Musikeinlagen ließen den Tag wie im Flug vergehen. Die DAIHATSU-Kunden waren durchweg angetan vom neuen CHARADE.




Diedrichs Einschätzung: „DAIHATSU Diedrich ist für mich erste Sahne“, lobt sie, „hier stimmt alles: gute Beratung, gute Fahrzeuge, guter Service.“

DAIHATSU GEHÖRT ZUR FAMILIE

Auch in der Lüneburger Heide waren die Mitarbeiter des Autohauses Buchholz in Bispingen und ihre Kunden in Feierlaune. Inhaber und Geschäftsführer Karl Otto Buchholz hatte alle Kunden kurzerhand an den nahegelegenen See zu einem Grillschmaus mit Autoschau geladen. Über hundert Gäste sahen vom Cuore über den Sirion bis hin zum CHARADE alle Modelle. Während Karl Otto Buchholz in zwanglosem Gespräch mit seinen Kunden bereits den dritten Sirion an diesem Tag verkauft und Schwiegersohn Glenn Morris den neuen CHARADE vorstellte, freuten sich die Gäste nicht nur über den schönen Nachmittag am See: „Ich kaufe seit zehn Jahren DAIHATSU“, schwärmt Sirion-Fahrer Hans Alfred Neblung, „hier stimmt die Qualität der Fahrzeuge und die Serviceleistung von Buchholz, alles zu einem angemessenen Preis.“ Auch Alfred Jens ist zum CHARADE-Fest an den See gekommen, er ist von seinem Material begeistert: „Ein Spitzenauto, außergewöhnlich und zuverlässig“, so sein Resümee, aber auch das Autohaus Buchholz findet seinen Respekt: „Buchholz ist sympathisch, der Service ist super, hier steht nicht die Zeit, sondern die Problemlösung im Vordergrund.“

Wie in Berlin und Bispingen fanden überall in Deutschland viele Gäste zum Tag der offenen Tür bei DAIHATSU. Trotz der unterschiedlichen Veranstaltungen waren sich alle in einem einig: DAIHATSU bietet eine herausragende Qualität, sowohl im Produkt als auch im Service. ▀




 KFZ
Versicherung

KFZ Versicherung

Kleines Einmaleins der Kfz-Versicherung

In die sogenannte **Typklasse** fließen Informationen ein, die zum jeweiligen Fahrzeug aus Versicherungssicht relevant sind, also z. B. wie häufig das Modell in Unfälle verwickelt ist und wie viel die Reparaturen kosten. Daraus ergibt sich eine Kennzahl, die für die Höhe der Versicherungsprämie mit ausschlaggebend ist. Autofahrer können diese Kennzahl beeinflussen, indem sie sich ein Auto wie den CHARADE mit günstiger Einstufung kaufen. Dazu kommen zwei weitere Parameter: Die **Regionalklasse** spiegelt das Fahrverhalten der Autofahrer in einer Region wider, aber auch die Straßenverhältnisse und die Zusammensetzung des Fahrzeugbestands in einer Gegend. Auf diese Größe haben Autofahrer keinen Einfluss (außer bei einem Umzug). Und schließlich gibt es als dritte Komponente noch die **Schadenfreiheitsklasse (SF)**, die sich bei Unfällen verschlechtert oder bei unfallfreien Jahren verbessert.

Und wie wirken sich diese drei Klassen auf die Kfz-Versicherung aus? Bei der obligatorischen **Kfz-Haftpflichtversicherung** spielen alle drei Klassen (also Schadenfreiheit-, Typ- und Regionalklasse) eine Rolle. Die Haftpflichtversicherung sichert alle Schäden ab, die ein Autofahrer einem Dritten zufügt. Beim Kaskobeitrag in der Variante „**Vollkasko**“ sind ebenfalls alle drei Klassen relevant. Die Vollkaskoversicherung deckt Schäden am eigenen Fahrzeug durch Unfall oder mut- bzw. böswillige Handlungen (Vandalismus) ab. Bei der Variante „**Teilkasko**“ hingegen spielen nur Typ- und Regionalklasse eine Rolle. Die Teilkaskoversicherung deckt Schäden durch Brand, Explosion, Total- bzw. Teilentwendung, Sturm, Hagel, Blitzschlag, Glasbruch, Kurzschlusschäden, Marderbiss, Lawinen und Murenschäden.

Für den CHARADE bietet der DAIHATSU Versicherungsdienst zwei Tarifvarianten an. Der Tarif „Serie“ sichert alle grundlegenden Risiken ab. Der Tarif „Komfort“ enthält Extras wie den „Rabattschutz“, der im Falle eines Unfalls eine Rückstufung in der Schadenfreiheitsklasse verhindert. Günstige Prämien winken auch, wenn das Auto nur wenig gefahren wird, nur eine Person damit fährt oder der Halter Erstbesitzer ist. Doppelt clever wird eine Versicherung in Kombination mit einer Finanzierung von DAIHATSU Financial Services: Das bringt zehn Prozent Nachlass auf die ohnehin schon günstigen Tarife. Alle weiteren Infos hält der DAIHATSU-Partner vor Ort bereit!



EIN TYP MIT KLASSE!

Kfz-Versicherung: Der CHARADE glänzt mit einer besonders günstigen Einstufung bei den Typklassen – das schont den Geldbeutel und sorgt für noch mehr Freude am neuen Fahrzeug.

Auch beim neuen CHARADE bleibt DAIHATSU einer seiner wichtigsten Tugenden treu: bezahlbare Mobilität zu bieten. Das gilt auch für die Kosten, die beim Fahrzeugkauf auf den ersten Blick meist nicht so sehr im Rampenlicht stehen, nämlich die langfristigen Unterhaltsaufwendungen, wie etwa für die Fahrzeugversicherung. „Hier kommt es entscheidend darauf an, in welche Typklasse ein Fahrzeug eingeordnet ist“, erklärt Werner Kohlert, Leiter Vertrieb Daihatsu Versicherungsdienst.

DREI EINFLUSSFAKTOREN

Früher war hierfür alleine ausschlaggebend, wie viel Leistung ein Fahrzeug hatte. Doch diese Klassifizierung wurde aufgegeben und ein neues System eingeführt, das mehrere Parameter berücksichtigt, erklärt der Fachmann. „Heute gilt: Je seltener ein Modell in einen Unfall verwickelt ist und je günstiger dann die Reparatur ausfällt, desto vorteilhafter ist für alle Fahrer dieses Modells die Einstufung in die sogenannte Typklasse und damit letztendlich die Versi-

cherungsprämie“, so Kohlert. Klar, dass hier der CHARADE punkten kann: „Schon bei der Entwicklung des Modells wurde drauf Wert gelegt, dass alle Bauteile einfach zu erreichen und damit leicht und zeitsparend zu ersetzen sind. Dazu kommen günstige Werkstatt- und Reparaturkosten, auch das wirkt sich auf die Kosten aller gemeldeten Schäden und damit auf die Typklasseneinstufung aus“, so der Versicherungsspezialist.

UMSICHT ZAHLT SICH AUS

Typ-, Regionalklasse und der eigene Schadenfreiheitsrabatt bilden die Grundlage für die Prämienberechnung. Ganz konkret für den CHARADE sind das: Haftpflichtklasse 14, Vollkasko-Klasse 17, und die Klasse bei der Teilkasko ist 16. Zusammen mit den persönlichen Vertragsmerkmalen wird ein individuelles Angebot für den Kunden erstellt. Es lohnt sich also, vor dem Kauf eines Fahrzeugs genau hinzusehen und auch die Typklasseneinstufung in die Entscheidung mit einzubeziehen: Eine günstige Bewertung schont den Geldbeutel dann nämlich Jahr für Jahr aufs Neue. ▀

»DAIHATSU IST NACH WIE VOR DIE ERSTE WAHL FÜR DEN ZWEITEN FRÜHLING.«

Die hohe Qualität und Langlebigkeit der DAIHATSU-Modelle sorgt dafür, dass manches Fahrzeug als Gebrauchtwagen einen zweiten oder sogar dritten Frühling mit einem neuen Besitzer erlebt. Eine Studie zeigt, dass die Fahrzeuge der japanischen Marke dabei sehr wertstabil sind.

INTERVIEW: JÖRG SCHWIEDER



Die langjährige Treue der DAIHATSU-Besitzer zu ihren Fahrzeugen ist fast schon sprichwörtlich. Kein Wunder also, dass DAIHATSU-Modelle wegen ihrer Zuverlässigkeit beliebt und gesucht sind. D-motion hat nachgefragt bei Christian Amenda, verantwortlich für den Vertrieb bei DAIHATSU Deutschland, wie sich die Situation und die Wertstabilität bei gebrauchten Modellen seiner Einschätzung nach entwickeln wird.

Herr Amenda, hat der Rückzug der Marke aus Europa auch Auswirkungen auf gebrauchte Fahrzeuge von DAIHATSU?

Zunächst einmal wird es ganz praktisch gesehen für unsere Kunden überhaupt keine Auswirkungen geben: Der DAIHATSU-Service wird wie gewohnt für mindestens zwölf weitere Jahre in Deutschland angeboten, es spricht also nichts dagegen, sich bis 2013 ein neuen oder auch später einen attraktiven gebrauchten DAIHATSU zu kaufen und diesen noch viele Jahre zu fahren. Alleine die Markteinführung unseres neuen CHARADE in diesem Jahr zeigt, wie stark sich DAIHATSU nach wie vor engagiert und das auch für viele Jahre bis mindestens 2025 tun wird. Wir gehen offen mit unseren Absichten und Planungen um und betreiben eine transparente und ehrliche Informationsstrategie für alle unsere Kunden und die, die es noch werden wollen. Das alles sorgt dafür, dass auch beim Kauf oder Verkauf eines gebrauchten DAIHATSU-Fahrzeugs Planungssicherheit herrscht. Das ist in Bezug auf die Restwerte bei einem Wiederverkauf wichtig.

Könnten Sie diesen Begriff des „Restwertes“ erläutern?

Als Restwert wird allgemein der nach drei Jahren und 60.000 km Laufleistung noch herrschende Verkaufspreis eines Fahrzeuges bezeichnet. Dieser Vergleichsmaßstab ist in der Branche üblich, da viele Finanzierungen oder Leasingverträge nach drei Jahren auslaufen oder Kunden zum nächsten Fahrzeug wechseln. Daher ist eine Bewertung des dann noch geltenden Restwertes ein guter Maßstab dafür, wie gefragt und wertig ein Fahrzeug dann noch ist. Dabei unterscheidet man noch den aktuellen, jetzt am Gebrauchtwagenmarkt gehandelten Restwert, quasi den aktuellen Durchschnittspreis, und den prognostizierten Restwert in den nächsten 36 Monaten. Dieser Prognosewert ist für Finanzierungs- und Leasinggeschäfte sehr wichtig, um den Ablösewert und die Monatsraten in der Gesamtkalkulation realistisch zu berechnen. Die Restwertprognose erfolgt von Institutionen wie der Deutschen Automobiltreuhand (DAT) oder Schwacke. Natürlich gilt immer: je höher der Restwert, desto besser für den Kunden.

Und was bedeutet das konkret für DAIHATSU?

Nun, Restwerte sind auch immer eine Frage der Einschätzung aller Marktteilnehmer, wie viel ein Fahrzeug in einigen Jahren noch wert sein wird. Wir haben sehr viel dafür getan, dass diese Einschätzung bei unseren Modellen trotz des Marktaustritts positiv ausfällt: Denken Sie an die fünfjährige Garantie bei Neufahrzeugen, die unseren Qualitätsanspruch dokumentiert. Oder nehmen Sie die feste Zusage beim Service, der Teilver-

sorgung und bei der Erfüllung aller Garantiezusagen: Wir senden Signale des Vertrauens und kommunizieren offen, das macht eine objektive Einschätzung des Werts von gebrauchten DAIHATSU-Fahrzeugen möglich. Eine saubere Vermarktungsstrategie der letzten Jahre, die von fairen Rabatten und ausschließlichen Verkäufen über den DAIHATSU-Händler geprägt war, hat ein Überangebot vermieden und letztlich zu überschaubaren Mengen an gebrauchten DAIHATSU-Fahrzeugen mit hohem Restwert geführt. Daher trifft heute eine eher knappe Verfügbarkeit auf eine hohe Nachfrage qualitativ guter und äußerst zuverlässiger DAIHATSU-Gebrauchtwagen. Das führte dazu, dass die Entwicklung der letzten Monate besonders positiv war.

Können Sie abschätzen, ob diese Maßnahmen greifen?

Wir haben eigens eine Studie in Auftrag gegeben, um genau diese Fragen klären zu lassen: Wie entwickeln sich die Restwerte unserer Modelle? Das Ergebnis ist klar: In den letzten Monaten haben sich die Restwerte durch die neue Situation der Marke in Deutschland nochmals leicht verbessert. Terios und Sirion glänzen nach wie vor sogar mit höheren Restwerten als vergleichbare Mitbewerber. Letztlich geht es um das Vertrauen in eine Marke. Hier können wir derzeit mit Spitzenwerten aufwarten, denn die Restwerte sind auch nach der Ankündigung des Marktaustritts von einem überdurchschnittlichen Niveau nochmals gestiegen. Diese Fakten zeigen das Vertrauen in die Marke.

Gibt es neben dieser aktuellen Einschätzung auch einen Blick in die Zukunft?

Die Studie versucht auch, die zukünftige Entwicklung abzuschätzen. Wir sind sehr zuversichtlich, dass unsere Kunden – egal ob bei Neufahrzeugen oder Gebrauchtfahrzeugen – unseren Maßnahmen für die Sicherung des DAIHATSU-Services hier in Deutschland vertrauen. Ganz konkret deutet die Studie drauf hin, dass die Restwertprognose auch langfristig für die nächsten drei Jahre auf einem hohen Niveau bleibt. Das bedeutet, dass die Wertstabilität erhalten bleibt. Wir profitieren hierbei davon, dass die Restwerte aktuell höher sind als der Durchschnitt vergleichbarer Fahrzeuge. Wir starten also auf einem vergleichsweise hohen Niveau bei den Restwerten. Unsere Botschaft ist aber ganz klar: Wir werden alles daran setzen, um auch für die kommenden Jahre alle bestehenden und neuen Kunden von der Werthaltigkeit der DAIHATSU-Modelle zu überzeugen. Denn aus unserer Sicht ist ein DAIHATSU nach wie vor auch die erste Wahl für Fahrzeuge im zweiten Frühling. ▀

TEXT: JÖRG SCHWIEDER

Auch in Japan gehört Grillen fest zum kulinarischen Repertoire – vielleicht sogar noch mehr als hierzulande: Zu Hause, in zahllosen Schnellimbis- sen und in vielen Restaurants werden Speisen vor den Augen der Gäste direkt am Tisch auf heißen Platten zubereitet.

LIEBER LEICHT STATT DEFTIG

Besonderes Kennzeichen japanischer Grilltradition sind die große Hitze und die kurzen Garzeiten. Ähnlich wie in Europa wandert auch in Japan alles auf den Grill, was lecker schmeckt: Neben Fleisch brutzeln die Japaner auch Meeresfrüchte und Gemüse. Fisch wird jedoch nicht gegrillt. Ein Klassiker der japanischen Grillküche ist auch „Yakitori“. Ursprünglich war der Begriff für Spieße mit Hühnchenfleisch reserviert. Heute steht das Wort für alles, was an Spießen über dem Feuer zubereitet wird. Zwar gibt es würzige Saucen, diese sollen aber immer den Geschmack des Grillguts unterstreichen, nie dominieren. Das passt zur Tradition in Japan, nicht unbedingt viel und deftig zu grillen, sondern eher leicht und dezent gewürzt.

FRISCH, HEISS, LECKER!

Der japanische Begriff für Grillen ist „Yakiniku“. Das Wort heißt „gegrilltes Fleisch“ – jeder Japaner versteht darunter aber Grillvergnügen ganz allgemein. In jedem Fall ist Grillen in Japan eine sehr gesellige Angelegenheit, die oft den ganzen Abend dauert. Allzu lange gibt es die Grilltradition allerdings noch nicht: Ende des 19. Jahrhunderts war das Essen von Fleisch sogar verboten. In den 1980er Jahren erfanden die technikverliebten Japaner belüftete Grill-Tische, die man in Innenräumen aufstellen konnte, ohne von Rauch belästigt zu werden: Das hat Yakiniku zum Durchbruch verholfen, denn gegrillt wird aus Platzgründen anders als hierzulande meistens drinnen. Seit 1993 ist japanisches Grillen endgültig etabliert: In diesem Jahr wurde der 29. August nämlich von der Japanischen Yakiniku Gesellschaft zum „Grill-Tag“ (*yakiniku no hi*) ausgerufen. ▶

Grillvergnügen: DAIHATSU-Mitarbeiter Yusuke Yoshioka war so begeistert vom Thema Grillen in der Sommerausgabe der *d-motion*, dass er gleich in seinen alten Fotos gekramt hat. Als Student traf er sich oft mit seinen Kommilitonen, um nicht nur Fleisch, sondern auch Nudeln zu grillen. Das berühmte Kobe Rind (rechtes Bild) kam dabei freilich nicht auf den Grill. Die Rinder werden besonders aufwendig gezüchtet. Die Exklusivität hat ihren Preis: bis zu 600 Euro kann ein Kilo kosten.



Amerika, Europa und Asien haben eine Tradition gemein: Sommerzeit ist Grillzeit. In Japan heißt das Grillvergnügen „Yakiniku“ und überrascht mit kulinarischen Spezialitäten und technischem Erfindungsreichtum.



YAKINIKU



SO SCHMECKT JAPAN: GRILLSTEAK FERNÖSTLICH

Das Steak ist ein klassisches Grillrezept, denn nur über dem Feuer wird ein Steak so richtig zart und saftig. Wichtig dabei ist, die Steaks auf dem Grill bei hoher Temperatur sehr kurz zu grillen, damit nicht zu viel Fleischsaft austreten kann. Nach dem Grillen sollte das Steak auf jeden Fall an einem warmen Ort noch etwas ruhen und entspannen. Dann ist Ihnen der Erfolg garantiert. Allen Steakfans, die auch einmal Abwechslung haben möchten, sei ein Steak auf japanische Art empfohlen. Das Steak wird bei dieser Rezept-Variante mittels Sojasauce und braunem Zucker zur japanischen Spezialität verwandelt. Aus der Sojasauce und dem Zucker entsteht eine leckere Marinade, mit der das Fleisch vor dem Grillen eingelegt wird.

EINKAUFSLISTE:

- Grillsteaks vom Rind • Kräuterbutter • Weinessig
- 3 Esslöffel Sojasauce • 1 Zitrone • Zwiebeln
- 3 Esslöffel brauner Zucker • Gewürznelken
- 2 Teelöffel Kräuter-Salz • Lorbeerblätter
- 125 ml Maiskeimöl

VORBEREITUNG:

- Die Sojasauce, den Zitronensaft und etwas Essig vermischen
- Den Saft der Zitrone, die fein gehackten Zwiebeln und den braunen Zucker dazugeben
- Mit dem Gewürzsalz, den Gewürznelken und den Lorbeerblättern abschmecken
- Alles aufrühren, bis der Zucker vollständig aufgelöst ist
- Jetzt das Öl darunterühren
- Die Steaks in eine flache Schale legen und mit der Marinade übergießen
- Die Steaks wenden und mit einer Klarsichtfolie abdecken
- Die Steaks mehrere Stunden in der Marinade ziehen lassen

ZUBEREITUNG:

- Die Steaks aus der Schale nehmen, gut abtupfen und auf den Grillrost legen
- Wenn aus dem Steak Fleischsaft auszutreten beginnt, das Steak wenden
- Das Steak fertig grillen, bis wieder Fleischsaft austritt
- Das Steak vom Grill nehmen, mit etwas Marinade bepinseln und einige Zeit an einem warmen Ort ruhen und entspannen lassen

Guten Appetit!

Dieses Rezept und viele weitere leckere Gerichte für das sommerliche Grillvergnügen finden Sie unter: www.grillportal.com



FLEISCH IN JAPAN

Das berühmte japanische Rindfleisch wie etwa aus Kobe ist heutzutage sogar in Europa ein Begriff. Liebevoll werden die Tiere gehegt und gepflegt: spezielle Ernährung und sogar Massagen der Tiere sorgen für die typische Marmorierung. Am Ende steht ein Stück Fleisch, das zwar butterweich auf der Zunge zergeht, nach europäischen Maßstäben jedoch nahezu unbezahlbar ist. Doch Fleisch war nicht immer eine Delikatesse in Japan. Bis 1871 war Fleisch zu essen sogar offiziell verboten. Erst 1871 wurde das Verbot gelockert, um das Land der westlichen Kultur weiter zu öffnen. Der damalige japanische Kaiser Meiji wurde sogar Teil einer landesweiten Kampagne und verzehrte 1873 öffentlich ein Stück Fleisch, um die Vorbehalte der Bevölkerung zu zerstreuen.



RESTAURANT-TIPP: Stuttgart grillt japanisch

Wer ein echtes japanisches Barbecue erleben möchte, ohne selbst den Grill anzuwerfen, ist in Stuttgart an der richtigen Adresse: Dort grillt Izumi Jonientz in ihrem Restaurant „Yakiniku“ kulinarische Spezialitäten auf fernöstliche Art. Jeder Tisch hat einen integrierten Grill, auf dem die Gäste die Speisen selbst zubereiten und frisch vom Grill verzehren. „Die Gäste bekommen Grillzangen, mit denen sie das Fleisch nach eigenem Gusto grillen dürfen“, erklärt Michael Jonientz, Inhaber des Yakiniku. Sogar das edle Kobe-Rind kann geordert werden. Der größte Unterschied zwischen japanischer und deutscher Tradition ist, dass es eine Grillkultur unter freiem Himmel nicht gibt. „Wahrscheinlich liegt es am Platzmangel. Da in Japan meist nur Indoor gegrillt wird, herrscht jedoch das ganze Jahr über Grillsaison“, erklärt der Experte. Am besten plant man das Grillvergnügen mit einem großen Freundeskreis: dann kann nach Lust und Laune probiert, gedippt, geteilt und genossen werden.



Restaurant YAKINIKU

Inh. Izumi Jonientz
 Weißenburgstr. 4a
 70180 Stuttgart
 Tel.: 0711/ 66 48 92 66
www.japanese-bbq.de
 Öffnungszeiten:
 Mi - So 17.00 bis 23.00 Uhr

Online-Tipp

Rund 5.000 Grillrezepte aus aller Welt präsentiert: www.grillsportverein.de
 Interessante Hintergrundinformationen hat www.1a-grillrezepte.de gesammelt.
 Und auch www.chefkoch.de ist eine gute Adresse für alles vom Grill.

Vier Prinzipien sind die Grundlage
des japanischen Teerituals:

Wa - meint die Harmonie zwischen den
Menschen und mit allen Gegenständen.

Kei - ist die Ehrfurcht und Achtung vor
unserem Nächsten, aber auch vor den
verwendeten Utensilien des Rituals.

Sei - ist die Ordnung als Grundlage einer
inneren Reinheit und Konzentration.

Jaku - ist die Stille der Zeremonie.

Durch das fortwährende Praktizieren der drei
ersten Prinzipien stellt sich allmählich Jaku
ein. Jaku bedeutet nicht Stille als das Fehlen
von äußeren Geräuschen, sondern eher eine
„innere Ruhe“ oder „Gelassenheit“, die sich
auf das gesamte Dasein auswirkt.



Der Teeweg

ist Teil der japanischen Seele. Der „chado“ ist Ruhepool und spirituelles Erlebnis, kulturelles Erbe und Treffpunkt der Generationen. d-motion hat einem Teemeister bei einer Übungsstunde im Urasenke-Teehaus in München über die Schulter geschaut.



GANZ IM
HIER UND
JETZT

TEXT: KAROLINA ORDYNIEC



Den Teeweg lernen: Im Englischen Garten in München steht seit 40 Jahren ein Teehaus, in dem Schüler das Ritual des Chado studieren. Hier zeigt Lehrer Wolf-Dieter Schoof der Teeweg-Schülerin Jasmin die korrekten Handgriffe.



DER EWIGE WEG DES TEEES

An diesem gewittrigen Juniabend ist der Englische Garten in München fast menschenleer. Man hört Entengeschnatter und das Rauschen des Eisbachs, der sich durch Münchens grüne Lunge schlängelt. Dann und wann dringen Musikketzen aus der nahen Nobeldiskothek P1 ins Ohr. Dort, gleich neben dem Park, probt eine Band für ihren Auftritt und erinnert daran, dass man sich hier eigentlich mitten im Herzen einer turbulenten Großstadt befindet. Doch keine 100 Meter entfernt davon eröffnet sich eine andere Welt: Auf einer kleinen Insel, umgeben von Ausläufern des Eisbachs, steht friedlich und ein wenig verlassen ein japanisches Teehaus. Dr. Soshitsu Sen, Großmeister der Urasenke-Teeschule aus Kyoto, stiftete das Teehaus dem Freistaat Bayern anlässlich der Olympischen Sommerspiele im Jahr 1972. Seine Auflage: den Deutschen sollte dort die Teezeremonie nahegebracht werden. Dieses Versprechen wird nun schon seit 40 Jahren eingehalten. Wer das Teehaus besichtigen will, muss über eine kleine Brücke schreiten und warten, bis ihm das Tor geöffnet wird. Das macht heute Wolf-Dieter Schoof. Er ist Vereinsleiter und Lehrer bei der Gesellschaft der Freunde des Teeweges Urasenke, eine der großen alten Schulen für den Teeweg in Kyoto.

EIN WEG, DER NIE ZU ENDE GEHT

Seit über 20 Jahren begeistert sich der Softwareentwickler für die japanische Teezeremonie. Und seit zehn Jahren leitet er den Verein in München, wo er Woche für Woche seinen insgesamt 30 Schülern den Teeweg (japanisch: chado) beibringt. Oder jedenfalls Teile davon. „Der japanische Teeweg ist etwas, bei dem man immer neue Bausteine dazulernt und nie auslernt. Er ist eine Art Meditation, ein praktischer Übungsweg, der an den Zen Buddhismus angelehnt ist“, erklärt Schoof. Die heutige Form des Teeweges gehe auf den im 16. Jahrhundert lebenden Teemeister Sen no Rikyu zurück, berichtet er weiter. Rikyu formulierte vier



Prinzipien, die die Grundlage für den Teeweg darstellen: Harmonie („Wa“), Ehrfurcht und Achtung („Kei“), Reinheit und Ordnung („Sei“) sowie Jaku („Stille“). Durch das fortwährende Praktizieren der drei ersten Prinzipien stellt sich allmählich Jaku ein. Jaku bedeutet nicht Stille als das Fehlen von äußeren Geräuschen, sondern eher eine „innere Ruhe“ oder „Gelassenheit“, die sich auf das gesamte Dasein auswirkt.

DIE ZEREMONIE KANN BEGINNEN

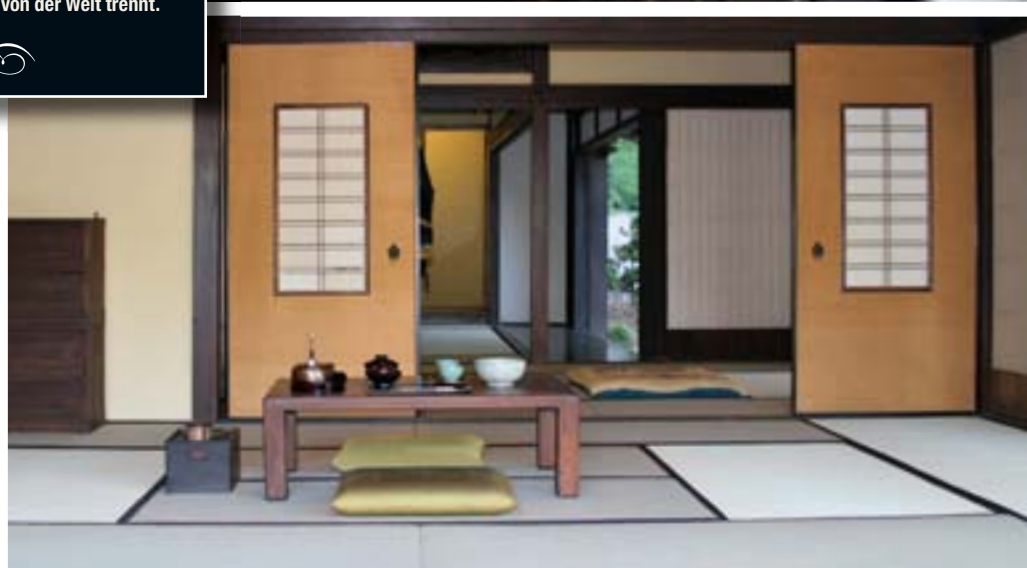
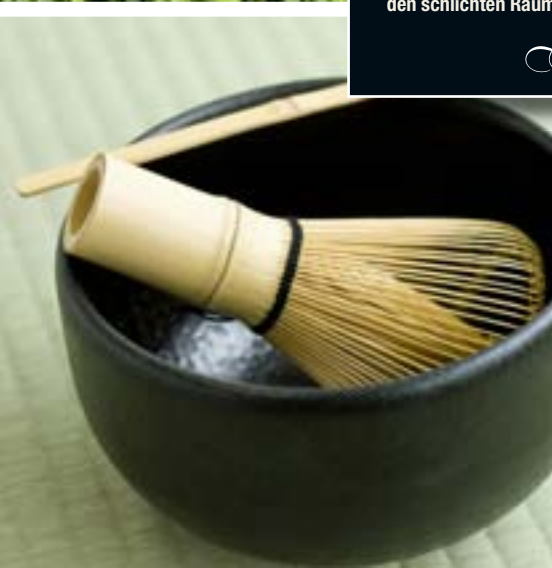
Während Wolf-Dieter Schoof Vorbereitungen für die Übungsstunden trifft, Wasser aufsetzt und die zahlreichen Utensilien bereitlegt, treffen nach und nach seine Schüler ein. Drei sind es heute: der Japaner Joshi, den es beruflich nach München verschlagen hat, die Biologiestudentin Jasmin und Psychologie-Doktorand Wolfgang. Jasmin macht den Anfang und darf als Erste in die Rolle der Gastgeberin schlüpfen. Sobald Jasmin alle Gegenstände bereitlegt hat, kniet sie sich vor den kleinen Herd, auf dem das Wasser kocht, und verbeugt sich vor ihren Gästen. Die Zeremonie kann beginnen.

SICH GANZ DEM MOMENT WIDMEN

Sie zieht das Wassergefäß zu ihren Knien und platziert die Teeschalen davor. Der Pulverteebehälter wird dabei zwischen Teeschalen und Knien abgelegt. Bedächtig und in langsamen Bewegungen faltet sie das Teetuch vor den wachsamen Augen ihres Lehrers auf und reinigt damit den Teelöffel. Dann greift sie nach dem Schöpflöffel. Wolf-Dieter Schoof entgeht keine Bewegung. „Den Löffel etwas weiter oben halten“, wirft er leise ein. „Er muss in etwa auf Höhe des Herzens gehalten werden“, erklärt er. Das symbolisiere die Achtung und Harmonie zwischen ➔



Jedes Detail ist wichtig beim japanischen Teeweg, das gilt auch für die Utensilien: die Teeschale (chawan), der Wasserkessel (kama), der Teebehälter für den pulverisierten Tee (chaire), der Teelöffel aus Bambus (chashaku), der Wasserbehälter (mizusashi), der Teebesen (chasen) und das seidene Teetuch (fukusa). Natürlich gibt es die Utensilien in Japan in zahlreichen Geschäften oder direkt an der Straße zu kaufen. Auch beim Teehaus selbst bleibt nichts dem Zufall überlassen: Oft ist es von einem kleinen japanischen Garten umgeben und ist meist aus Holz gebaut. Der einzige Zugang ist eine Schiebetür, die symbolisch den schlichten Raum von der Welt trennt.





den Menschen und den Gegenständen. Bis der Tee zubereitet ist, vergeht fast eine Stunde, in der sich Jasmin ganz dem Hier und Jetzt widmet. Das sei Teil des Teeweges, sagt Schoof. Der Gastgeber soll seine Aufmerksamkeit jedem einzelnen Moment widmen. „Das gilt auch für die Gespräche, die mit den Gästen geführt werden“, so Schoof weiter. In keinem Fall dürfe über Vergangenes oder Zukünftiges geredet werden. Es gehe darum, für wenige Stunden aus dem Alltag zu entfliehen und der Seele eine Verschnaufpause zu gönnen.

PAUSE FÜR DIE SEELE

Das sind auch überwiegend die Gründe, weswegen sich die Urasenke-Schüler in München für das ungewöhnliche Hobby entschieden haben. Jasmin zum Beispiel hat vor einem Jahr im Rahmen einer Japan-Messe eine Teezeremonie beobachtet und ist seitdem fasziniert von den gleichmäßigen Bewegungsabläufen. Für Wolfgang sei es ein sehr guter Ausgleich zum stressigen Alltag als Doktorand. „Es ist erstaunlich, wie viel innere Ruhe man über diese Teezeremonie gewinnt“, sagt er. Und tatsächlich: Obwohl nach Abschluss der Übungsstunden die Musik aus dem Club nebenan immer noch laut durch den Park dringt, hat sie während der Reise auf dem Weg des Tees niemand so richtig wahrgenommen. ▽

Öffentliche Vorführungen im Teehaus Urasenke finden an zwei Tagen im Monat statt. Weitere Infos: www.urasenke.de.



Tee im Netz

Wer erste Schritte auf dem Teeweg gehen will, kann dies im Netz tun: www.benjowskitea.de stellt Teekulturen aus aller Welt vor – vom duftigen, leichten Hochland-Tee aus Nepal bis zu kräftigen Sorten aus Kenia. Tee Freunde erfahren auch, dass grüner Tee in Japan meist gedämpft, in China aber geröstet wird. Im Online-Shop gibt es Zubehör für den Tee Genuss zu Hause. Auch www.teehaus.com oder www.chanomiya.com sind einen Besuch wert.

Eine Wissenschaft

Oft unterschätzt bei der Teezubereitung ist die Wasserqualität. Sie beeinflusst Farbe, Geschmack und Aroma. Um sich voll entfalten zu können, wollen besonders feine Teesorten am liebsten mit weichem Wasser aufgegossen werden. Die Wassertemperatur ist ebenso wichtig und variiert von Sorte zu Sorte. So mögen es Schwarztees schön heiß mit 90 bis 95 Grad, edle japanische Grüntees lieber kühler mit 50 bis 60 Grad. Grundsätzlich gilt: Je heißer das Wasser, desto kürzer die Ziehzeit. Doch diese wird auch vom Gefäß beeinflusst: In Glas- oder Porzellan-Kännchen entwickeln manche Tees weniger Geschmacksfülle und Aroma als wenn sie in unversiegelten Keramik-Kännchen zubereitet werden.

Das Teeritual ist seit Jahrhunderten unverändert: Das Foto zeigt eine Teezeremonie um die Jahrhundertwende.

Grün und gesund

Matcha („gemahlener Tee“) heißt der fein gemahlene Grüntee, der mit heißem Wasser übergossen und mit einem Bambusbesen (chasen) schaumig geschlagen wird. Je höher und fester der Schaum, desto besser ist der Tee gelungen. Matcha schmeckt süßlich und gilt als eine der gesündesten Teesorten. Denn während Teetrinker bei Standardsorten nur die wenigen wasserlöslichen Inhaltsstoffe zu sich nehmen, genießen sie bei Matcha das gesamte gemahlene Teeblatt.



Tausend Jahre Tee Genuss

Buddhistische Mönche brachten den Tee vor über tausend Jahren von China nach Japan. Von dort stammt wohl die Zubereitungsart des Matcha: Teeblätter wurden ursprünglich als Heilpflanze getrocknet und zu einem feinen Pulver zermahlen. Auch in Japan verwendeten die Mönche den Tee zunächst als Medizin. Im neunten Jahrhundert soll es die erste Teezeremonie gegeben haben, die vom zehnten bis zwölften Jahrhundert aber völlig in Vergessenheit geriet. Es folgten Phasen, in denen sich sowohl prunkvolle Formen der Teezeremonie herausbildeten, als auch Gegenbewegungen, die eine besonders einfache Teezusammenkunft propagierten. Unter dem japanischen Teemeister Sen no Rikyu entwickelte sich dann im 16. Jahrhundert die klassische und schlichte japanische Teezeremonie. Die von ihm festgelegten Regeln für den Teeweg gelten bis heute.



LERNEN SIE JAPANISCH

DER KARREN IST ALLER WAGEN ANFANG

FOLGE 3: ZUSAMMENGESetzte ZEICHEN

In dieser Ausgabe zeigen wir, wie einige zusammengesetzte Wörter im Japanischen ausgedrückt werden. Unser Ziel ist, zu demonstrieren, wie dabei Schriftzeichen zusammengesetzt werden, um Begriffe darzustellen.

車

Das Zeichen 車 sieht vielleicht auf den ersten Blick etwas abstrakt aus. Wenn wir uns einen Pferde- oder Ochsen-Karren vorstellen, kommen wir der Sache jedoch besser auf die Spur. Ein solcher Wagen mit zwei Rädern würde nämlich aus der Vogelperspektive betrachtet ganz ähnlich aussehen wie unser Schriftzeichen: Es gibt eine senkrechte Achse, an dieser sind zwei große Räder angebracht, dazwischen liegt eine Ladefläche. 車 hat zwei Lesemöglichkeiten. Es wird *Kuruma* gelesen, wenn das Zeichen alleine die Bedeutung Wagen (oder Auto) trägt. *Sha* wird es gelesen, wenn das Zeichen in Verbindung mit anderen Schriftzeichen zusammengesetzt wird. Das Zeichen vermittelt immer die Idee von einem Fahrzeug mit Rädern. Damit lebt das ursprüngliche Bild des Karrens in vielen modernen Worten bis heute weiter.

車 *Kuruma* für Wagen/Auto wird als einzelnes Zeichen in der Alltagssprache sehr häufig benutzt
 自動車 *Jidousha* (wörtlich: Selbst-bewegender-Wagen) entspricht in etwa dem Wort für „Automobil“

TIPP ZUR AUSSPRACHE: j wird immer wie im englischen ‚Jeans‘, also /dsch/ wie in Dschungel ausgesprochen. Die Buchstabenfolge ou spricht man ähnlich wie ein langes o wie in Boot aus.

Beide Wörter haben die gleiche Bedeutung, manchmal ist die Nuance kontextabhängig genau wie im Deutschen (Wagen, Auto, Pkw usw.).

Das Zeichen für Wagen/Auto taucht u. a. in folgenden Wörtern in Kombination mit anderen Zeichen auf:

車道 *Shadou* (wörtlich „Wagen-Weg“) steht für: „Fahrbahn“
 車線 *Shasen* (wörtlich „Wagen-Linie“) steht für „Spurmarkierung“
 駐車所 *Chuushajo* (wörtlich „Bleiben-Wagen-Ort“) steht für „Parkplatz“

Das gleiche Zeichen 車 kann auch als Baustein (ein sogenanntes Radikal) dienen, um ein anderes Zeichen zusammenzusetzen, zum Beispiel im Zeichen (転 „ten“).

回転いす *Kaiten isu* (wörtlich: „Drehen-Stuhl“) steht für „Drehstuhl“

In manchen Wörtern kommt unser Zeichen 車 in ein und demselben Wort sogar in beiden möglichen Varianten gleichzeitig vor, also einmal als alleinstehendes Zeichen „sha“ und einmal als Teil eines weiteren Zeichens:

車輪 *Sharin* (wörtlich „Wagen-Rad“) steht für „Rad“
 自転車 *Jitensha* (wörtlich: „Selbst-drehender-Wagen“) steht für „Fahrrad“

Interessant ist die Ähnlichkeit zwischen Auto und Fahrrad, das eine bewegt sich von alleine, für das andere muss man selber in die Pedale treten:

自動車 *Jidousha*, (wörtlich „Selbst-bewegender-Wagen) steht für „Auto“
 自転車 *Jitensha* (wörtlich „Selbst-drehender-Wagen) steht für „Fahrrad“

Erkennen Sie das *sha* als Zeichen und als Radikal in:

車道 車輪 自動車 自転車

Viel Erfolg dabei oder besser gesagt 頑張ってください! *Ganbatte kudasai!*

Elena Russo M.A.
 ist Dozentin für Japanisch an der VHS Düsseldorf, der einzigen deutschen VHS mit einem eigenen Fachbereich „Japanisch“. Angeboten werden zahlreiche Kurse vom Sprachkurs bis zur Landeskunde.
www.duesseldorf.de/vhs



NICHT ZU SCHNELL AUF DEM WEG IN DEN URLAUB

Zur Hauptreisezeit hat der ADAC eine Übersicht mit den aktuellen Geschwindigkeitsbeschränkungen im europäischen Ausland zusammengestellt.

Vor dem Antritt der Reise sollten sich Autofahrer über die Limits und die zahlreichen Besonderheiten im Urlaubsland genau informieren. Schon

bei geringfügigen Überschreitungen drohen oftmals empfindliche Strafen.

Die meisten europäischen Länder haben wie **Deutschland** innerorts eine Geschwindigkeitsbeschränkung von 50 km/h. In **Großbritannien** heißt es bereits bei 48 km/h (30 mp/h) Fuß vom Gas.

In **Mazedonien** variiert die Höchstgeschwindigkeit innerorts zwischen 40 und 60 km/h. In **Polen** sind nachts von 23 bis 5 Uhr 60 km/h erlaubt. Außerorts schwanken die Höchstgeschwindigkeiten in Europa zwischen 80 und 90 km/h. **Finnland** und **Österreich** erlauben 100 km/h. Sonderregelungen gelten für extra ausgewiesene, vierspurige Schnellstraßen. Auf ihnen darf je nach Land zwischen 110 und 120 km/h gefahren werden. (Quelle: ADAC)



Der ADAC empfiehlt Autofahrern, sich vor Reiseantritt unter www.adac.de/landbrief über weitere Besonderheiten und Ausnahmeverordnungen in den einzelnen Ländern zu informieren. (j Höchstgeschwindigkeit variiert)

IMPRESSUM

Herausgeber:

DAIHATSU
Deutschland GmbH
Industriestraße 5-11
47918 Tönisvorst
d-motion@daihatsu.de

Objektleitung:

Lars Woltermann (V.i.S.d.P.)
d-motion@daihatsu.de

Verlag:

Springer Fachmedien
München GmbH
Aschauer Straße 30
81549 München

Projektleitung:

Manuel Eder

Autoren:

Manuel Eder, Martin Heying,
Karolina Ordyniec, Jörg
Schwieder, Franziska Ziegler

Grafik:

Dieter Brachtel, München

Anzeigenbetreuung:

Susanne Klippel

Titelfoto:

Jörg Schwieder

Druck:

Deutsche Post AG
53113 Bonn
Gedruckt auf mit der
EU-Blume zertifiziertem
Papier.

ZU GUTER LETZT ...



CARTOON: MOCK. FOTO: ISTOCKPHOTO

Alle in der **DAIHATSU d-motion** genannten Preise für DAIHATSU-Modelle sind unverbindliche Preisempfehlungen inkl. der zur Drucklegung gültigen MwSt., zzgl. Überführungskosten. Informationen über Ausstattungen und Zubehör ohne Gewähr, kein Anspruch auf Vollständigkeit. Einsender von Bild- und Textmaterial erklären die Rechtfreiheit und die Veröffentlichung einverstanden.

WAS? WIR SIND SCHON DA?

Die längste Fahrt vergeht wie im Flug mit Max dem Monteur und Hans Guck' in die Luft. Mit den lustigsten Kinderspielen bleibt die Langeweile auf der Fahrt in den Sommer garantiert zu Hause!

Spiele für die Autofahrt:

HANS GUCK' IN DIE LUFT:

Vögel, Monster oder ein Schneemann – Ein Spiel für wolkige Reisetage ist das Raten von lustigen Formen in den Wolken. Und was siehst du am Himmel?



Findest du die 6 Fehler

MAX DER MONTEUR:

Zwei Mal lacht uns Max entgegen. Aber Achtung: Wir haben sechs Fehler versteckt! Findest du sie?



Nur nichts vergessen!

ICH PACKE MEINEN KOFFER ...

Der Erste fängt an und legt einen Gegenstand in den Koffer: „Ich packe meine Koffer und nehme ... mit.“ Dann ist der Nächste dran und muss den vorher genannten Gegenstand nennen und einen eigenen hinzufügen. So geht es weiter, bis einer einen Fehler macht.

Wer kennt die meisten Wörter?

LUSTIGER WORTSALAT:

Einer fängt an, alle plappern mit: wer die meisten Abwandlungen eines Wortes schafft, hat gewonnen: Rost – Rast – Mast – Last – List – Mist – Most

Lustige Phantasiegeschichten.

MEINE WELT – DEINE WELT

Ein Kind erzählt dem anderen, was hinter seinem Fenster passiert: „Ich sehe einen Vogel, der zu seinen kleinen Küken fliegt!“... „Und ich sehe eine tolle Stadt mit einem großen König.“

Jetzt aber schnell!

DALLI DALLI!

Die Eltern nennen einen Oberbegriff („Regenschirm“) und die Spieler müssen innerhalb von 30 Sekunden so viele passende Begriffe nennen wie möglich (Gewitter, Wolke, Blitz, Gummistiefel). Gewonnen hat der Spieler oder das Team mit den meisten Begriffen.



DAIHATSU

Passt genau in Ihre Welt.
Der neue DAIHATSU Charade.



inkl. **5** Jahre Garantie*

www.daihatsu.de
www.facebook.com/kompaktwagen

Kraftstoffverbrauch in l/100 km (modellabhängig): innerorts 6,7–6,4; außerorts 4,7–4,5; kombiniert 5,4–5,2; CO₂-Emission kombiniert 125–119 g/km (gemäß RL 80/1268/EWG).
*Allgemeine 3-Jahres-Fahrzeuggarantie bis 100.000 km zzgl. 2 Jahre Neuwagen-Anschlussgarantie der Car-Garantie bis max. 150.000 km. Weitere Informationen und Garantiebedingungen bei Ihrem teilnehmenden DAIHATSU Partner.