

o-motion

Das Magazin für DAIHATSU-Freunde

BERG- FEST

IM TERIOS AUF
DEN GROSSGLOCKNER

VISION

ZEITREISE IN DIE
ARCHIVE DER MARKE

GEMEINSCHAFT

DAIHATSU GEHÖRT
ZUR FAMILIE

WELTREKORD

DER HÖCHSTE TURM
DER ERDE STEHT IN TOKIO



*Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Daihatsu-Freunde*

Die Ära der DAIHATSU Deutschland GmbH geht am 31. Januar 2013 zu Ende – und damit mehr als 22 Jahre DAIHATSU in Deutschland. In Tönisvorst, einem Örtchen am Niederrhein nahe Düsseldorf, begann 1989 mit der Übernahme der Geschäfte des Privatimporteurs Walter Hagen ein erfahrenes Team von Kleinwagenspezialisten mit dem Vertrieb von DAIHATSU. Sie haben die Marke entscheidend mitgeprägt und sind zum Großteil heute noch an Bord. Wann immer wir in alten Geschichten schwelgen, haben unsere Mitarbeiter nur Gutes zu berichten. Wir haben über die Jahrzehnte viele Siege errungen, aber auch Rückschläge überwinden müssen. Doch beim gemeinsamen Streben um Markenbekanntheit und Verkaufsvolumen blieb der Umgang unter Kollegen und mit den Händlern stets familiär und partnerschaftlich – dies spürten auch die Kunden.

Der Packer im Lager, ohne den keine Teile an die Händler versendet werden können, der EDV-Spezialist, der für ein reibungsloses Funktionieren der Computerwelt sorgt, das Team im Marketing oder der Schulungsleiter – all diese Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit ihren Ideen, ihrer Leistungsbereitschaft und ihrer Empathie für DAIHATSU haben ein Unternehmen geschaffen, dessen Leistungen und Partnerschaftlichkeit die DAIHATSU-Händler in der Autowelt als „einzigartig gut“ hervorheben. Dafür möchte ich dem Tönisvorster Team herzlich danken!

Das, was man allgemein partnerschaftlich, familiär und fair nennt, bezeichnen unsere japanischen Kollegen als „DAIHATSU-ness“, also als eine DAIHATSU-typische und unverwechselbare Arbeitsweise und Umgangsform, die das anspruchsvolle Ziel verfolgt, Sie als Kunden zu begeistern. Dass uns das gelungen ist, verdanken wir auch unserer Organisation in Deutschland, die so ist wie Ihr DAIHATSU-Fahrzeug: effizient, flexibel und auf das Wesentliche konzentriert.

2013 beginnt für DAIHATSU in Deutschland eine neue Zeitrechnung unter dem Dach der Emil Frey Gruppe. DAIHATSU-Kunden können sich so auch nach der Einstellung des Neuwagenvertriebs zum 31. Januar 2013 auf erstklassigen Service und zuverlässige Teileverfügbarkeit beim Händler verlassen. Damit sind nicht nur alle Garantieansprüche für die nächsten Jahre gewährleistet, der Service ist mindestens bis zum Jahr 2025 sichergestellt. Die auf fünf Jahre verlängerte Garantie für alle zuletzt verkauften Neufahrzeuge untermauert unser Versprechen: DAIHATSU geht, aber der Service bleibt – ehrlich, sympathisch und immer für Sie da!

DAIHATSU wird Ihnen noch viele Jahre treu bleiben – jedes Mal, wenn Sie mit Ihrem DAIHATSU auf kleine oder große Fahrt gehen, bei jedem Besuch Ihres DAIHATSU-Partners oder wenn Sie unterwegs eines der über 135.000 DAIHATSU-Fahrzeuge auf Deutschlands Straßen sehen. In diesem Sinne möchte ich mich im Namen von DAIHATSU Deutschland eigentlich auch gar nicht von allen Mitarbeitern, Kollegen, Händlern und Fans verabschieden, sondern freue mich lieber über viele kleine Wiedersehen unserer DAIHATSU-Familie!

Ihr

Christian Amenda, Leiter Vertrieb und Marketing, DAIHATSU Deutschland GmbH





INHALT

4

DAIHATSU

4 Gipfelsturm

Mit dem Terios auf den höchsten Berg Österreichs

9 Interview

Im Gespräch mit Rudolf Wohlfarth, Deutschland-Chef der Emil Frey Gruppe

10 Deutschland-Tour

Halbzeit bei der großen „Wir sind DAIHATSU“-Tour

18 Visionär

Wie DAIHATSU-Ingenieure mit Fahrzeugstudien schon gestern die Mobilität von morgen entwarfen

26 Verbundenheit

Sechs DAIHATSU-Mitarbeiter plaudern aus dem Nähkästchen über „ihre“ Marke

COMMUNITY

14 Weltenbummler

Mit dem Terios um die halbe Welt

17 Nervenkitzel

Die Krimi-Autorin Ingrid Schmitz liebt ihr „Fluchtauto“

24 Sommertreffen

Ganz schön nass, aber trotzdem glücklich

33 Abschiedsbesuch

50 DAIHATSU-Fans sagen Adieu in Tönisvorst

JAPAN

30 Tokios Himmelsbaum

Der Turm, der in die Wolken wuchs

NEWS UND SERVICE

13 News und Aktuelles

Meldungen rund um DAIHATSU

34 Knobelspaß

Sudoku und Rätsel für kluge Köpfe



14



17



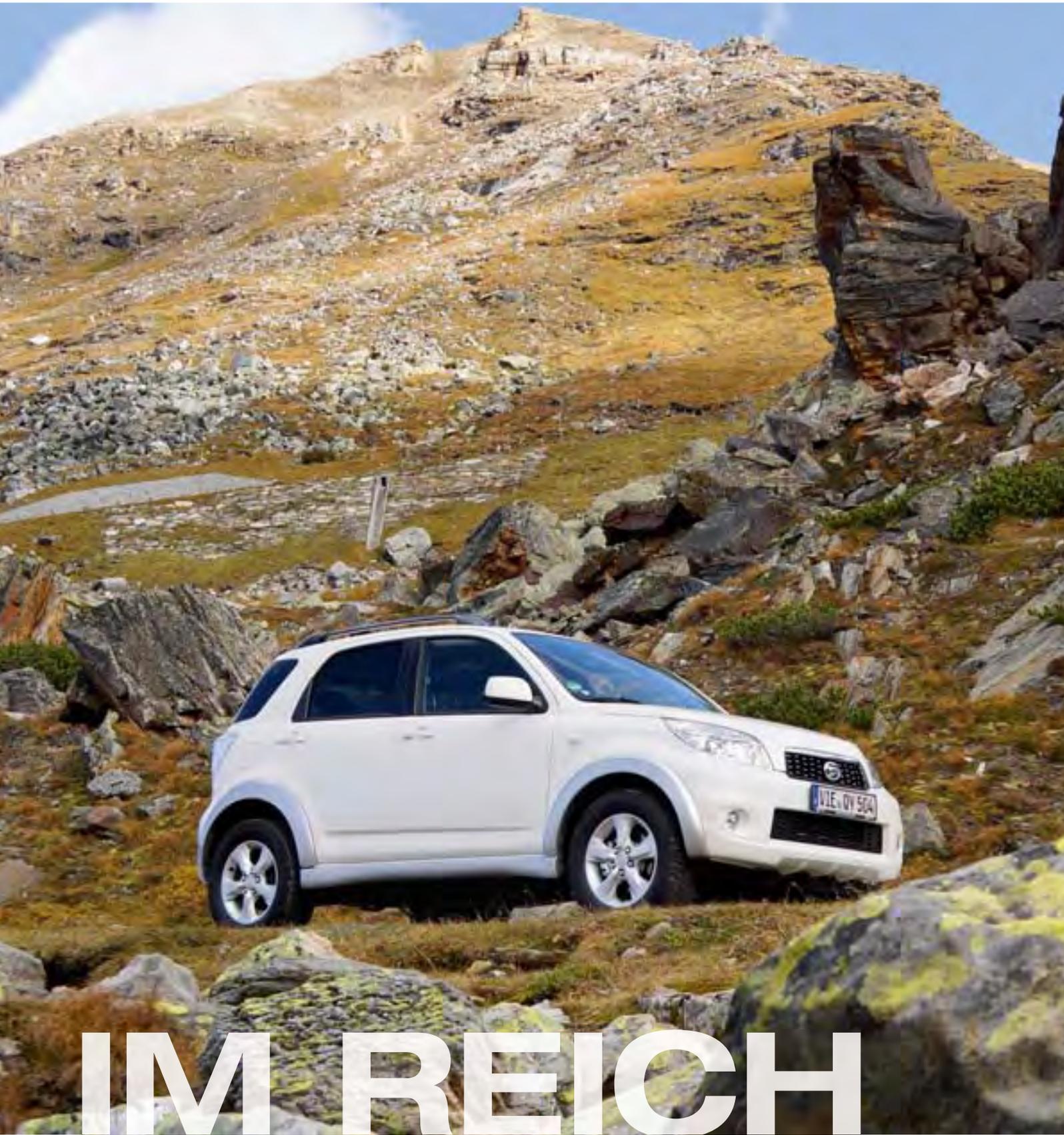
24



30

Gewinnspiele!
Testen Sie Ihr Glück mit den drei Gewinnspielen auf den Seiten 17, 23 und 35!
Viel Erfolg!



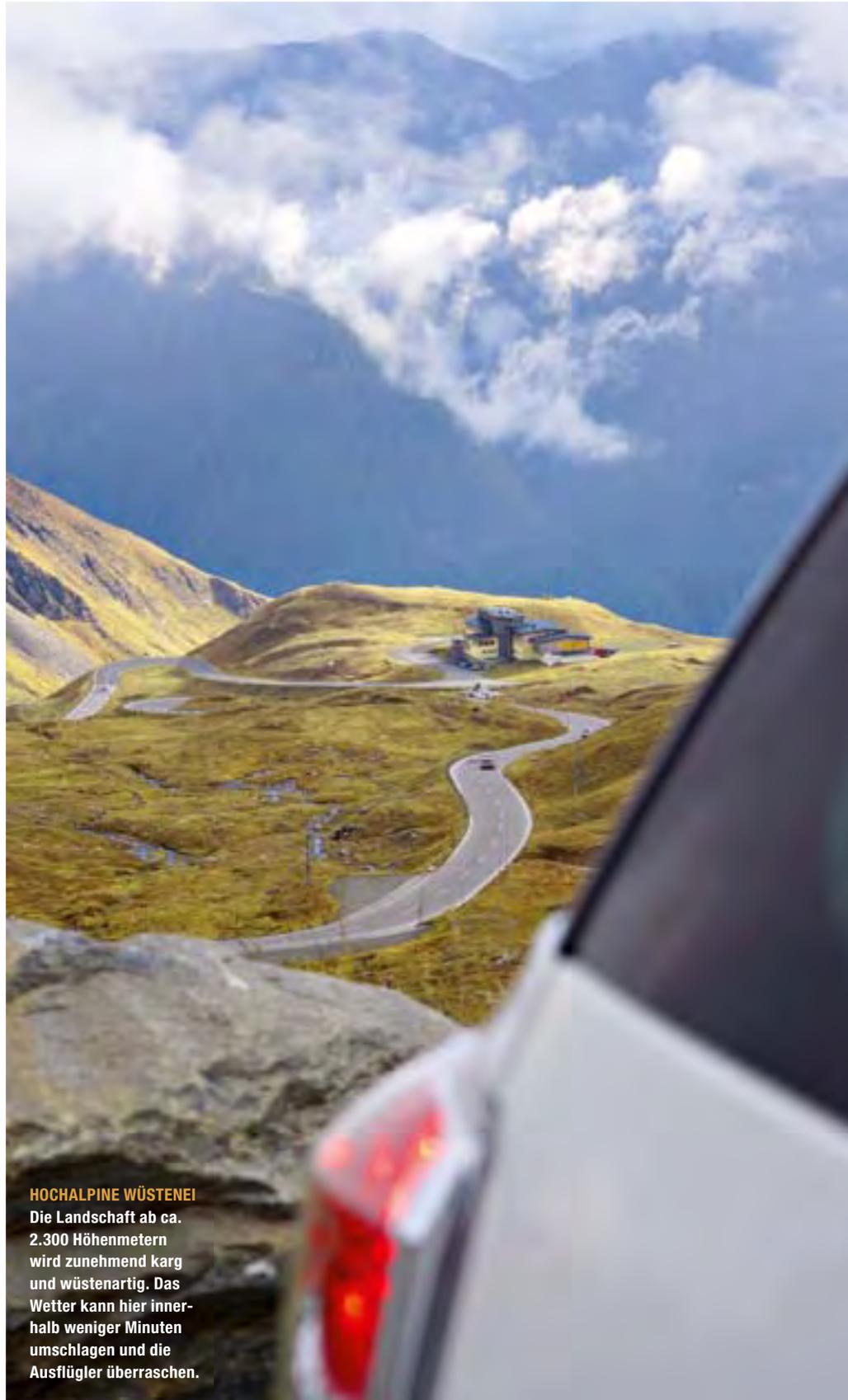


IM REICH

DER FELSEN

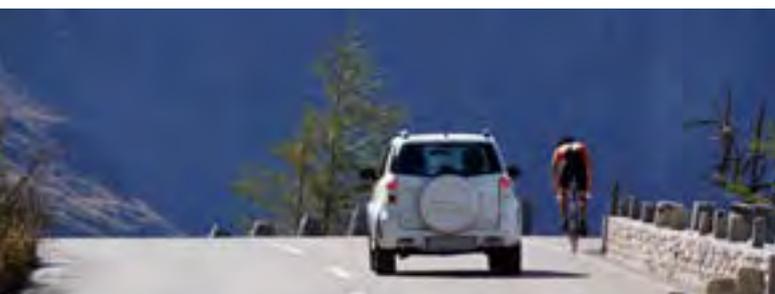
3.798 Meter hoch ragt sein Gipfel in die Wolken, unzählige Kurven warten an seinen Flanken auf Genussfahrer und Bergfreunde: Der Großglockner ist Österreichs höchste Spitze. Auf dem Weg zu ihr war uns der DAIHATSU Terios ein treuer Begleiter.

TEXT + FOTOS: JÖRG SCHWIEDER



HOCHALPINE WÜSTENEI

Die Landschaft ab ca. 2.300 Höhenmetern wird zunehmend karg und wüstenartig. Das Wetter kann hier innerhalb weniger Minuten umschlagen und die Ausflügler überraschen.



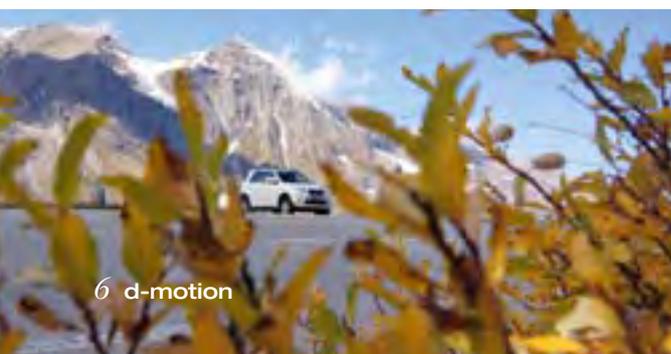


Es ist ein buntes „fahrendes Volk“, das sich an Bilderbuch-Tagen wie diesem anschiekt, den höchsten Berg Österreichs, den Großglockner, zu erklimmen. Ganze Abordnungen von Motorsportclubs messen ihre Fahrzeuge in den unzähligen Serpentin, ultraflache Sportwagen nehmen jeden Sonntagsfahrer zum Anlass für ein willkommenes Überholmanöver. Motorräder jagen hinterher, und Bergausflügler stehen kopfschüttelnd an den Aussichtspunkten und versuchen, die allzu eifrigen Motorsportfans in ihrem Rücken zu ignorieren. Ein Glück nur, dass die Strecke zum Gipfel so lang ist. So

verteilt sich der Trubel schon nach wenigen Kilometern in den vielen Kehren, die die Erbauer der Hochalpenstraße in die Landschaft der Hohen Tauern schlugen. Erst 1935 wurde sie eröffnet, nach nur fünf Jahren Bauzeit. Ein Mammutprojekt, damals noch mit einfachsten Gerätschaften errichtet. Doch bevor an eine Straße zu denken war, musste der steinerne Riese zu Fuß bezwungen werden. Kaum zu glauben, dass die Erstbesteigung erst im Jahr 1800 gelang, nach einem Fehlschlag im Jahr 1799. Befohlen vom Kärntner Fürstbischof Franz Xaver Graf von Salm-Reifferscheid machte sich eine 62 Mann starke Seilschaft



Für viele Auto- und Motorradfahrer Halbstation, für die meisten Radler Zeit zum Umkehren: der Edelweißgrat. Knapp über ihm thront der Bikerspoint mit beliebtem Bikertreff, Aussichtsturm und Edelweißhütte.





IM REICH DER KURVEN



von Bergbauern auf den Weg. Nach zwei Tagen Aufstieg erreichten fünf von ihnen den Gipfel und setzten das Gipfelkreuz. 1876 hat der Alpenverein am Fuße der Pasterze, des riesigen Gletschers unterhalb des Gipfels, das Großglocknerhaus errichtet. Es diente fortan als Zwischenetappe auf 2.500 Metern Höhe, um den weitere 1.400 Höhenmeter zählenden Gipfelanstieg zu erleichtern. Heute ist alles anders. Verzückt genießen Automobilisten die atemberaubende Aussicht und fotografieren eifrig das Panorama – nur um plötz-

lich ganz lautlos von Senioren auf Elektrofahrern überholt zu werden. Diese strampeln leichten Mutes und gelassener Miene in der dünnen Bergluft gen Gipfel und nehmen damit die Wette mit den hageren, durchtrainierten Athleten auf ihren Radrennmaschinen auf – und nur allzu oft gewinnen die Senioren dieses ungleiche Radrennen der neumodischen Art. Einen leeren Akku später treffen sich Autofahrer und Radl-Senioren dann zu einem mehr oder weniger verdienten Kaiserschmarrn auf der Edelweißhütte. ➡

JEDEM DAS SEINE

Den Großglockner lieben viele – wenn auch aus ganz unterschiedlichen Gründen: Der eine sieht nur Kurven, Kurven und wieder Kurven – der andere genießt die seltene Möglichkeit, mit dem eigenen Fahrzeug und der gesamten Familie komfortabel in die hochalpine Landschaft der Hohen Tauern vorstoßen zu können.



BESUCH BEIM NACHBARN
 Wer die Spitze des Großglockners (Bild Mitte) in voller Schönheit bewundern möchte, sollte unbedingt einen Ausflug aufs benachbarte Kitzsteinhorn einplanen. Von einer ca. 3.000 Meter hoch gelegenen Aussichtsplattform (Bild rechts) bietet sich ein fantastischer Blick zum „König“ der österreichischen Berge. Ausgangspunkt für diesen Ausflug ist die Gletscherbahn in Kaprun.

ÜBERNACHTUNGSTIPP

Großglockner – und was kommt danach? Wer mehr sehen will von Österreichs Dreitausendern, benötigt eine angenehme Übernachtungsmöglichkeit. Wem das klassische Hotel zu wenig individuell ist, für den ist vielleicht der Ferienhof Oberreit (www.oberreit.at) die richtige Alternative: Hier findet man 4-Sterne-Komfort im exzellent gepflegten Ferienhaus mit bestem Service auf 900 Metern Höhe. Inklusive opulentem Frühstück sowie Abendessen vom angeschlossenen Bio-Hof. Toll!



Den Rest der Tour bergab erledigen Schwerkraft und Bremsen. Wer auch die zweite Gipfeletappe nach dem Großglocknerhaus in Angriff nimmt, hat weitere 30 Kilometer Kurven vor sich. Abseits der Straße führen kleine Wege zu geheimnisvollen Orten mit Bächen, Wasserfällen, Bergseen – und ersten Schneefeldern. Orte, die sehr einsam bleiben, da die meisten es viel zu eilig haben, den Gipfel zu erreichen. Dort angekommen empfängt ein massentaugliches, aber wenig ansehnliches Bauwerk die Touristen auf der Kaiser-Franz-Josefs-Höhe am Fuße der Gletscherzunge „Pasterze“ – bzw. das, was von ihr heute noch nicht geschmolzen ist. Immerhin lässt sich von hier aus eine

Vielzahl von Unternehmungen starten (wenn noch Zeit bis zum Einbruch der Dunkelheit bleibt), von einer Stippvisite im Besucherzentrum bis hin zu Touren in alle Himmelsrichtungen, z. B. zum Wasserfallswinkel. Den besten Blick auf den König der Gipfel hat man allerdings von einem Nachbarn aus – dem Kitzsteinhorn. Mit zwei Gondelbahnen und einem Sessellift geht es bis auf 3.100 Meter Höhe hinauf, dort, wo der Himmel bereits eine dunkelblaue Farbe annimmt. Dann führt ein 600 Meter langer Stollen quer durch die Kitzsteinhorn-Spitze zu einer fast frei schwebenden Aussichtsplattform auf 3.000 Metern Höhe. Mit etwas Glück geben die Wolken den direkten Blick auf den mächtigen Großglockner frei. ▶

RUND
 UM DEN
 GROSSGLOCKNER



IM GESPRÄCH

„IN DEN BESTEN HÄNDEN“

Mit dem Ende des Neuwagenvertriebs von DAIHATSU in Europa wird manches anders, doch eines bleibt gleich: Auch unter dem Dach der Emil Frey Gruppe Deutschland steht der Kundenservice an erster Stelle.

TEXT: MANUEL EDER

Herr Wohlfarth, Anfang 2013 übernimmt die Emil Frey Gruppe das Management aller Service- und Garantieleistungen der Marke in Deutschland. Sind Sie bei der Organisation der neuen Strukturen im Plan? Wie sieht die neue Organisation konkret aus?

Aufgrund der jahrelangen Erfahrung und Expertise der Emil Frey Gruppe auf dem Gebiet des Importeursgeschäfts – nicht nur in Deutschland, sondern auch in der Schweiz – sind wir mit der Organisation der Strukturen voll und ganz im Zeitplan. In der neu gegründeten EF D Teile und Service GmbH werden erfahrene und bewährte Mitarbeiter eingestellt, die mit diesem Geschäft vertraut sind. Der Kundendienst beispielsweise, also Garantieabwicklung und technische Anfragen, wird von einem Mitarbeiter-team übernommen, das für eine andere Importmarke von uns in diesem Geschäftsfeld bereits tätig ist. Momentan werden diese Mitarbeiter in Tönisvorst – von DAIHATSU für DAIHATSU – geschult.

Warum ist die Steuerung der DAIHATSU Dienstleistungen und die Betreuung der DAIHATSU-Partner bei der Emil Frey Gruppe in guten Händen?

Wie bereits erwähnt kann die Emil Frey Gruppe auf eine lange Tradition als Importeur zurückblicken. Seit 1986 importieren wir die Marke Subaru in Deutschland und waren lange Zeit für den Import von Hyundai verantwortlich. Darüber hinaus ist die Emil Frey Gruppe in der Schweiz



„WIR SIND MIT DEM IMPORT VON ASIATISCHEN MARKEN SEHR VERTRAUT.“

RUDOLF WOHLFARTH ist Mitglied der Geschäftsleitung der Emil Frey Gruppe und CEO Deutschland. Er sieht die Umstellung auf die neuen Strukturen im Zeitplan und versichert: „Die Kunden können darauf vertrauen, dass jeder einzelne Händler seine Arbeiten wie gewohnt durchführen kann.“

als Importeur für elf Marken tätig, unter anderem auch für die Marke DAIHATSU. Wie Sie sehen, sind wir mit dem Import gerade auch asiatischer Marken sehr vertraut und die DAIHATSU-Partner sind bei uns in den besten Händen.

Können sich die Kunden auch weiterhin auf schnelle und zuverlässige Service- und Garantieleistungen in einem dichten Partnernetz verlassen?

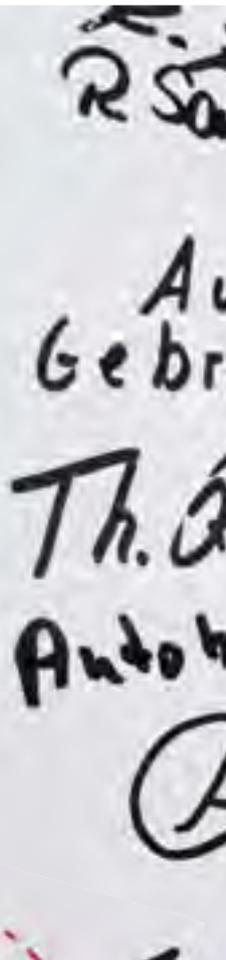
Die Kunden können darauf vertrauen, dass jeder einzelne Händler seine Arbeiten wie gewohnt durchführen kann. Die Garantieleistungen bleiben selbstverständlich ebenfalls in dem gleichen Umfang erhalten. Das Servicenetz wird größtenteils wie bisher bestehen bleiben. Das DAIHATSU-Partnernetz könnte sich sogar noch vergrößern – es gibt Anfragen unserer Partner

anderer Marken, die Service- und Teileversorgung für Kunden von DAIHATSU zusätzlich zu übernehmen.

Wie lange werden Service und Teile in Deutschland für DAIHATSU verfügbar sein? Ist die Frey Gruppe auch Ansprechpartner rund um finanzierte oder geleaste Fahrzeuge?

Die Emil Frey Gruppe hat eine langfristige Zusammenarbeit mit der DAIHATSU MOTOR CO., LTD vereinbart. Ansprechpartner für finanzierte oder geleaste Fahrzeuge ist in erster Linie der Händler. Mit der FFS Bank hat die Emil Frey Gruppe einen Spezialisten fürs Automobilbanking im Portfolio und steht selbstverständlich den DAIHATSU-Partnern bei jeglichen Finanzierungsfragen zur Verfügung.

Herzlichen Dank für das Gespräch. ▶



AUF DER ZIELGERADEN



TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

Distriktleiter Wolfgang Piron ist mit dem Materia der „Wir sind DAIHATSU“-Tour in Wiesbaden angekommen. Der kantig-kultige Kleinwagen hat seit seinem Start mehr als 40.000 Kilometer und an die 200 Unterschriften gesammelt. Heute ist das Autohaus Kiessetz und Schmidt an der Reihe.

ES LIEGT SPANNUNG IN DER LUFT

Obwohl beim DAIHATSU-Händler Kiessetz und Schmidt eigentlich „business as usual“ herrscht, scheint an diesem sonnigen Herbstmorgen doch etwas anders zu sein. Bernd Kiessetz blickt immer wieder von seinem Rechner im Verkaufsbereich Richtung Eingang. Partner Michael Schmidt tritt wiederholt durch die Werkstatttür, um nach einem prüfenden Blick sogleich wieder zu verschwinden. Kunden kommen, geben oder holen ihre Fahrzeuge ab, bis sich endlich die Tür öffnet und Distriktleiter Wolfgang Piron hereinkommt. Bernd Kiessetz ist ihm schon entgegengelaufen, auf

die Frage: „Und? Steht er draußen?“ lacht Piron: „Natürlich!“ und folgt Kiessetz auf den Parkplatz. Partner Michael Schmidt steht schon neben dem weißen Materia, der über und über mit Unterschriften bedeckt ist. „Das ist eine super Aktion“, freut sich Kiessetz, und Partner Schmidt ergänzt: „Das wäre auch eine schöne Marketing-Aktion zur Einführung gewesen.“ Wolfgang Piron stimmt zu: „Wenn ich mit dem Materia durch die Ortschaften fahre, wird fast jeder aufmerksam, ich werde sehr oft angesprochen. Schon als die Idee im Marketing geboren wurde, haben wir Distriktleiter sie sehr gut gefunden.“



ÜBER DEN WEITEREN WEG DES MATERIA

sind sich die drei aber nicht so einig. „Der gehört in ein Technik-Museum“, sagt der eine, „eine Versteigerung zu einem guten Zweck wäre schön“, sagt der andere. Während sie noch diskutieren, ist die Belegschaft für das Gruppenfoto angerückt. Danach tragen sich alle in das DAIHATSU-Buch ein. „Seit 1994 arbeiten wir mit DAIHATSU zusammen“, erklärt Bernd Kiessetz die Verbundenheit mit dem japanischen Automobilhersteller. Seit sechs Jahren führen Kiessetz und Schmidt neben den Serviceleistungen auch einen DAIHATSU-Online-Shop. „Wir haben Bestellungen von Händlern aus ganz Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Benelux-Ländern, da wir wichtige und auch seltene Teile vorhalten“, erläutert Kiessetz, „und so ist es selbstverständlich, dass wir unseren Service weiterführen, für die Kunden und für die anderen Händler.“

DEN GUTEN KONTAKT

ZU DAIHATSU und die enge Zusammenarbeit werden die beiden dennoch vermissen. „Deshalb finde ich auch die Materia-Aktion so gelungen“, sagt Kiessetz. Partner Schmidt ergänzt: „Ja, das ist ein passendes Zeichen für den Zusammenhalt bei DAIHATSU, vor allem auch zwischen den Händlern.“ Nach der Aktion bei Kiessetz und Schmidt besucht Wolfgang Piron den Frankfurter Raum, dann geht es ins Saarland und anschließend übergibt er den Wagen an seinen Kollegen für Baden-Württemberg und Bayern. Doch bevor er aufbrechen kann, muss er noch auf einen guten Kunden von Kiessetz und Schmidt warten, der es sich nicht nehmen lassen wollte, seine Referenz zu erweisen. ➔

Bernd Kiessetz und Michael Schmidt vom Autohaus Kiessetz und Schmidt freuen sich darüber, auf dem weißen „Wir sind DAIHATSU“-Materia unterschreiben zu dürfen. Das Erinnerungsstück der besonderen Art ist seit einigen Monaten auf einer Tour zu allen Händlern der Marke quer durch ganz Deutschland unterwegs.



UM DEN MATERIA AUCH EINMAL LIVE ZU SEHEN, ist Rudolf Twelbeck, Geologe aus Mainz, in seinem Terios vorbeigekommen, denn auch er will sich in das DAIHATSU-Buch eintragen. Twelbeck arbeitet als Fachmann für Naturschutz-Belange, insbesondere im Falle einer Neuerschließung oder Umwidmung von Grundstücken, auf denen gebaut werden soll. Dazu muss er regelmäßig die festen Wege verlassen, unebene Pfade in Ausgleichsflächen und Baustellen überwinden. „Mein Terios hat genau den kurzen Radstand, den ich brauche. Kiessetz und Schmidt haben den Wagen in einem Spezialumbau höhergelegt, so kann ich auch starke Verwerfungen unkompliziert überwinden. Auf

Bilder oben: Auch für das Team im Autohaus Kiessetz und Schmidt ist das ein besonderer Moment: Alle dürfen sich in das Buch eintragen, das zusammen mit dem Materia auf Deutschland-tour ist. Diese Gelegenheit lässt sich auch der treue DAIHATSU-Fahrer Rudolf Twelbeck nicht entgehen (Bild Mitte und unten), der eigens im Autohaus vorbeigeschaut hat, um sich ebenfalls zu verewigen.

festen Strecken bietet der Wagen mir aber gleichzeitig den nötigen Komfort.“ DAIHATSU hat sich für Twelbeck als zuverlässige Marke erwiesen: 276.000 Kilometer in sechs Jahren, und der Terios musste nur zur Wartung in die Werkstatt. Die gute Atmosphäre bei seinem DAIHATSU-Händler tut ein Übriges, um Twelbeck zu einem treuen Kunden zu machen: „Kiessetz und Schmidt und der DAIHATSU Terios sind für mich geradezu alternativlos“, konstatiert Twelbeck, „deshalb behalte ich mein Auto auch so lange es irgend geht“, beteuert er. Und wer DAIHATSU kennt, weiß: Das kann dauern! ▶



HÄNDLER SIND ZUVERSICHTLICH

Wie es mit DAIHATSU in ihrem eigenen Betrieb weiter geht, wissen die meisten DAIHATSU-Händler ziemlich gut: genauso kundennah und engagiert wie in der Vergangenheit auch schon! „Natürlich ist es sehr bedauerlich, dass wir diese Fahrzeuge nicht mehr anbieten können. Es ist wirklich schwierig, eine vergleichbare Marke zu finden. Die Menschen haben Verständnis dafür, dass der Vertrieb in Europa nicht mehr profitabel war. In Japan ist und bleibt DAIHATSU einer von den ganz Großen bei den Kleinwagen“, sagt zum Beispiel Heinrich August Steinbrede, Inhaber des Autohaus Steinbrede in Münster und seit über 20 Jahren einer der größten Händler der Marke. Er ist sich einig mit seinem Kollegen Frank Bruhy, Inhaber des Autohauses Bruhy in Ratingen: „Für unsere Kunden wird sich nichts ändern, außer dass sie keinen neuen DAIHATSU mehr kaufen können.“ Beide haben sich in den vergangenen Monaten intensiv um die Betreuung und Information der Kunden gekümmert. Zuversichtlich sind beide auch mit Blick auf die Fortführung des DAIHATSU-Service durch die Emil Frey Gruppe: „Mit der Emil Frey Gruppe haben wir einen echten Profi an unserer Seite. Ich bin ganz sicher, dass alles zur Zufriedenheit unserer Kunden läuft“, unterstreicht Heinrich August Steinbrede.

Mehr zur neuen Partnerschaft mit der Emil Frey Gruppe ist auch im Interview auf Seite 9 dieser d-motion zu finden.



EIN CHARADE FÄHRT UM DIE WELT

Eine bemerkenswerte Leserzuschrift erreichte die d-motion-Redaktion von Beate und Norbert: Seit 1996 gehört ihr roter Charade zur Familie und hat seither sagenhafte 270.000 Kilometer gesammelt. (Das Foto zeigt den Charade vor dem Panorama des Großglockner.) Auch Touren der Extraklasse wie eine vierwöchige Reise nach Moldawien und Rumänien durch die Karpaten bis zum Schwarzen Meer auf ganzen 7.272 Kilometern meisterte der treue Wagen 2009 ohne Klagen. In diesem Sommer ging es erneut auf große Fahrt: Über die Alpen Richtung Venedig, weiter über Dubrovnik nach Montenegro und Albanien und über Süditalien wieder zurück: macht 7.500 Kilometer ohne eine einzige Panne. Das Fazit: „Der Kauf des Autos vor sechzehn Jahren hat sich gelohnt. Noch ein, zwei Jahre möge er durchhalten, bevor auch dieser Charade nach einer sehr bewegten Existenz in seinen wohlverdienten Ruhestand geht! Doch nicht, ohne dem neuen DAIHATSU gleichen Namens dieselbe Robustheit und lange Lebensdauer zu wünschen!“

JUBILÄUM DER BESONDEREN ART

Solche Kunden sehen selbst DAIHATSU-Händler nicht alle Tage – obwohl die Zuverlässigkeit der Fahrzeuge über viele Jahre schon fast sprichwörtlich ist. Glen Morris vom Autohaus Buchholz freute sich dennoch sehr über die „Beweisfotos“ der Familie Nägler zu einer besonders runden Zahl auf dem Tacho: 300.000 Kilometer zeigt der Zähler des treuen DAIHATSU Cuore, und der Wagen läuft und läuft und läuft.



300.000 Kilometer und kein bisschen müde: Der Cuore der Familie Nägler ist ein Dauerläufer.



GRUPPENBILD MIT FLITZI

Ein Familienfoto wie aus dem Bilderbuch!



„Sehr geehrte Damen und Herren, anbei ein nettes Foto von unserer Familie. Wir lieben dieses Auto seit vier Jahren: unser „Flitzi“.“

Liebe Grüße
Christoph, Marina,
Julia und Mathias





Ein Drittel der Erde haben die beiden Abenteurer Tobias Barnickel (Foto) und der Belgier Dirk van Egmond bei der Mongol Rally 2012 umrundet. Ihr treuer Begleiter, ein neun Jahre alter DAIHATSU Terios, hat sie dabei nie im Stich gelassen.



Zwei Weltenbummler suchen mit ihrem DAIHATSU Terios in der Wildnis das Abenteuer – und finden Globetrotter-Romantik und die große Freiheit.

SO WEIT DAS AUGE REICHT

TEXT: JOHANNA KOCH



Sie kennen sich nur aus dem Internet – und begeben sich auf die Reise ihres Lebens. Tobias Barnickel aus dem norddeutschen Vlotho und der Belgier Dirk van Egmond schlagen sich auf der berühmt-berüchtigten „Mongol Rally“ gemeinsam durch die Wildnis. Da die Männer bei ihrem ersten Treffen im Frühjahr nicht mehr gemeinsam haben als die Liebe zum Bier, taufen sie ihr Rallye-Team mit einem Augenzwinkern „Beer Buddies“. Mit ihrem neun Jahre alten DAIHATSU Terios starten die Waghalsigen schließlich im Juli die 17.000 Kilometer lange Reise von Tschechien in die Mongolei. Ein Drittel der Erde wollen sie umrunden. 15 Landesgrenzen, drei Wüsten und fünf Gebirge liegen vor den Abenteurern. Sie wollen unter anderem Russland, Kasachstan, Turkmenistan, Usbekistan, Tadschikistan und Kirgistan durchqueren. Auf dieser gefährlichen Route sind die „Beer Buddies“ völlig auf sich und ihren Geländewagen gestellt.

UNTERWEGS IM WILDEN OSTEN

In Usbekistan hat plötzlich nur noch jede vierte oder fünfte Tankstelle Benzin.

„Entweder die Tankstellen waren geschlossen, oder es gab nur Benzin mit 80 Oktan“, berichtet der 28-jährige Tobias. Der Motor des Terios braucht aber Benzin mit 90 Oktan, sonst droht in Höhenlagen Kraftverlust. Und Berge gibt es in Usbekistan zu Genüge. Oft hilft nur der Notvorrat in ihrem 60-Liter-Benzinkanister, um mobil zu bleiben. Und auch während der Fahrt gehörte Überraschendes zur Regel: So kann es nachts schon einmal vorkommen, dass auf einer Schnellstraße plötzlich ein Esel im Scheinwerferlicht auftaucht oder unbeleuchtete Fahrzeuge entgekommen.

DER TRAUM VOM PAMIR HIGHWAY PLATZT

Dann wollen sie hoch hinaus: Endlich soll es auf den Pamir Highway gehen, der mit einer Durchschnittshöhe von 4.000 Metern über dem Meeresspiegel eine der höchstgelegenen Straßen der Welt ist. Doch der Traum der Rallye-Piloten droht zu platzen. In Tadschikistan bricht Bürgerkrieg aus. Vier Tage vor der Einreise erfahren die Männer, dass die Grenzen dicht sind. Niemand kann passieren. Doch Tobias ➔



und Dirk wollen ihren Traum nicht aufgeben. Den Highway vor Augen, fahren sie einen Umweg und versuchen, ein paar Tage später über einen abgelegenen Grenzposten ins Land zu kommen. Sie zelten an der Grenze. „Nur ein Stück auf dem Pamir Highway zu fahren, hätte uns gereicht“, sagt Tobias wehmütig. „Aber in jedem Jahr gibt es bei der Mongol Rally Unruhen entlang der Strecke und wir hatten einfach Pech.“

MIT TEMPO DURCH DIE STEPPE

Nach fünfwöchiger Tour erreichen Tobias und Dirk schließlich die Mongolei und sind von dem Land zwischen Russland und China derart begeistert, dass sie es eine Woche lang mit dem Terios erkunden. Mit Blaulicht auf dem Dach und ohne Nummernschild preschen die Männer bei einer Geschwindigkeit von 80 bis 120 Kilometern pro Stunde über Steinwüsten und Feldwege. Der Geländewagen macht's möglich. „Es gibt keine Geschwindigkeitsbegrenzungen in der Mongolei“, schwärmt Tobias. „Wir konnten machen, was wir wollten.“ Und während andere Teilnehmer der Rallye langsamer fahren müssen, heizen die Beer Buddies mutterseelenallein übers Land – wie Cowboys durch die Prärie. Wenn sie

auf andere Rallye-Teams treffen, überholen sie diese meist. „Wir hätten auch warten können, aber wir wollten lieber Vollgas geben“, gesteht Tobias.

LAGERFEUERROMANTIK IN DER WILDNIS

Entschleunigt wird unter dem Sternenhimmel. In freier Wildbahn schlagen die Rallye-Fahrer bei Sonnenuntergang ihr Zelt



Bilder eines Abenteurers: Auf der Mongol Rally machen sich die Globetrotter buchstäblich auf den Weg ins Nirgendwo. Romantik am Lagerfeuer und fast unpassierbare Brücken gehörten ebenfalls zum Programm.

auf und kochen Fleisch und Gemüse, das sie tagsüber auf Märkten gekauft haben, über dem Lagerfeuer. „Es war wahnsinnig romantisch“, schwärmt der Deutsche. Kein künstliches Licht aus der Stadt und keine Abgase stören die Klarheit der Nacht. Den

Blick auf die Milchstraße, unzählige Sternschnuppen, ja sogar Satelliten gibt der Himmel den Abenteurern frei. Und wenn sie morgens aus ihrem Zelt krabbeln, ist von Zivilisation keine Spur. Kein Mensch – so weit das Auge reicht: „Die unendliche Weite ist beeindruckend.“

TERIOS, GEH NICHT

Dann kommt der Moment, den sich die Männer kaum mehr vorstellen können: Sie müssen ihren DAIHATSU abgeben. „Es war hart, weil wir uns so sehr an den Terios gewöhnt hatten“, erinnert Tobias sich. Da die Mongol Rally aber vor allem auch ein Charity-Rennen ist, steht neben dem Abenteuer auch Wohltätigkeit im Fokus. Und so spenden die Abenteurer ihr motorisiertes Gefährt einer Stiftung in der Mongolei. Die Männer sind auf ihrer Reise echte DAIHATSU-Fans geworden. Es gab kaum Probleme. Noch nicht einmal die

von DAIHATSU großzügig gesponserten Ersatzteile benötigen die Beer Buddies. Mit der Wahl ihres Abenteurer-Fahrzeugs für die unvergessliche Reise ans Ende der Welt haben die beiden alles richtig gemacht. ▾

Wo die Straße aufhört, fängt der Spaß erst an – das gilt vor allem für den geländegängigen Terios, mit dem die beiden Rallye-Piloten 17.000 Kilometer weit unterwegs waren.





Unterwegs auf Krimi-Tour: Die Autorin Ingrid Schmitz verlässt sich ganz auf ihr „Fluchtauto“ – einen DAIHATSU Materia.

Die Autorin Ingrid Schmitz schreibt nicht nur Krimis, sie liest ihre Werke auch gern selbst vor. Dazu eilt sie von Lesung zu Lesung quer durch die Republik. Ihr verlässliches Transportmittel, einen DAIHATSU Materia, nennt sie daher liebevoll „mein Fluchtauto“.

MÖRDERISCH GUT

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

Dunkle Gestalten, heimtückische Pläne und aufreibende Spannung: wenn Ingrid Schmitz erst mal so richtig loslegt, ist Nervenkitzel garantiert. Die Krimi-Autorin lässt in ihren Geschichten meist die charismatische Trödelmarkthändlerin Mia Magaloff Licht in das Dunkel von verwerflichen Taten bringen. Seit ihrem Studium „Kreatives Schreiben“ ist die gelernte Speditionskauffrau seit 2000 erfolgreiche Kriminalschriftstellerin. Die Ideen für die finsternen Pläne ihrer Protagonisten nimmt Ingrid Schmitz aus dem Alltag. Das kann etwa die Nichte der Nachbarin sein, die mit ihrem neuen Handy eine Freundin anruft und sagt „Rat mal, wo ich jetzt bin.“ Dieser Satz ist inzwischen der Titel einer Kriminalstory, in der eine Freundin die andere anruft und dabei unwissentlich von einem Serienkiller begleitet wird.

DIE IDEEN LIEFERT DAS LEBEN

Ingrid Schmitz erzählt: „Für eine andere Geschichte habe ich mir mal überlegt, in was eine junge Friseurin hineingeraten könnte, die Hausbesuche nach Feierabend macht.“ Das Ergebnis von Schmitz' Überlegungen können Krimibegeisterte in der Anthologie „Waschen, föh-

nen, umlegen“ nachlesen. Die Nähe zum scheinbar Alltäglichen macht den Reiz vieler Geschichten von Ingrid Schmitz aus. Über fünfzig Krimikurzgeschichten, drei Kriminalromane, dreizehn Anthologien, zahlreiche eBooks und Hörbücher sind auf diese Weise entstanden.

IM MATERIA AUF DER „FLUCHT“

Schreibt Ingrid Schmitz mal nicht an einer Kriminalgeschichte, so liest sie sie vor: in Buchhandlungen, auf Messen und anderen Veranstaltungen. Dazu braucht sie ihr „Fluchtauto“, den DAIHATSU Materia, den sie wegen seiner Zuverlässigkeit und seines hervorragenden Platzangebots schätzt. „Der bringt mich in Fluchtgeschwindigkeit zu meinen Lesungen“, schmunzelt Schmitz, „außerdem haben ich, meine Bücher und meine Verstärkeranlage ausreichend Platz.“ Der Materia hat sogar schon eine Rolle in Schmitz' krimineller Kreativität gespielt: In „Abwrackprämie“ gerät der kantige DAIHATSU in eine tödliche Beziehungskrise. Aktuell ist die Anthologie „Mondäne Morde“ erschienen. Die 23 Kurzkrimis sind eine Hommage an den Schriftsteller Erich Maria Remarque. Selbstredend ist auch ein Krimi von Ingrid Schmitz dabei, die im Materia in mörderisch guter Mission immer auf Achse ist. Mehr Infos unter: www.krimischmitz.de ▶

ZU GEWINNEN!

Lust bekommen auf Nervenkitzel? d-motion verlost vier Bücher der Autorin Ingrid Schmitz. d-motion wünscht „mörderisches Glück“!

Schreiben Sie mit dem Kennwort „Krimispannung“ eine E-Mail an: d-motion@polk.com oder senden Sie eine Postkarte an: DAIHATSU Direct Postfach 18 51 65 45201 Essen

Die Gewinner werden ausgelost und benachrichtigt. Einsendeschluss ist der 15. Januar 2013. Mitarbeiter von DAIHATSU Deutschland können nicht teilnehmen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Keine Teilnahme von Gewinnspiel-Services.



Faszinierende Fundstücke aus Forschung und Entwicklung bei DAIHATSU zeigt **Teil 3** der großen d-motion Serie: Die Reise zurück in der Zeit präsentiert die Visionen der Ingenieure, die mit faszinierenden Studien schon vor Jahrzehnten die Zukunft erdachten. Sportlich und kantig, kultig und visionär – so zeigten sich die Concept-Cars auf großen Auto-Messen.



ZURÜCK IN
DIE ZUKUNFT



TEXT: MANUEL EDER

Die Reise in die Vergangenheit der Concept-Cars von DAIHATSU führt eigentlich in die Zukunft: Kaum ein Hersteller hat seine Zukunftsvisionen so eng mit dem Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz verknüpft wie DAIHATSU. Mit viel Phantasie und noch mehr visionärer Kraft entwarf DAIHATSU schon Elektrofahrzeuge und Hybridkonzepte, als die Energiewende noch Zukunftsmusik war. So muss der Zeitreisende mehr als 25 Jahre in die Historie reisen, um mit dem DAIHATSU Charmant Hybrid und dem DAIHATSU Charmant EV aus

gezeichneten 1,8 Litern auf 100 Kilometer auskam, verbesserten UFE-2 (2003) und UFE-3 (2005) diesen Wert schrittweise auf 1,4 Liter. Der Luftwiderstandsbeiwert sank von 0,25 der ersten Generation über 0,19 cW auf den Spitzenwert von 0,168 cW beim UFE-3. Zusammen mit dem Fliegengewicht der Karosserie von rund 500 Kilogramm schöpfte der Hybridantrieb sein Potenzial voll aus. Gleich blieb bei allen drei Studien das Innenraumkonzept: der Fahrer verfügt über einen zentralen Einzelsitz vorne, zwei Passagiere nehmen hinter ihm Platz.

Die Studie UFE (Ultra Fuel Economy) stellte DAIHATSU zwischen 2001 und 2005 in drei Entwicklungsstufen vor. Das futuristische Karosseriedesign des Hybridfahrzeugs ordnet sich bei diesem Konzept ganz den Gesetzen des Leichtbaus und der Aerodynamik unter. Gut zu sehen ist der Weg, den die DAIHATSU-Designer und -Ingenieure von UFE-1 über UFE-2 bis hin zu UFE-3 zurücklegten, bis auch das Optimierungspotenzial für das allerletzte Detail ausgereizt war.



HVS

◀ **Schön, und ganz schön sparsam: Die Studie Hybrid Vehicle Sports (HVS) aus dem Jahr 2005 ist einer der Höhepunkte der langen Tradition von eleganten Konzeptfahrzeugen. Besonders gelungen ist beim HVS das Zusammenspiel von innovativem Hybrid-Antriebskonzept und purer Roadster-Faszination.**

dem Jahr 1985 die Antriebskonzepte zu entdecken, die heute in aller Munde sind. Das Hybridkonzept wurde angetrieben von zwei Elektromotoren in Kombination mit einem Zweizylinder-Benzinmotor mit 0,55 Litern Hubraum. Es folgten viele weitere Studien mit dem damals bahnbrechenden Antriebskonzept: Der „Urban Buggy“ von 1987 ist ebenfalls mit Hybridantrieb unterwegs, macht mit seinem visionären Design aber einen deutlichen Sprung nach vorne.

AUF PURE EFFIZIENZ GETRIMMT

Aus der Vielzahl der Hybrid-Fahrzeugstudien seien stellvertretend zwei Entwürfe genannt: das UFE-Konzept (Bilder rechts) überzeugt durch die Harmonie aus Leichtbau, Aerodynamik und Hybridantrieb. Der Entwurf ist auch deshalb so faszinierend, weil er nicht auf kurzfristige Showeffekte ausgelegt ist, sondern eine kontinuierliche Weiterentwicklung über drei Generationen demonstriert. Das Kürzel steht für Ultra Fuel Economy und ist Programm: Während UFE-1 aus dem Jahr 2001 mit bereits aus-

SPARSAMKEIT IN SCHÖNSTER FORM

Während das UFE-Konzept die Karosserieform der Aerodynamik völlig unterordnet, darf die Hybrid-Studie HVS als automobiles Schmuckstück glänzen. Der sympathische Roadster-Entwurf aus dem Jahr 2005 mit dem Namen Hybrid Vehicle Sports (HVS) sprüht vor Energie (Bilder links). Seine Mission: das Fahrerlebnis eines 2,0-Liter-Motors mit dem Verbrauch eines 1,0-Liter-Antriebs zu bieten. Unter seiner Haube arbeitet ein 1,5-Liter-Reihenvierzylinder mit 105 PS, den die Ingenieure mit einer Hybrideinheit aus drei Elektromotoren kombinieren. Die E-Motoren werden so gesteuert, dass sie als elektrischer Allradantrieb zusammenarbeiten. Der Verbrauch liegt dank dieser ausgeklügelten Antriebstechnik bei nur 4,1 Litern pro 100 Kilometer. Die Karosserie unterstreicht den sportlich-dynamischen Auftritt, wirkt aber nicht aggressiv. Fahrer und Beifahrer reisen auf eleganten Ledersitzen, Armaturenbrett und Mittelkonsole sind puristisch und schmal gehalten.





AUS DEN ARCHIVEN: DIE SUCHE NACH DEM ANTRIEB VON MORGEN



◀ **Wegweiser vor über 25 Jahren: Die Charmant-Baureihe stattete DAIHATSU schon Ende der 70er Jahre mit einem Hybridantrieb und mit einem elektrischen Antrieb aus.**



◀ **Einen großen Sprung beim Karosseriedesign machte der Entwurf „Urban Buggy Concept“ aus dem Jahr 1987. Die Studie**

kommt sportlich daher als Kreuzung zwischen Geländewagen und Stadtfliker und wurde angetrieben von einer Kombination aus Elektroantrieb und Verbrennungsmotor.



▲ **Mit dem DAIHATSU Move EV-H brachten die Ingenieure die Idee des Hybridantriebs schon im Jahr 1998 auf die nächste Entwicklungsstufe. Das Problem der zu geringen Reichweite war damals genau wie heute der größte Stolperstein für batteriebetriebene Elektrofahrzeuge. Als Lösung erdachten die Ingenieure ein Fahrzeug, das rein elektrisch fährt, trotzdem aber einen kleinen Verbrennungsmotor zur Stromerzeugung an Bord hat.**

BUGGY TRIFFT CABRIO: ANGEPASST SIND ANDERE!

Der HVS zeigt: Sparen und Spaß zu vereinen war immer schon die Königsdisziplin für DAIHATSU. Dieses Prinzip bringt auch eine andere Studie gekonnt auf den Punkt. Das pfiffige Konzept des D-Bone brachte die Messebesucher des Jahres 2004 unweigerlich zum Schmunzeln (Bilder rechts oben). Wie viel Spaß muss es machen, mit dieser Mischung aus geländegängigem Buggy und dynamischem Sportwagen durch die Kurven zu jagen! Einfache Kreisformen und gerade Linien verleihen ihm ein robustes und funktionelles Design. Mit an Bord ist ein Allradantrieb, der auf unterschiedlichem Untergrund für Traktion sorgt. Im Motorraum arbeitet ein leistungsstarker Dreizylinder-Turbomotor, der seine volle Leistung von 47 kW bei 6400 U/min liefert. Das niedrige Gewicht macht den D-Bone überdies extrem agil.



UNTERWEGS IM WÜRFEL AUF RÄDERN

Für eine andere Aufgabe, nämlich tägliches Pendeln in der Stadt, konzipierte DAIHATSU die Studie ai (Bilder rechts unten). Als buchstäblicher „Würfel auf Rädern“ ist er das Modell für ein neues Mobilitätskonzept: Der nur 2,65 Meter lange ai bietet dank höchst variablem Innenraum bis zu vier Erwachsenen Platz. Anders als der D-Bone zählt beim ai die Funktionalität eines Gebrauchsfahrzeugs. Ein kleiner Wendekreis, die übersichtliche Karosserie und die Schiebetüre lassen ihn auch die kleinste Parklücke nutzen. Transportaufgaben meistert die Studie dank umklappbarer Sitze, die bei Bedarf eine ebene Ladefläche eröffnen. Neben drei konventionellen Verbrennungsmotoren als Antrieb zeigt die Studie ai auch einen Hybridmotor mit überraschend geringem Verbrauch von nur ca. 2,2 Litern auf 100 Kilometer.



D-Bone

◀ Das Skelettdesign verleiht dem D-Bone ein sportliches und abenteuerliches Aussehen. Die Studie erinnert mit ihrem robusten Erscheinungsbild an ein Motorrad oder einen Buggy, kombiniert mit einem Sportwagen.



Die Grundidee der Studie ai war, ein optimales Fahrzeug für den Stadtverkehr zu gestalten. Die Optik sollte leichte Bedienbarkeit und den Spaß am Fahren ausdrücken. ▼

ai





REDUZIERT AUF DAS WESENTLICHE: PURER FAHRSPASS

Ein Fahrzeug für alle Fälle ist die Studie DAIHATSU D-X. Der offene Zweisitzer lässt sich dank austauschbarer Karosseriekomponenten aus Kunststoff je nach Einsatzzweck

variabel neu einkleiden. Ganz bewusst haben die Designer die bekannte DAIHATSU-Tradition auf die Spitze getrieben, ein Fahrzeugkonzept völlig auf den vorgesehenen Verwendungszweck zu konzentrieren. Im Fall des D-X ist das purer Fahrspaß. Für Vortrieb sorgt ein Zweizylinder-Benzindirekteinspritzer mit Turboaufladung. Die Karosserie kommt sportlich-muskulös daher und bedient sich dabei neben typischen Roadster-Elementen auch ganz selbstbewusst beim Baukasten der größeren SUV-Kollegen. Der D-X ist ein Grenzgänger, und das macht ihn so interessant.



◀ KLEINER HYBRID GANZ GROSS

Die Studie „FC ShowCASE“ des Jahres 2012 zeigt, wie ein Brennstoffzellenantrieb auch für einen Kleinwagen adaptiert werden kann. Der Antrieb ist flach unter dem Fahrzeugboden angeordnet. So entsteht im Fahrzeuginneren bei umgeklappten Sitzen eine komplett ebene Fläche für die unterschiedlichsten Transportaufgaben. Neben reinen Elektroantrieben und Hybridkonzepten ist der Brennstoffzellenantrieb die dritte Antriebsalternative, an der DAIHATSU forscht. Statt Wasserstoff kommt bei DAIHATSU Hydrazin-Hydrat zum Einsatz: Dieses lässt sich ähnlich wie Benzin tanken. Für Aufsehen beim Messepublikum sorgte auch der riesige Bildschirm, der eine Fahrzeugseite komplett einnimmt.

DIE SPORTSKANONE

2012 legte DAIHATSU dann die Studie DAIHATSU D-R Concept nach: War der D-X des Jahres zuvor ein pfiffiger Crossover aus Cabrio und SUV, glänzt die neue Interpretation des D-R Concept als echte Sportskanone. Grundlage ist auch hier das Erfolgsrezept eines reinen Zweisitzer-Cabrios wie beim Copen. Die Umsetzung ist sportlich und ohne Kompromisse. Mit großem Kühler, schnittigen Scheinwerfer-Augen und Doppelrohrauspuff bringt das Exterieur-Design die Botschaft auf den Punkt: der D-R Concept ist reine Energie. Im Innenraum dominiert edles Leder, die klassischen Instrumente weichen LCD-Anzeigen. Ein Überrollbügel sorgt für Sicherheit, und ein Stoffverdeck hält Fahrer und Beifahrer trocken.



Gleiche Familie, neuer Look: Die aktuelle Studie D-R aus dem Jahr 2012 interpretiert genau wie ihr Vorgänger D-X (siehe oben) das Copen-Konzept eines sportlichen Zweisitzers neu.



GEWINNEN

Neugierig geworden auf die Geschichte von DAIHATSU?

Das Buch zu 100 Jahren DAIHATSU von Dr. Bernd-Wilfried Kießler ist ein Muss für jeden DAIHATSU-Fan!

Natürlich gibt es das Buch auch bei allen DAIHATSU-Partnern zu kaufen! Oder einfach beim großen Gewinnspiel mitmachen! Die schnellsten 30 Einsender dürfen sich über das reichlich bebilderte Buch freuen.



Schreiben Sie mit dem Kennwort „100 Jahre DAIHATSU“ eine E-Mail an: d-motion@polk.com oder senden Sie eine Postkarte an: **DAIHATSU Direct Postfach 18 51 65 45201 Essen**

Die Gewinner werden ausgelost und benachrichtigt. Einsendeschluss ist der 15. Januar 2013. Mitarbeiter von DAIHATSU Deutschland können nicht teilnehmen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Keine Teilnahme von Gewinnspiel-Services.

D-X

▲ „Wo ist die nächste Kurve?“, das ist die wichtigste Frage für den flotten DAIHATSU D-X. Die Roadster-Studie von 2011 ist ein überraschender Mix aus Cabrio, Spider und SUV.



Pico

ZWEIRAD TRIFFT VIERRAD

Und wie sieht das Morgen in der Vorstellung der DAIHATSU-Ingenieure von heute aus? Genauso faszinierend, kurzweilig und visionär wie bei den Fahrzeugstudien der Vergangenheit präsentiert sich DAIHATSU auch in der Gegenwart auf der internationalen Bühne. In den Grenzbereich zwischen Zwei- und Vierrad begibt sich der DAIHATSU Pico. Als elektrisch angetriebener 1+1-Sitzer ist er gedacht für die schnelle Einkaufstour in die Stadt. Er schließt die Lücke zwischen Auto und Motorrad und nutzt die besten Eigenschaften beider Transportmittel.

▲ Die Passagiere sitzen im Elektro-Stadtmobil DAIHATSU Pico hintereinander. Kompakte Abmessungen, große Glasflächen und eine niedrige Einstiegshöhe machen den Pico zum perfekten Begleiter in geschäftigen Metropolen.





Außen blau-orange, innen Plüsch pur (rechts): das Schmuckstück von Martin Pötsch.



NASS, ABER GLÜCKLICH

Beim diesjährigen Sommertreffen des Daihatsu-Forums bewiesen die Fans des kultigen Japaners: Ist die Stimmung gut, gibt es kein schlechtes Wetter!

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

Seit 2002 gibt es das Forumstreffen schon, aber ausgerechnet beim zehnten Jubiläum kannte der Wettergott kein Erbarmen: Es regnete nicht, es schüttete – und zwar so, dass nur etwa die Hälfte der 52 Fahrzeuge Platz auf der eigens gemieteten Wiese fand. Die Übrigen blieben lieber auf dem Parkplatz vor dem Gevenicher Sportplatz mitten in der tropfnassen Vulkaneifel. Und das war vielleicht ganz gut so: Sie wären wohl auch im aufgeweichten Boden stecken geblieben.

SPASS HÄNGT NICHT VOM WETTER AB

Trübes Wetter, trübe Stimmung bei den über 100 Teilnehmern? Weit gefehlt! „Unsere Laune lassen wir uns vom Wetter nicht verderben“, so Organisator Stephan Eberhard aus Gevenich. Und wahrhaftig, in den Regenspauzen stehen kleine Grüppchen um die ausgestellten DAIHATSU-Unikate herum, Umbauten werden diskutiert, alte Schätzchen bestaunt, Erfahrungen und Teile ausgetauscht. „Darum geht es schließlich bei unseren Treffen“, sagt Mitorganisator Dirk Held, der sich gerade für Martin Pötschs 91er Cuore L201 begeistert. Pötsch kommt aus Nürnberg und ist gelernter Lackierer, und das sieht man seinem Cuore auch an. Die blau-orange Speziallackierung sticht sofort ins Auge, ebenso die kleinen Umbauten, wie etwa die Stoßstangen des schnittigeren Turbomodells, die Griffmulden für die Türgriffe oder der Tankdeckel hinter dem linken Rücklicht.



24 d-motion

Fachsimpeln am Fahrzeug unter Fans. Die Teilnehmer stärken sich mit Pommes, während die drei Organisatoren die Jury für die zu vergebenden Auszeichnungen sind. (rechts)





Ein Plan (Bild unten), ein Mann: Dennis Donath kombinierte das Beste von Trabant und DAIHATSU.

Auch auffällig ist die ebenso knallorange wie plüschige Innenausstattung, bei der die Rücksitze einem vierfachen Subwoofer-System weichen mussten.

DAIHATSU TRIFFT TRABANT

Dennis Donath ist ebenfalls ein „Bastler“. Der gebürtige Chemnitzer lebt inzwischen in Wermelskirchen und hat seinen ganz eigenen Beitrag zur deutsch-japanischen Freundschaft geleistet. 2006 kaufte er sich einen Trabant und begann einen Komplettumbau mit DAIHATSU-Teilen. Der Motor stammt von einem Cuore L201, die Alufelgen von einem Charade G100. Die meisten Teile spendete ein Cuore L501: Faltschiebedach, Armaturen, Steuergerät, Schaltkulisse, Getriebe und Gaspedal und manches mehr. Allein der Technikumbau dauerte ein Jahr. „Ohne die massive Unterstützung des DAIHATSU-Forums wäre der Umbau nicht so gut verlaufen“, ist Dennis noch heute dankbar. Diese gegenseitige Unterstützung ist es, die die DAIHATSU-Community so besonders macht, finden auch die anderen Teilnehmer.

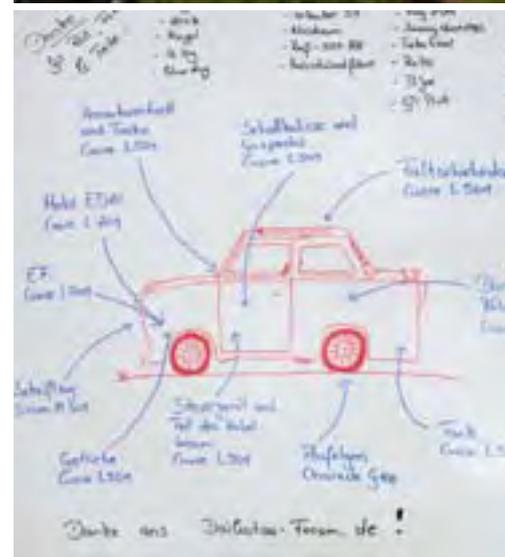
JEDE MENGE GESPRÄCHSSTOFF

Während die einen sich noch bei ihren Fahrzeugen lebhaft austauschen, nutzen die anderen den kleinen Imbiss des Sportvereins für eine Portion Pommes

mit Bratwurst. Neben dem Vereinsheim hat Melanie Held eine „Glückswand“ auf gebaut, vom DAIHATSU-Kugelschreiber bis zum DAIHATSU-Buch kann hier jeder sein Glück herausfordern. Dirk Held ist inzwischen wieder im Vereinsheim angekommen, wo Stephan Eberhard schon wartet. Nachdem Melanie an der „Glückswand“ fertig ist, beginnen die drei mit der Sichtung der Teilnehmerzettel. Wer hatte den längsten Weg, wer hat an den meisten Treffen teilgenommen, wer hat das älteste Fahrzeug mitgebracht, welcher Umbau ist am spektakulärsten und so weiter und so weiter. Für jeden gibt es eine kleine Auszeichnung, denn neben den Fahrzeugen sind für die eingeschworene Gemeinschaft das Zusammensein und die gute Atmosphäre das Wichtigste.

FREUNDSCHAFTEN, DIE HALTEN

„Wir treffen uns auch noch, wenn unsere ‚Dais‘ eines Tages nicht mehr sein sollten“, ist sich Melanie Held sicher, die mit ihrem Mann Dirk auch die Internetseite „DAIHATSU-forum.de“ betreut. 3.500 User zählt die Seite, 865 davon sind aktive Mitglieder. „Klar macht das Arbeit, genau wie die Organisation der Treffen“, sagt Dirk, „aber der Zusammenhalt unter den Usern und solche tollen Veranstaltungen sind die Mühen Wert.“



Trotz Regens hatten alle viel Spaß, Besitzerstolz hängt ja auch nicht vom Wetter ab (Bilder unten).





DAIHATSU



FAMILIEN- GESCHICHTEN

Gern betonen die DAIHATSU-Freunde die besondere, familiäre Atmosphäre in der Fangemeinde und oft auch den guten Draht zu ihrem Händler vor Ort. Dass sich dieser ganz spezielle „DAIHATSU-Spirit“ nicht nur auf die Kunden der Marke beschränkt, zeigt eine Stippvisite bei DAIHATSU-Deutschland in Tönisvorst. Für d-motion haben stellvertretend für das ganze Team sechs Mitarbeiter aus dem Nähkästchen geplaudert und erzählt, was sie mit „ihrer“ Marke verbindet.



KNALLGELBER „POSTKASTEN“ AUF RÄDERN

Wolfgang Piron ist Distriktleiter bei DAIHATSU und stellvertretender Betriebsratsvorsitzender. Der gelernte Kfz-Meister und Betriebswirt ist 1991 zu DAIHATSU gekommen. „Ich erinnere mich noch gut an den ersten DAIHATSU, den ich gefahren habe, ein Cuore L201, knallgelb“, erzählt Piron. Kleinstwagen wie der Cuore waren nicht so häufig, „deswegen haben wir scherzhaft gesagt, lass keinen Fensterspalt offen bei deinem ‚Postkasten auf Rädern‘, sonst ist der voll mit Briefen, wenn du wiederkommst“, lacht der 57-Jährige. Trotz allem Humor bestand für Piron aber nie ein Zweifel an der hohen Qualität und dem hohen Nutzwert der Kleinen aus Japan. „Ich habe die Fahrzeuge immer geliebt und aus Überzeugung meine ganze Familie damit ausgerüstet“, versichert Piron, der als passionierter Jäger einen Terios fährt. Seit Ende der 90er Jahre ist Piron im Gesamtvertrieb tätig, und auch hier trifft er auf ein harmonisches Miteinander: „So einen Arbeitgeber wird es wohl nicht mehr geben. Ich habe in all der Zeit niemals erlebt, dass ein Vorgesetzter seine Tür zugeschlagen hätte“, so Piron.



DIE BITS UND BYTES IMMER IM BLICK

Eine ganz besondere Atmosphäre bescheinigt auch Johannes Willemsen seinem Arbeitgeber, bei dem er seit 1998 in der EDV beschäftigt ist. Seit 2010 ist er der Leiter der IT-Abteilung. „Ich habe DAIHATSU als zuverlässige Marke einerseits und als loyalen Arbeitgeber andererseits kennengelernt“, sagt der gelernte Programmierer. Willemsen betreut die komplette Software, vom Fahrzeugsystem bis hin zur Finanzbuchhaltung. „Die Arbeit macht mir hier bis heute Spaß. Das liegt nicht zuletzt an dem guten Arbeitsklima und an der kollegialen Zusammenarbeit hier im Haus“, ist sich der passionierte Copen-Fahrer Willemsen sicher. Das Schlimmste, was er bei DAIHATSU erleben musste, war ein Wassereintrich in „seinem“ EDV-Reich. Bis zu zehn Zentimeter hoch stand das Wasser im Keller des Gebäudes von DAIHATSU Deutschland. „Gott sei Dank hat mein Vorgänger in kluger Voraussicht die Server auf ein Podest stellen lassen, sonst hätten wir wohl einen wirklich katastrophalen Schaden gehabt.“

„Das war immer eine nette Truppe.“

Nicola Roosen, Sachbearbeiterin Teilewesen

TEILE, TEILE, TEILE!

„20 Jahre meines Lebens sind DAIHATSU“, sagt Nicola Roosen, Sachbearbeiterin Teilewesen, „und ich bereue keins davon. Das war immer 'ne nette Truppe, wir sind gut zusammengewachsen, und jetzt haben wir ein fast familiäres Verhältnis zueinander“, beschreibt sie die Arbeitsbedingungen bei DAIHATSU. Natürlich erinnert sie sich noch an das Jahr 1991, in dem sie bei DAIHATSU Deutschland angefangen hatte: „Ich war klein, blond und ahnungslos in Bezug auf DAIHATSU-Ersatzteile“, lacht sie. F300 bedeutete Feroza, L501 Cuore. Mit der Zeit waren die Typenbezeichnungen keine böhmischen Dörfer, sondern reale Fahrzeuge für Roosen. Cuore und Sirion fuhr sie selbst jahrelang, bevor sie nun einen Charade ihr Eigen nennt. An eine Sache aus ihrer Anfangszeit erinnert sie sich noch besonders gut: „Ich musste eine Dom-Strebe für einen Charade vom Kundendienst besorgen. Ein Kollege hat mir erklärt, dass es sich um ein Stabilitätselement zwischen den beiden Federbeinen handelt. Beim Kundendienst haben die milde gelächelt, als ich das Teil verlangt habe. Für das Gesicht, als ich ihnen genau erklären konnte, was das ist, hätte ich glatt Geld bezahlt.“





AUS DEM NÄHKÄSTCHEN GEPLAUDERT

ÜBERRASCHUNGEN AUS ASIEN

André Ziemann, Teamleiter Lager, hat „immer ein Lächeln im Gesicht“, wenn er zur Arbeit geht. „Ich liebe meinen Job“, sagt der 46-Jährige, „die Kollegen sind super und die Autos hab' ich immer gemocht.“ Dazu kommt, dass DAIHATSU nach einem schweren Unfall von Ziemann geduldig seine Stelle freigehalten hatte, bis er wieder auf den Beinen war, obwohl die Genesung sich mehrfach verzögerte. Seinen Job fand Ziemann aber nicht nur wegen der Ersatzteillogistik und der überzeugenden Fahrzeugtechnik interessant. Er kennt manche skurrile Geschichte – zum Beispiel dann, wenn die weite Welt ganz unerwartet auch bei ihm im DAIHATSU Teile-Lager zu Gast war: „Manchmal haben wir faszinierende Spinnen oder Insekten in den Transportkisten aus Asien gefunden, tot natürlich“, lacht Ziemann. „Aber einmal hatten wir eine Art Riesenespe und die kam uns prompt entgegengeflogen. Das war natürlich eine große Aufregung. Nicht einmal die japanischen Kollegen hier im Haus kannten dieses Insekt.“



„ DAIHATSU ist
Teil der Familie. “

André Ziemann, Teamleiter Lager



„ Schade nur, dass ich
nicht alle netten Händler
persönlich kennengelernt
habe! “

Christa Wehlings, Versicherungswesen

JAPANISCHE HÖFLICHKEIT

Christa Wehlings ist eine der vielen Multitalente im Team von DAIHATSU Deutschland. Sie kümmert sich um alle Belange rund um Versicherungen. Gleichzeitig ist sie immer wieder am Empfang eingesprungen, wenn es darum ging, Begrüßungskomitee und Anlaufstelle für alle Fragen in einer Person zu sein. „Das Arbeitsklima hier werde ich vermissen, die Vielseitigkeit, das gute Verhältnis mit den Kollegen, schade nur, dass ich nicht alle netten Händler persönlich kennengelernt habe!“, bedauert Wehlings. In einem internationalen Unternehmen wie DAIHATSU ist natürlich Flexibilität gefragt, und manchmal auch ein wenig Improvisationskunst. „Wir haben in den Jahren viel über japanische Umgangsformen gelernt“, schmunzelt sie. Und weiter: „Aber zur Not tut es auch mal eine Mischung aus Englisch, Platt-Deutsch und Zeichensprache, um sich ganz prima verständigen zu können“, lacht sie. Man behandelt eben auch die Gäste und internationalen Kollegen immer wie einen Teil der großen Familie. Diese besondere Verbundenheit, so scheint es, empfinden alle Mitarbeiter bei DAIHATSU Deutschland.



GEMEINSAM HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN

Auch der Schulungsleiter, Walter Segbart, lobt die gute Atmosphäre bei DAIHATSU Deutschland: „Man war sofort in der Familie drin, bis heute hatte ich bei DAIHATSU eine wirklich schöne Zeit“, so Segbart. Die Händler kenne er alle persönlich und das Verhältnis sei ebenso gut wie das im Haus. In seiner Funktion hat er über die Jahre sehr viele DAIHATSU-Partner und deren Mitarbeiter getroffen und war quer durch die Republik unterwegs. „Daher kam es schon mal vor, dass ich im Urlaub auf dem Campingplatz oder beim Einkaufen plötzlich von einem Händler erkannt und angesprochen wurde“, schmunzelt er über seine „Prominenz“. Die vielen Weiterbildungen, intern wie extern, haben die Händler und DAIHATSU zusammengeschweißt. „Gemeinsam alle Herausforderungen meistern, das stand immer im Vordergrund“, stellt Segbart fest. Von den Autos ist der Fachmann gänzlich überzeugt. „Die ganze Verwandtschaft fährt DAIHATSU“, sagt Segbart. Gran Move, YRV, Cuore oder Sirion M3, Materia Automatic, er hat sie alle gefahren und für gut befunden. „Es ist traurig, dass es aufhört, ich hätte gern noch weitergemacht“, lautet sein Fazit.

„ Es ist traurig, dass es aufhört, ich hätte gern noch weitergemacht! “

Walter Segbart, Schulungsleiter



Nadelspitz und buchstäblich bis in den Himmel gewachsen: Der Skytree ist nicht nur ein Fernsehturm – als höchster Turm der Erde ist er seit Anfang des Jahres auch das neue Wahrzeichen Tokios.

TEXT: JÖRG SCHWIEDER

Der Eiffelturm müsste mit seinen 324 Metern schon mindestens zweimal übereinandergestapelt werden, um der neuen architektonischen Attraktion Tokios den Rang abzulaufen: Atemberaubende 634 Meter Höhe erreicht der Fernsehturm der Superlative in der japanischen Hauptstadt, der Anfang des Jahres feierlich eröffnet wurde. Der neue Megaturm ist so schwindelerregend hoch, dass es für die unterschiedlichen Ebenen sogar einen eigenen Wetterbericht gibt.

SINNBILD FÜR JAPANISCHE KULTUR

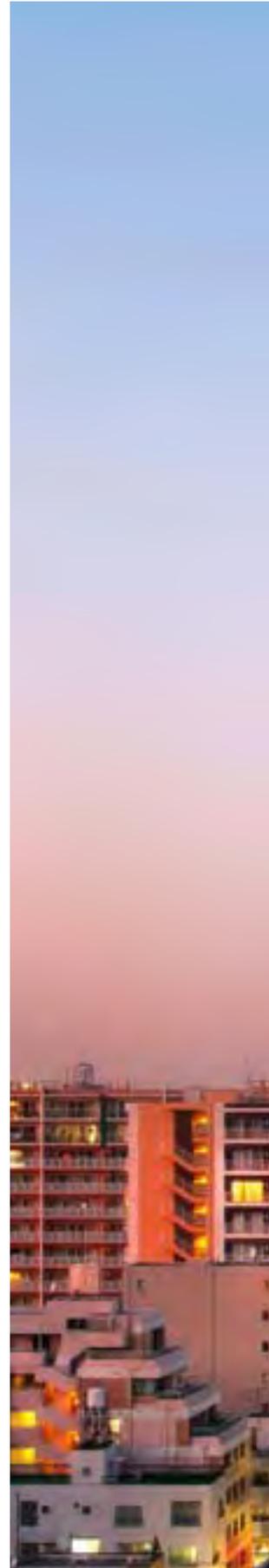
Politisches Signal, Wirtschaftsfaktor und Symbol des Aufbruchs: für all das steht der Skytree. Vieles rund um das Bauwerk ist daher aufgeladen mit Symbolik. Seinen

Namen etwa durften ihm Tokios Bürger selbst geben. Neben Skytree standen auch noch „Future Tower“ oder „Rising East Tower“ zur Wahl. Die Außenhaut des „Himmelsbaums“ ist ganz in Weiß gehalten, der Farbe des japanischen Schönheitsideals. In der Tradition des „aojiro“ wird dabei dem Weißton ein kleiner Schuss Indigoblau beigemischt.

AUF DIE SPITZE GETRIEBEN

Die 634 Höhenmeter ergeben zudem ein hübsches Wortspiel: Die Zahlen können als Mu-sa-shi gelesen werden – das ist auch der alte Name des Stadtviertels, in dem der Turm steht. Doch der eigentliche Grund für die Höhe ist weniger poetisch, sondern vielmehr politisch. Vor allem wollten die ehrgeizigen Japaner mit ihrer Himmelsnadel ihre Nachbarn ausstechen. Als die Ingenieure die Höhe des 600 Meter hohen Canton Towers im chinesischen Guangzhou bekannt gaben, erhöhten ihre japanischen Kollegen kurzerhand die zunächst geplanten 610 Meter um weitere 24, um beim Weltrekord auf der sicheren Seite zu sein. Daher darf sich nun Japan über den höchsten Turm der Welt freuen – wenn auch nicht das höchste Gebäude: diesen Titel hält mit 828 Metern unangefochten der Burj Khalifa in Dubai. ➔

NEUES WAHRZEICHEN TOKIOS:
Der Turm erstrahlt in kühlem Weiß mit einem leicht bläulichen Schimmer. Der traditionelle Farbton „aojiro“ entsteht durch die Beimischung einer kleinen Menge von Indigoblau.



A photograph of the Tokyo Skytree tower at dusk, standing prominently against a clear blue sky. The tower is illuminated with warm lights, and its lattice structure is clearly visible. Below the tower, a dense urban landscape of Tokyo is shown, with numerous buildings and streets lit up with city lights. The overall scene captures the transition from day to night in a major Japanese city.

HIMMELSSBAUM



UNGLAUBLICHE DIMENSIONEN:
Knapp 600.000 Menschen haben dreieinhalb Jahre lang an der Entstehung des höchsten Turms der Welt mitgearbeitet.

WAHRZEICHEN UND TOURISTENMAGNET

Jeder Meter Höhe ist ein Millionenprojekt, und das ist durchaus wörtlich gemeint: Der 634-Meter-Bau verschlang 643 Millionen Euro. Viel Geld für einen Turm, der in seiner eigentlichen Aufgabe die Fernseh- und Radioübertragungen der Metropole verbessern soll. Doch sein größtes Talent wird wohl eher das eines Touristenmagnets sein. Zu seinen Füßen planten die Bauherren eine Shopping-Mall, Restaurants, ein Aquarium und ein Planetarium gleich mit. Alleine im ersten Jahr erwarten die Organisatoren rund zwei bis drei Millionen Besucher, die für ein Ticket hinauf in die Wolken rund 30 Euro bezahlen müssen.

IM MINUTENTAKT IN LUFTIGE HÖHE

Die Besucher rasen im Inneren des Turms in einem der vier Hochgeschwindigkeitsaufzüge nach oben. Vierzig Personen schluckt der Lift, um sie dann auf bis zu 600 Meter pro Minute zu beschleunigen. Vom Boden bis zur ersten Aussichtsplattform in 350 Metern Höhe vergehen kaum 50 Sekunden. Doch ausgerechnet am Tag der feierlichen Eröffnung wurden die Besucher unfreiwillig an die Naturgewalten

erinnert, denen sich derart hohe Gebäude stellen müssen. Starke Winde brachten den Skytree so sehr in Bewegung, dass die Aufzüge aus Sicherheitsgründen für eine halbe Stunde stillgelegt werden mussten.

DEN ELEMENTEN TROTZEN

Die hohe Windlast ist nur ein Problem, das die Natur dem Skytree stellt. 4.000 Quadratmeter der Stahlkonstruktion müssen im Winter beheizt werden, um Schnee und Eis abzuschmelzen. Doch die bedrohlichste Naturgewalt kommt aus der Erde. Der Riesenturm steht mitten in einem der erdbebengefährdeten Gebiete der Welt. Schon in der Bauzeit stellten Erderschütterungen immer wieder die Konstruktion auf die Probe. Doch mit Hightech und einer Rückbesinnung auf alte Bauweisen soll der Skytree sicher stehen: Der Betonkern des Gebäudes ist von einer Stahlrohr-Konstruktion umgeben. Durch ihre unterschiedlichen Massen sollen sich diese beiden Komponenten in entgegengesetzte Richtungen bewegen und so die Energie der Erschütterungen abfedern. Zum Vorbild nahmen sich die Ingenieure die traditionellen Pagoden des Landes, die bis zu fünf Stockwerke hoch sein können. Ihrem traditionellen Konstruktionsprinzip hat bislang noch kein Erdbeben etwas anhaben können. Und so strahlt der Turm weithin sichtbar als neues Wahrzeichen der Stadt und Symbol für die Harmonie aus Altem und Neuem im Hightech-Land Japan. ▮



HIGHTECH LÄSST DEN TURM ERSTRAHLEN:
Nachts leuchtet der Turm je nach Jahreszeit mit einem ganz besonderen Lichtdesign. Zum Einsatz kommen dabei top-moderne LED-Lichter, deren Farbwechsel die unterschiedlichen Farbspiele möglich macht.

Hauptattraktion des Skytree sind zwei Aussichtsplattformen: Die Ebene in 350 Metern Höhe bietet Platz für 2.000 Besucher auf drei Etagen. In luftiger Höhe lässt es sich hier in einem Restaurant speisen. Ein Glasboden gibt den senkrechten Blick bis zum Fuß des Turms frei und testet so die Schwindelfreiheit der Besucher.

Burj Khalifa (Dubai)
828 m

Skytree (Tokio) 634 m

Petronas Towers
(Kuala Lumpur) 452 m

Empire State Building
(New York) 381 m

Eiffelturm (Paris) 324 m

Auf der oberen Plattform des Skytree genießen bis zu 900 Besucher die Aussicht. Highlight ist die sanft geschwungene Galerie, die sich in Form einer Röhre aus Glas und Stahl einmal rings um den Turm sanft nach oben schraubt. Von hier aus hat man die beste Aussicht auf die Region Tokio. Bei sehr gutem Wetter soll man von dort oben sogar die Erdkrümmung wahrnehmen können.

Eine Auswahl der höchsten Gebäude der Erde: Mit 634 Metern ist der Skytree doppelt so hoch wie der Eiffelturm. Das höchste Bauwerk der Welt bleibt der Burj Khalifa in Dubai mit schwindelerregenden 828 Metern.



Christian Amenda (rechts) freute sich über den Besuch.



Die Gäste erhielten seltene Einblicke ...



... und Informationen aus erster Hand.



Der Präsident von DAIHATSU Deutschland, Atsuhiko Tanimoto, ließ es sich nicht nehmen, jeden einzelnen Besucher persönlich zu empfangen.



Bevor DAIHATSU Deutschland seine Tore schließt, wollten viele aus der Community „ihrer“ Marke noch einmal ganz nahe sein. Ein guter Grund für ein Treffen am Hauptsitz in Tönisvorst, fand Christian Amenda, zuständig für Vertrieb und Marketing.

NOCH EINMAL DAIHATSU

Erst war es nur eine vage Idee, die durch das DAIHATSU-Forum geisterte: Noch einmal zu DAIHATSU nach Tönisvorst fahren, gemeinsam durch die Räume streifen und fachsimpeln: Diese Wünsche lasen Melanie und Dirk Held in vielen Forumsbeiträgen. Bei einem Gespräch zwischen Melanie Held und Christian Amenda nahm diese Idee dann erstmals Gestalt an. Was die beiden zunächst als kleine Zusammenkunft planten, wurde allerdings schnell zu einem inoffiziellen DAIHATSU-Fan-Treffen: Rund 50 Forumsmitglieder folgten der Einladung von DAIHATSU Deutschland zum Firmensitz nach Tönisvorst.

BEGRÜSSUNG PER HANDSCHLAG

Präsident Atsuhiko Tanimoto empfing jeden Gast mit Handschlag. Dann begann der Rundgang durch die DAIHATSU Deutschland Zentrale. Christian Amenda und Gino Bieringer, General Manager Aftersales & Logistics, ließen nichts aus: Im Bürotrakt lernten die Gäste alle Verwaltungsbereiche kennen. Glänzende Augen

bekamen die „Dai-Fans“ aber beim Gang durch das Lager: Logistik und Teilevielfalt begeisterten die Liebhaber der japanischen Automobilkunst. Stolz demonstrierte Gino Bieringer die Bestellkette, die den Händlern eine Lieferung über Nacht garantiert. „Beeindruckend, wie ausgeklügelt und perfekt das hier in Tönisvorst läuft“, unterstrich Dirk Held vom DAIHATSU-Forum und hofft auch künftig auf so tollen Service.

UNTERSCHRIFT FÜR DIE EWIGKEIT

Während des gemeinsamen Mittagessens trugen sich die DAIHATSU-Fans in das DAIHATSU-Buch ein, das Anfang des Jahres mit dem weißen Materia in Hamburg zu einer „Wir sind DAIHATSU“-Tour gestartet war. Hier hatten sich schon mehr als 200 DAIHATSU-Betriebe verewigt. Beim abschließenden Gruppenfoto stand noch einmal eine Signierstunde an: Alle unterschrieben auf der Motorhaube eines getunten Cuore L80 aus dem Jahre 1987. Community-Mitglied Martin Pötsch, seines Zeichens gelernter Lackierer, versiegelte die Haube im Nachgang, um die Aktion so für die Community-Nachwelt zu erhalten. ▶



Kniffliger Knobelspaß!

*Rätselfreunde aufgepasst!
Lust auf Gehirnjogging?
Die d-motion Rätselserie könnte Zahlenakrobaten ins Grübeln
bringen. Jetzt losräteln und tolle Preise gewinnen!*



6	2					7
	5		8			1
			3		5	9
	4			9		8
	7	5		3		2
		2		1		4
2		7	9		3	
		3			1	2
	6					3
						9

Der Copen – mit dem Zugpferd in die Weihnachtsferien: Gute Fahrt und frohes Fest!



CARTOON: ARTEM WÄCHTER

IMPRESSUM

Herausgeber:
DAIHATSU Deutschland GmbH
Industriestraße 5-11, 47918 Tönisvorst
d-motion@daihatsu.de
Verantwortlich für den Inhalt:
Christian Amenda (V.i.S.d.P.)
Objektleitung:
Elke Schummers
Verlag:
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Straße 30, 81549 München
Chefredaktion
Ralph M. Meunzel
Projektleitung:
Manuel Eder
Autoren:
Manuel Eder, Martin Heying, Johanna Koch,
Jörg Schwieder, Franziska Ziegler
Grafik:
Dieter Brachtli, München
Titelfoto:
Jörg Schwieder
Druck:
Deutsche Post AG, 53113 Bonn

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 sind mit der Bearbeitung und Veröffentlichung einverstanden.

Schwedenrätsel

lösen und tolle Preise gewinnen!

SERVICE

Henne		griechischer Gott der Künste		französisch: Straße	Defekt am Auto	Hafenstadt in Polen	Fluss in Kalifornien	inständig bitten	ehemal. japanische Münze	Formel 1-Weltmeister		Insel-europäer	Verfall, Zerfall	Kfz-Fahrgestell	niederländisch: eins
ehem. österr. Formel 1-Pilot					Frischhalteanlage										
				ostchinesische Provinz	Vergehen, Straftaten							Hundejunges		ein Umlaut	
Kfz-Warngerät		chron. Geschichtswerke				7				Vorschrift		Festplatz in München			
genmanipulierte Wesen					Weinort in Ungarn		Buchinhalte		Fortbewegung zu Fuß					deutscher Autor	römischer Kaiser ↑ 211
			militärische Wagenkolonne		französisches Küstengebirge					4		ein Pflanzenkeim		musikalischer Halbton	
Salatzutat	Auto mit festem Dach	Volk in Kleinasien			5				Raubtierköder		Gericht, Essen				
Kletterpappei				Fechtausdruck		Auspuffemission		Ski-langlaufspur					Post per Internet		ein Gründer Roms
Dienststelle einer Behörde		bibl. Berg bei Nazareth		Pflanzen-samen			3				Fernfahrer	'Irland' in der Landessprache		6	
								süd-deutsch: nicht wahr?		Anhalter					
	2			Fußbekleidung		gewitzt (ugs.)		Kunststil				Halt!		Sternbild der Milchstraße	1
lange Feder-schals			kurzer heftiger Regen							zu den Akten (ad ...)		Winkel-funktion			
der-artiges							Aufforderung zur Ruhe		unauf-merksam						Greif-vo-gel-fütterung
			Initialen der engl. Autorin Christie		Abk.: Sankt		kurzes Hin-sehen				Initialen der Ulknudel Krüger		Initialen Lilien-thals		chem. Zeichen für Astat
persönliches Fürwort		Elite, Auswahl							selbst-tätiger Regler im Kfz						
extreme Probe-fahrt							Abstell-fläche für Autos								

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

MITMACHEN

Kreuzworträtsel geknackt?

Dann gleich das Lösungswort zusammen mit Ihrer Adresse einsenden. Diesmal hat DAIHATSU Deutschland für die glücklichen drei Gewinner eine schicke DAIHATSU-Tasche gepackt: T-Shirt, Kappe, Pins, Stifte, ein Copen-Modellauto und vieles mehr machen die Tasche zum wahren Hauptgewinn für echte Fans. Viel Glück!



Das Lösungswort senden Sie bitte mit dem **Kennwort „Kreuzworträtsel“** per E-Mail an: d-motion@polk.com oder als Postkarte an die Adresse: **DAIHATSU Direct Postfach 18 51 65 45201 Essen**

Die Gewinner werden ausgelost und benachrichtigt. Einsendeschluss ist der 15. Januar 2013. Mitarbeiter von DAIHATSU Deutschland können nicht teilnehmen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Keine Teilnahme von Gewinnspiel-Services.

Eine feste Größe.

Ihr DAIHATSU Partner bleibt.



www.der-service-bleibt.de



www.facebook.com/kompaktwagen

www.daihatsu.de