

[www.daihatsu.de](http://www.daihatsu.de) **d-motion**

*Das Magazin für DAIHATSU-Freunde*

FRITTEN,  
MÜHLEN &  
SCHOKOLADE

MIT DEM **SIRION**  
AUF ENTDECKERTOUR  
IM ALTEN BRÜGGE



**NIPPON LIEGT AM RHEIN**  
AM JAPAN-TAG IST DER  
FERNE OSTEN GANZ NAH

**DES MESSERS SCHNEIDE**  
WAS JAPANISCHE KLINGEN ZU DEN  
SCHÄRFSTEN DER WELT MACHT

# Überraschend *flexibel*

*Mehr Freiheit mit unserer  
1-2-3 Finanzierung.*

**88,-** mtl. Rate\*

\*Unter 1-2-3 Finanzierungsangebot<sup>1</sup>  
Mit dem Sirion 1.0  
Fahrzeugpreis<sup>2</sup>: 11.490,-EUR  
Anzahlung: 2.880,-EUR  
Ehemalige Schenkgabe: 6.212,20EUR  
Bilddatenschlüssel: 7.339,93EUR  
Bausparbeitrag/Beitrag zur Tilgung: 9.848,20EUR  
Vertragslaufzeit: 48 Monate  
Zinssatz: 6,99 %  
Effektiver Zinssatz: 8,30 %  
47 mtl. Raten à: 88,-EUR  
inkl. Versicherungskosten<sup>3</sup>: 389,93EUR



Mit der 1-2-3 Finanzierung

Kraftstoffverbrauch des Sirion 1.0: 5,0l/100km, CO<sub>2</sub>-Emissionen: 119g/km, jeweils im kombinierten Testzyklus nach Richtlinie 90/1268/EWG.

<sup>1</sup> Ein Angebot von DAIHATSU Financial Services (eine Marke der Toyota Kreditbank GmbH). Nur bei teilnehmenden DAIHATSU Vertragshändlern. Gilt bei Anfrage und Genehmigung bis zum 31.08.2010. Individuelle Preise und Finanzangebote bei den teilnehmenden DAIHATSU Händlern. <sup>2</sup> Unverbindliche Preisempfehlung der DAIHATSU Deutschland GmbH per Mai 2010 inkl. MwSt., zzgl. Überführung. <sup>3</sup> Ein Angebot der Daihatsu Versicherung (Aiolis Life Insurance of Europe AG/Aiolis Motor and General Insurance Company of Europe Ltd., Niederlassung Deutschland).



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

## EDITORIAL

Für die Sommerausgabe der d-motion haben wir unsere Autoren nach Flandern geschickt und zum Japan-Tag an den Rhein. Das Team ist auf der Spur der schärfsten Klingen und der zartesten Seidenbilder. Sie bringen bei all ihren Geschichten eine Botschaft mit: Japan zeigt in Europa ein vielfältiges, ein buntes Gesicht: Etwa wenn es im Zentrum der mittelalterlichen Stadt Brügge den modernen Pavillon eines japanischen Stararchitekten zu bewundern gibt. Oder wenn auf dem Japanfest am Rheinufer Sushi und Sake auf Düsseldorf Alt und Bratwurst treffen. Die japanische Kultur fasziniert und bewegt. Auch wir bei DAIHATSU verstehen uns als Teil dieser Kultur und Botschafter Japans in Deutschland. Wir helfen beispielsweise, damit 54 unvergleichliche Seidenbilder auf

Ausstellungstour durch Deutschland gehen können. Und wir sind natürlich als Marke selbst ein Aushängeschild für „Made in Japan“: mit hohem Qualitätsanspruch und Händlern, die unserer Philosophie vor Ort ein Gesicht geben. Unsere Autoren zeigen Ihnen neue Seiten japanischer Kultur und besuchen Händler mit der besten japanischen Tugend: dem Willen zur Perfektion bei der Beratung und Betreuung.

Matthias Heinz, Geschäftsführer DAIHATSU Deutschland GmbH



## INHALT

## UNTERWEGS

- 4 Brügge, mon amour**  
Eine Reiseempfehlung: Bummeln in Brügge mit dem Sirion
- 12 Fernost so nah**  
Zu Gast auf dem Japan-Tag

## JAPAN

- 18 Poesie in Seide**  
Seidenbilder erzählen die Geschichte des Prinzen Genji
- 24 Vorsicht, scharf!**  
Ein Messermeister erklärt, was japanische Klingen einzigartig macht

## AKTUELLES

- 10 Dem Sommer entgegen**  
Aktuelle Trends im D-Shirt-Shop
- 11 Online-Netzwerker**  
DAIHATSU auf Facebook erleben
- 11 Cuore siegt**  
Bestnoten im Verbrauchstest
- 33 Im Rausch der Farben**  
Der Materia als Kunstobjekt

## SERVICES

- 16 Die Alleskönner**  
Mobile Navigationsgeräte navigieren von A nach B und sind nebenbei noch elektronische Multitalente
- 20 Partnersuche**  
Flotten- und Gewerbekunden finden unter den DAIHATSU-Modellen den richtigen Partner
- 28 Sicher und transparent**  
Die Verbraucherkreditrichtlinie schützt Konsumenten und vollzieht nach, was bei DAIHATSU längst gilt.

## PARTNER

- 22 Erste Wahl aus zweiter Hand**  
Gebrauchtwagenkauf ist Vertrauenssache, daher sind DAIHATSU-Händler wie Tim Tiedeken die erste Wahl.
- 30 Wo guter Rat nicht teuer ist**  
DAIHATSU-Partner wie Martin Mocker sind beste Ansprechpartner für alle Fragen rund ums Fahrzeug



„Besucht doch einmal  
Brügge“, haben die  
DAIHATSU-Mitarbeiter in  
Belgien schon oft ihren deutschen  
Kollegen empfohlen. FERIENZEIT  
ist REISEZEIT: Daher ist  
d-motion ihrem Rat gefolgt und  
hat mit dem **Sirion** eine Reise  
dorthin gemacht, wo **das alte  
Europa** am lebendigsten ist.

# BRÜGGE, MON AMOUR

TEXT: MANUEL EDER, FOTOS: JÖRG SCHWIEDER

Das Brüggener  
Rathaus aus dem  
14. Jahrhundert  
zeugt von der  
glanzvollen Vergan-  
genheit der Stadt.



Die grandiose Kulisse des mittelalterlichen Brügge lässt sich ganz stillet mit einer Kutschfahrt erkunden. Mindestens genauso typisch für Brügge sind die Fritten – schließlich traten diese von Belgien aus ihren Siegeszug rund um den Globus an.



Der DAIHATSU Sirion ist der perfekte Begleiter in Brügge. Klein und wendig, fühlt er sich in den engen Gassen der Altstadt sichtlich wohl.



### „IN BRÜGGE IST IMMER FEIERTAG“,

sagt Irene und lacht. Wir treffen Irene in einer der vielen male-  
rischen Gassen – und natürlich nimmt sie sich Zeit, Besuchern  
in perfektem Deutsch über ihre Stadt zu erzählen. Seit 50 Jah-  
ren lebt sie schon hier, in ihrer Stadt, einem Ort, für den es  
keinen Begriff zu geben scheint: Lebendiges Museum, Venedig  
des Nordens, Touristenmagnet, Studentenstadt, Weltkultur-  
erbe: all das ist ihr Brügge.

### BRÜGGE IST EINE BÜHNE

Auch die DAIHATSU-Kollegen vor Ort in Belgien kommen ins  
Schwärmen. Ihre Empfehlung für die Ferienzeit ist natürlich:  
Brügge! Die Stadt ist mit dem Auto bestens zu erreichen. Mit  
117.000 Einwohnern ist Brügge die größte Stadt in der bel-  
gischen Provinz Westflandern. Die Fahrt mit dem Sirion nach  
Brügge führt vorbei an langen Lkw-Schlangen mit Seecontai-  
nern mit Ziel Zeebrügge, einem der wichtigsten Seehäfen Euro-  
pas vor den Toren der Stadt. Der Seehandel ist es, der im 15.  
Jahrhundert aus Brügge die reichste Stadt Nordeuropas gemacht  
hat. Wenn Irene heute sagt, ganz Brügge sei eine große Bühne,  
dann meint sie die prächtigen Gebäude der Händler und Edel-  
leute aus Genua und Venedig, Florenz, Kastilien und Portugal,  
die mit ihren Handelsschiffen die Stadt zur Blüte brachten.  
Auch der Hof des Herzogs von Burgund schätzte Brügge als  
Herrschaftssitz. Die Häuser künden vom Reichtum ihrer  
Herren: Hohe Backsteinfassaden mit bunten Türmchen und  
Vorsprüngen, Säulen und verspieltem Stuck recken sich in den  
engen Gassen oder spiegeln sich in den zahllosen Kanälen, um  
ihre Nachbarn an Pracht zu überstrahlen.

### DIE WELT BESUCHT BRÜGGE

Nirgends wird dies deutlicher als auf dem großen Marktplatz.  
Dicht an dicht drängen sich die Bürgerhäuser, um doch vom  
gotischen Rathaus und dem Turm des Belfrieds übertrumpft zu  
werden. Davor warten Pferdegespanne geduldig auf die nächsten  
Fahrgäste, während sich die Kutscher in der Sonne zwischen zwei  
Fahrten entspannen. „Es gibt keinen Tag, an dem ich nicht früh-  
morgens hierher komme, um meinen ersten Kaffee zu trinken.  
Wir sind um diese Uhrzeit noch unter uns. Wir unterhalten uns  
und sehen dem Treiben auf dem Marktplatz zu. Wir sitzen hier  
wie auf unserer Terrasse“, erzählt Irene. Nur wenige Stunden  
später gehört der Marktplatz dann tausenden Besuchern. Schul-  
klassen laufen in ordentlichen Reihen über den Platz, Touristen  
fächeln sich bei einem Eiskaffee Luft zu. Busse bringen Besucher  
aus aller Herren Länder: die Welt trifft sich in Brügge.

### WASSER IST LEBENSADER DER STADT

Das war schon vor hunderten Jahren so. Auf den verzweigten  
Kanälen kam der Reichtum mit Wolle, Wein und Tuch auf Schif-  
fen in die Stadt. Noch heute ist der große Ringkanal in Betrieb.  
Wer durch die alten Stadttore wie Gentpoort oder Kruispoort in  
die Stadt gelangen will, muss heute genau wie im Mittelalter ge-  
duldig warten, bis eines der großen Kanalschiffe die Zugbrücke  
passiert hat. Mit Wasser wurde die Stadt reich, auch wenn am  
Anfang seine zerstörerische Naturgewalt stand: Während ➔



#### BRÜGGE DER BÄREN:

Ob in Schokolade, in Stein  
gemeißelt oder vergoldet – der  
Bär gehört dazu. Die Legende:  
Als Balduin mit dem Eisenarm  
im 9. Jahrhundert zum ersten  
Mal Brügge besuchte, traf er auf  
einen Braunbär. Er tötete das  
Tier, machte es aber aus Acht-  
tung vor dem würdigen Gegner  
zum Wapentier der Stadt.





**(Bilder v.l.) Kanäle sind die Lebensadern Brügges: Früher brachten sie Wein und Tuch in die Stadt, heute genießen Touristen die Bootsfahrten. Belgische Pralinen führen Besucher an jeder Straßenecke in Versuchung. Wer mehr über Schokolade erfahren will, kann dies im Schokoladenmuseum „ChocoStory“ tun. In den Abendstunden kommt Brügge zur Ruhe und verzaubert mit mittelalterlichem Charme.**

# BRÜGGE, MON AMOUR



einer verheerenden Sturmflut im 12. Jahrhundert riss die Nordsee eine Fahrrinne in die Meeresbucht Zwin und schuf so erst den Zugang der Stadt zum Meer. Als das Wasser dreihundert Jahre später verschwand, versiegte auch der Reichtum der Stadt. Der Zwin versandete und schnitt die Stadt nicht nur vom Meer, sondern auch von ihrer Lebensader ab. Die Mächtigen kehrten sich von Brügge ab und Antwerpen zu. Die Stadt versank in einen Dornröschenschlaf, der mehrere Jahrhunderte dauern sollte.

## JUWEL IM DORNRÖSCHENSCHLAF

Im Schutze des Stillstands blieb der mittelalterliche Stadtkern erhalten, ein einmaliges Ensemble, das die UNESCO im Jahr 2000 zum Weltkulturerbe adelte. „Jedes alte Gebäude ist hier ein Schmuckstück“, erzählt Irene, die natürlich selbst in einem der Altstadthäuschen lebt. Als Brügge 2002 europäische Kulturhauptstadt war, wurde viel in die Sanierung investiert. Dabei ging es aber nicht nur um die Konservierung des Alten, sondern auch um die Brücke zur Moderne. Etwa mit dem neuen Concertgebouw,

## BRÜGGE ENTDECKEN

Zwar sind die engen Gassen mit zahllosen Einbahnstraßen eine Herausforderung mit dem eigenen Auto. Aber eigentlich kann nicht viel schiefgehen: Denn rund um die

Altstadt führt eine Ringstraße. Von hier aus lässt es sich einfach immer wieder neu anfangen, um doch noch ans gewünschte Ziel zu gelangen.

Wer sichergehen will, nutzt die öffentlichen Parkplätze vor der Altstadt– denn es gibt im Zentrum

wenige Parkplätze, und auf allen muss ein Ticket gezogen werden, das höchstens vier Stunden gilt.

Eine angenehme Variante für eine Tour durch die Stadt sind die kleinen Busse der City Tour, die etwa 50 Minuten lang die schönsten

Plätze anfahren (stündlich ab dem zentralen Markt). Sportlich geht es auf einem der Mietfahrräder zu, die überall in der Stadt zu haben sind. Am stilvollsten ist natürlich eine Fahrt mit der Kutsche (ca. 30 Minuten, beginnt ebenfalls am Markt) oder eine Bootsfahrt von einer





**(Bilder v.l.) Das futuristische „Concertgebouw“ entstand, als Brügge 2002 Kulturhauptstadt Europas war. Zu diesem Anlass entwarf der japanische Architekt Toyo Ito auch einen Pavillon am Burgplatz, der an Brüssler Spitze erinnert. Zentrum des touristischen Treibens ist der Markt mit viele Restaurants und dem Glockenturm des Belfrieds. Ruhiger geht es auf der alten Wehranlage „Vesten“ zu, die als grüner Ring mit malerischen Windmühlen die Stadt umringt.**

einem Kultur- und Konzertgebäude mit futuristischer Architektur, aber den typischen roten Ziegeln. Oder mit dem Pavillon des japanischen Architekten Toyo Ito, der direkt am Burgplatz den Standort der alten romanischen Kathedrale markiert.

### SCHOKOLADE UND FRITTEN, POMMES UND SPITZE

Und natürlich ist auch das Brügge: Schokolade in allen Varianten in einem der dutzenden Pralinengeschäfte. „Aber nicht zu viel davon“, rät Irene schmunzelnd. Sie bleibt lieber beim belgischen Bier und sieht den Touristen zu, wie sie Fritten genießen – denn auch diese sind eine echte belgische Erfindung. Irene steht für das zauberhafte Brügge, so wie die Besucher es erleben: offen, freundlich und der Welt zugewandt. Die Verständigung klappt in Englisch, Französisch, Deutsch oder zur Not auch mal mit den Händen. Und auch heute wird auf und mit den Kanälen wieder Geld verdient. Nur transportieren die Boote nun die Touristen durch die Stadt, die begeistert gar nicht wissen, in welche Richtung sie zuerst fotografieren sollen. Doch das scheint die

Bürger von Brügge, aber auch die Belgier nicht weiter zu stören. Im Gegenteil: „Ganz Belgien liebt die Stadt, und viele Landsleute kommen auf ein Wochenende hierher“, erzählt Irene.

### LIEBE AUF DEN ERSTEN BLICK

Doch auf die Frage, was ihr am meisten an Brügge gefällt, antwortet sie überraschend: „Es ist so schön ruhig hier“, und meint die stillen, verträumten Ecken der Stadt. Etwa im Künstlerviertel rund um die St. Gilliskirche. Fernab vom Trubel ist hier die Zeit stehen geblieben. Oder auf dem grünen Gürtel der Stadt, den ehemaligen Wehranlagen „Vesten“. Früher drehten sich hier 30 Windmühlen, heute sind noch vier davon erhalten. Es gäbe noch viel zu erzählen, von Belgischer Spitze, Klöstern und Nonnen, berühmten altflämischen Malern oder dem morgendlichen Treiben auf dem Fischmarkt. Daher nehmen wir uns den Ratschlag zu Herzen, den uns Irene gibt: „Bringen Sie das nächste mal mehr Zeit mit, um Brügge kennen und lieben zu lernen.“ Doch das ist vielleicht gar nicht nötig: Brügge ist Liebe auf den ersten Blick. ▶

der fünf Anlegestellen über die malerischen Kanäle. Und wenn Sie unter einer Brücke einem anderen Boot begegnen: laut Jubeln nicht vergessen!

Ganz neu ab 2010 ist die Brügge City Card. Der Stadtpass

bietet zahlreiche Rabatte und freie Eintritte, unter anderem zu 24 Brügger Museen und Sehenswürdigkeiten sowie eine Gratisrundfahrt auf dem Kanal oder mit dem City Tour Minibus. Gültig für 48 Stunden (33 Euro) oder 72 Stunden (38 Euro), zu

haben im Infobüro am Bahnhof, am Concertgebouw oder via [www.bruggecitycard.be](http://www.bruggecitycard.be). Was Sie auf keinen Fall verpassen sollten und einen Gratis-Reiseführer zum Download finden Sie auf der offiziellen Website der Stadt: [www.brugge.be](http://www.brugge.be)

### STADTFESTIVAL 2010

Vom 18.09.2010 bis 30.01.2011 lädt Brügge zum Stadtfestival „Brugge Centraal“, das alle fünf Jahre veranstaltet wird. Thema des Festivals sind in diesem Jahr die vielfältigen Verbindungen von Ost und West. Weitere Informationen im Internet unter: [www.bruggecentral.be](http://www.bruggecentral.be)



Im alten Hafenviertel rund um den Platz Jan van Eyckplein ist das geschäftige Treiben des Mittelalters fast noch greifbar: Es fällt nicht schwer sich vorzustellen, wie Händler hier um den beste Preis feilschten oder Weinfässer direkt vom Schiff in den Kellern der Weintavernen verschwanden.

# » Coole Outfits Tage für heiße



Herren-Polo, khaki



Polo-Shirt Herren, hellblau

In diesem Outfit kann der Sommer kommen! Im klassisch geschnittenen Herren-Polo in khaki oder hellblau mit elegantem DAIHATSU-Logo macht Mann bei jedem Sommerfest oder jeder Grillparty eine gute Figur. Und für die Ausfahrt ins Grüne mit dem eigenen DAIHATSU ist das passende Shirt ohnehin ein Muss.



Copen-Top in blau ...



... oder rot

Farblich abgestimmt tragen Damen ein Copen-Top mit Spaghetti-Trägern in hellblau oder als kräftiges Ausrufezeichen in der Sommerfarbe Rot. Jetzt fehlt nur noch ein kühler Drink an der Promenade, und der Sonntag ist perfekt! Für die lauen Abendstunden lässt sich dann das Girlieshirt in rot überziehen, um den Tag stilecht ausklingen zu lassen. Alle Shirts unter: [www.daihatsu.de](http://www.daihatsu.de) im D-Shirt Shop.



D-Shirt Classic Girl, rot



## Lady in Black

Der Hauptpreis des Rowenta Gewinnspiels, ein DAIHATSU Materia Black Edition, macht jetzt eine Kinderkrankenschwester glücklich. Die Preisübergabe fand im Hamburger DAIHATSU-Autohaus Laß statt. Inhaber Holger Laß gratulierte der übergelücklichen Karin Marquardt mit einem großen Blumenstrauß (Bild oben). Gleich nach der Übergabe setzte sie sich in ihr neues Fahrzeug und geriet so gleich ins Schwärmen:

„Der **Materia Black Edition** ist ein echter Hingucker, hat eine tolle Sitzfreiheit, ist geräumig und übersichtlich.“



# DAIHATSU WIRD NETZWERKER

„Die Seite von DAIHATSU Deutschland bei [www.facebook.de](http://www.facebook.de) ist künftig eine heiße Adresse für alle, die schon Fans der Marke sind oder noch werden wollen“, davon ist Lars Woltermann, Marketingverantwortlicher bei DAIHATSU Deutschland, überzeugt. Mit dem ganz neu eingerichteten Auftritt beim größten sozialen Netzwerk im Internet bleibt DAIHATSU der Philosophie treu, eine „Marke zum Anfassen“ zu sein. „Wir bieten damit eine Drehscheibe für News aus der DAIHATSU-Welt: Hier können wir exklusive Hintergrundinformationen oder Fotos einstellen, die sonst für unsere Kunden und Fans so gar nicht zu sehen gewesen wären“, erklärt Lars Woltermann.

Ein Klick auf die Seiten lohnt sich also! In den Fotoalben findet sich beispielsweise eine exklusive Fotostrecke zum Terios. „Diese Fotos sind ganz neu und waren zum Teil in unserer letzten

d-motion zu sehen. Die restlichen Bilder des Fotoshootings stehen nun online und machen sich zum Beispiel auch sehr gut als Bildschirmhintergrund.“ Zu finden sind aber auch Links zu anderen Artikeln oder Videos, Fotoalben der User und natürlich viele andere Fans, die über ihr Facebook-Profil auch kontaktiert werden können. Dank der Online-Plattform ist die Fangemeinde künftig perfekt vernetzt – einfach mal vorbeiklicken! ▶



## CUORE AUF DER GRÜNEN LISTE



**MIT EINEM VERBRAUCH VON NUR 4,2 LITERN** auf der Normrunde des „Eco-Drive“ ist der DAIHATSU Cuore der Sparsamste unter den ganz Kleinen mit Benzinmotor. Unter den Minicars erreichte er deshalb Rang eins bei dem vom Fachmagazin „auto, motor und sport“ (AMS) durchgeführten Test. Mit nur 104 Gramm CO<sub>2</sub> je Kilometer auf der Eco-Drive Testrunde setzt der 51 kW/70 PS starke Viersitzer damit Maßstäbe. Sein Normverbrauch liegt bei 4,4 Litern pro 100 Kilometer.

**DER ECO-DRIVE** wird von „auto, motor und sport“ durchgeführt, um die sparsamsten und umweltfreundlichsten Fahrzeuge jeder Klasse für eine „Grünen Liste“ zu ermitteln. Nach den überzeugenden Testergebnissen und dank geringstem Praxisverbrauch ist dort dem Cuore der führende Platz unter den Minicars sicher.

**DAS FAZIT DER AMS-REDAKTION:** „Der geräumige und variable Cuore begnügt sich bei einem leichten Gasfuß mit knapp über vier Litern.“ Den Fünftürer gibt es in den drei Ausstattungsvarianten Basis, Pur oder Top und ab einem Preis von 9.490 Euro.



*Düsseldorfer Alt und Bratwurst treffen auf Sake und Sushi: Am Japan-Tag lädt die japanische Gemeinde zum Fest an die Rheinuferpromenade, und ganz Düsseldorf ist auf den Beinen.*



# FERNOST SO NAH

TEXT: MANUEL EDER, FOTOS: JÖRG SCHWIEDER

**E**ltern schieben kleine Mädchen in Miniatur-Kimonos stolz vor sich her, die Düsseldorfer genießen Sushi und Sake und auf der Bühne singen die Kinder der japanischen Schule „Mein Vater war ein Wandersmann“. Für einen Tag liegt Japan am Rhein. 700.000 Besucher feiern sich und ihre japanischen Nachbarn zum neunten Mal mit dem Japan-Tag an der Rheinuferpromenade. „Seit fast einem Jahrzehnt gehört das Fest zum fixen Bestandteil des kulturellen Lebens in unserer Stadt“, erzählt Justus Hopmann, der an der Ecke Burgplatz/Münsterstraße die Shennong Tea Lounge betreibt.

## DAS FEST LOCKT HUNDERTTAUSENDE

Mit seinen 40 Teespezialitäten aus aller Welt bewirbt Hopmann das ganze Jahr über viele Stammgäste aus der japanischen Gemeinde. Es ist die drittgrößte in Europa, wie später Dirk Elbers, der Oberbürgermeister der Stadt Düsseldorf, bei der feierlichen Eröffnung bestätigen wird. Heute herrscht Aus- ➔

Mit viel Schminke, Perücken und Fantasie schlüpfen die jungen Fans der „Cosplay“-Gemeinde in die Rolle ihrer gezeichneten Helden aus Mangas. Entlang der Düsseldorfer Rheinuferpromenade sind sie die Botschafter der japanischen Popkultur und eine der Hauptattraktionen des jährlichen Japan-Tags.

➔ nahmezustand in der Stadt und in Hopmanns Tea Lounge: Für seine Besucher ist der Japan-Tag ein Festtag und beste Gelegenheit, mit den Düsseldorfern ins Gespräch zu kommen. Die Tea Lounge rüstet sich daher mit dutzenden Litern des grünen japanisches Eistees für die Besucher, die ab Mittag auf den Burgplatz und die Uferpromenade strömen werden.



Das Brettspiel „Go“ fasziniert auch noch viertausend Jahre nach seiner Erfindung.

### AUSSERIRDISCHE AM BURGPLATZ

Dort sind die Außerirdischen schon eingetroffen. Augen glühen rot unter blauen und grünen Mähnen, kalkweiß oder nachtschwarz die Gesichter. Nieten, Spangen, Bänder, Schleier zieren die Kostüme. Nur die Instrumente, die manche bei sich tragen, sehen verdächtig nach Alufolie aus. „Als Cosplayer läufst du plötzlich mit ganz

anderen Augen durch den Baumarkt“, schmunzeln Rosa, Svenja, Johanna und Matti, die wie viele andere eigens aus ganz Deutschland und den Nachbarstaaten angereist sind. Am Japan-Tag ist die ganze Stadt ihr Laufsteg. „Cosplay“ ist eine Abkürzung für die englischen Begriffe „Costume“ und „Play“ und das Hobby tausender Jugendlicher hier und in Japan. Sie wählen ihre Lieblingsfigur aus einem Comic, um ihr dann mit Kontaktlinsen, Schminke und Kostümen optisch so nahe wie möglich zu kommen. Für die staunenden Besucher sieht das aus wie eine Mischung aus Geisterbahn und Kölner Karneval: Blutrünstige Krieger lehnen lässig neben Prinzessinnen mit groß geschminkten Kulleraugen. Viel tragen ein Schild mit der Aufschrift „Free Hugs“ – dann verteilen die Fantasiewesen großzügig Umarmungen an wildfremde Menschen.

### BILDERFLUT AUS JAPAN

„Es gehört zum guten Ton, dass alle Outfits selbst gemacht sind“, sagt Rosa und streicht mit ihrer Hand über den schwarzen Samt mit neonbunten Perlen und schmückenden Nähten. Viele hundert Stunden Handarbeit haben sie und ihre Freundinnen investiert – und einen Großteil ihres Taschengelds. Wie geschickt sie mit Textilien hantieren,



Wasser-Jojo darf auf keinem japanischen Fest fehlen: Die Kleinsten freuen sich am meisten, wenn der mit etwas Wasser gefüllte Ballon beim Spielen platzt.

ihre Ausdauer und Liebe zum Detail – das hätte vermutlich selbst ihre Großmütter zum Staunen gebracht. Sie träumen von Comicfiguren, den Helden der oft leicht melancholischen Teenager-Sagas. Eine gezeichnete Bilderflut, die nun endgültig von Japan nach Düsseldorf geschwappt ist. Ältere Festbesucher drücken sich bisweilen irritiert und mit einem „Nicht-zu-fassen-diese-Jugend“-Kopfschütteln auf den Schultern durch die ungewohnte Farbenlehre. Doch am Ende kann sich kaum jemand dem Charme dieser friedlich-fröhlichen Farbenexplosion entziehen.

### MIT EINEM SCHRITT IM MITTELALTER

Vielleicht finden sie sich aber auch besser im japanischen Mittelalter zurecht, das gleich am Emilie Schneider Platz beginnt. Im Heer-



(l.) Sean Lin zeigt eine Samurai-Rüstung, die die Gruppe Takeda historisch detailgetreu rekonstruiert hat. (o.) Die Kyudo Bogenmeister sind eine Studie aus Kraft und Grazie, wenn sie ihre über zwei Meter langen Bögen spannen. (u.) Die Damen des Japanischen Clubs wickeln und falten, raffen und zupfen, bis ein traditioneller japanischer Kimono endlich richtig sitzt.

lager haben japanische Kyudo-Bogenschützen ihre Zielscheiben aufgebaut. Es herrscht andächtiges Schweigen. Sogar, wenn sich in fünfter und sechster Reihe die Zuschauer die Hälse verrenken, um einen Blick auf die Bogenmeister zu erhaschen. Langsam heben diese die mannshohen Bögen über ihren Kopf und senken sie bedächtig wieder ab. Der Pfeil fliegt so schnell, dass er erst in der Zielscheibe wieder zu sehen ist. Der Bogen-Meister erzählt von seinem Sport, der eigentlich eine Kunstform ist. 500 Jahre alt und wörtlich übersetzt „Weg des Bogens“: das ist Kyudo. Und auch die Sätze des Lehrmeisters sind so präzise gesetzt wie seine Pfeile: „Nicht jeder Treffer war ein guter Schuss. Aber ein guter Schuss muss immer treffen.“

### SAMURAI IN HANDARBEIT

Nebenan haben Samurai-Kämpfer ihr Lager aufgebaut. Im Wind flattern Standarten mit japanischen Schriftzeichen. Lange Speere und Bögen spießen in den blauen Himmel. In offenen Zelten helfen sich die Vereinsmitglieder der Samurai-Gruppe Takeda in ihre Rüstungen. Bis zu 30 Kilogramm wiegt eine der großen Schaurüstungen, erklärt Vereinsmitglied Sean Lin, der sich in seiner Freizeit in einen Offizier des

japanischen Mittelalters verwandelt. Es dauert Jahre, bis eine der Rüstungen in mühevoller Kleinarbeit fertig ist. Alles nach historischen Vorlagen, das ist dem Verein wichtig. Ihr Wert? Eigentlich unbezahlbar, aber nicht unter 10.000 bis 30.000 Euro, je nachdem wie viel Gold zum Einsatz kam, schätzt der junge Japaner.

### EINTAUCHEN IN EINE FREMDE KULTUR

Verführerisch weht der Duft von gebratenen Nudeln oder Gambas am Spieß von den Garküchen ins Heerlager herüber. An den Essensständen lässt sich japanische Kultur kosten: Süßes Manjyu-Gebäck macht die Finger klebrig und warmer japanischer Reiswein hebt die Stimmung und senkt die Hemmungen für den Karaoke-Wettbewerb. Dazwischen pusten eifrige Helfer der japanischen Handelskammer kleine Luftballons auf, um dann ein wenig Wasser einzufüllen. „Wasser-Jojo gehört im Sommer zu jedem japanischen Straßenfest“, erklärt einer der Helfer. Ein Gummiband hält den Luftballon am Finger. Gelächter in der Menge zeigt, wo gerade wieder eine der Wasserbomben geplatzt ist. Die Damen des Japanischen Clubs haben derweil anderes zu tun: Zu zweit oder dritt zupfen und falten, raffen und zerren sie an langen Stoff-

bahnen, um Besucherinnen vorschriftsmäßig in einen traditionellen Kimono zu wickeln. Die Prozedur ist schwierig, es wird viel diskutiert, jede Falte muss sitzen. Erst am Ende, wenn alles passt, entspannen sich die Gesichter und stolz werden die Kleider-Kunstwerke präsentiert.

### WELTREISE AN EINEM TAG

Der Rundgang über den Japan-Tag könnte noch ewig dauern: Da sind die Katzen in allen erdenklichen Formen vom Stofftier bis zum Porzellanpüppchen, die als Symbol für Glück stehen. Und natürlich als Höhepunkt das große japanische Feuerwerk, das begleitet von klassischer Musik fantastische Bilder an den Düsseldorfer Nachthimmel malt. Der Tag hat fast zu wenig Stunden, um die Faszination japanischer Kultur zu erleben. Auf den Wiesen am Mannesmann Ufer spielen Kinder, auf dem Gras lassen sich die Besucher die Mai-Sonne ins Gesicht scheinen. Oben an den Ständen ist wegen des Ansturms schon die Japan-Brause zur Neige gegangen – aber der Umstieg auf Bratwurst und Düsseldorfer Alt fällt nicht allzu schwer. Und auch die jungen Manga-Fans haben sich die Schuhe ausgezogen: Schließlich haben sie gerade eine Reise nach Japan am Rhein hinter sich gebracht. ▀

FOTOS: JÖRG SCHWIEDER

## VORFREUDE AUF DEN NÄCHSTEN JAPAN-TAG

Mehr zu den **Cosplayern** auf der Homepage des größten deutschen Vereins für Anime- und Manga-Fans: [www.animexx.de](http://www.animexx.de)  
Wer die Cosplayer einmal live sehen möchte, kann dies zum Beispiel beim Finale der Deutschen Cosplay-Meisterschaft 2010 am 10.10.2010 auf der Frankfurter Buchmesse.

Der **Japan-Tag am 28. Mai 2011** feiert ein Doppeljubiläum: Es wird die 10. Veranstaltung sein, gleichzeitig gedenkt das Fest dem ersten urkundlich belegten diplomatischen Kontakt zwischen Preußen und Japan im Jahr 1861 – also vor genau 150 Jahren. Weitere Informationen einige Wochen vor der Veranstaltung unter: [www.japantag-duesseldorf-nrw.de](http://www.japantag-duesseldorf-nrw.de)



(u.) Die jungen Manga-Fans begeistern sich für knallige Perücken an den Verkaufständen des Japan-Tags. (o.) Ein Zeichenwettbewerb beflügelte die Fantasie der Besucher. Und Katzen in allen Formen und Farben dürfen als Symbol des Glücks nicht fehlen. (links u.) Höhepunkt des Festes ist das japanische Feuerwerk, das größte außerhalb des Landes.



*SPRECHEN KÖNNEN SIE SCHON LANGE, DOCH NEUERDINGS HÖREN SIE SOGAR ZU, SURFEN IM INTERNET ODER RESERVIEREN BEIM ITALIENER SCHON MAL EINEN TISCH:*

**NAVIGATIONSGERÄTE**

*DER JÜNGSTEN GENERATION SIND WAHRE ALLESKÖNNER IM COCKPIT.*

# DIE ALLESKÖNNER

*TEXT: MANUEL EDER*

**O**hne Rückendeckung aus dem Weltraum läuft kaum noch etwas: Wanderer und Tourengänger würden lieber auf die Brotzeit verzichten, Autofahrer bekommen ohne feuchte Hände und neuerdings hören die schlaun Technikwunder dank Spracheingabe sogar aufs Wort.

### MOBILE NAVIS FÜR JEDEN GESCHMACK

Handys der neueren Generation verrichten den Lotsendienst zwar meist auch ganz passabel. Oft sind echte mobile Navis im Vergleich mit einem größeren Bildschirm, diverser Kfz-Zubehör und zahlreichen Sonderfunktionen für die Routenführung aber etwas besser gerüstet. Zudem entfällt hier ein zusätzlicher GPS-Empfänger und damit auch Kabelsalat auf der Frontkonsole. Der größte Vorteil mobiler Systeme: Mit wenigen Handgriffen wechseln sie den Einsatzort, etwa in Haushalten mit mehreren Fahrzeugen. Oder sie verschwinden im Handschuhfach, wenn der Weg zum Bäcker um die Ecke nicht ganz so anspruchsvoll ist. Wer eine etwas elegantere Lösung bevorzugt, kann auf eine besondere Variante der mobilen Navigation zurückgreifen. Beim Rückspiegel-Navigationsgerät aus dem DAIHATSU-Zubehörshop wird ein mobiles Gerät von Garmin fest im Rückspiegel integriert. Alles Wissenswerte zu dieser pfiffigen Variante finden Sie in der Infobox.

### HILFE VON DER STIFTUNG WARENTEST

Wer sich dennoch für ein klassisches mobiles Gerät entscheidet, hat zunächst vor allem die Qual der Wahl. Die gute Nachricht: Ein aktueller Vergleich der „Stiftung

### DIE ELEGANTE ALTERNATIVE: NAVIGATION IM RÜCKSPIEGEL

Eine Variante zu mobilen Navigationsgeräten an der Windschutzscheibe ist das nachrüstbare Rückspiegelnavi für Sirion, Materia und Terios. Zum Einsatz kommt ein mobiles Navigationsgerät von Garmin, das jedoch fest in das Gehäuse des Rückspiegels eingebaut wird. Dadurch sind Navigations- und Freisprechfunktion ergonomisch auf Augenhöhe angebracht. Im linken Drittel des Spiegels findet die Navigation Platz, rechts davon ist wie gewohnt der Rückspiegel zu finden. Der Vorteil: Es gibt keine losen Kabel und das Sichtfeld des Fahrers bleibt frei.

Das Gerät kostet 399,- Euro inkl. MwSt. und wird vom DAIHATSU-Händler fachmännisch installiert. Ein weiterer Pluspunkt: Da das Gerät durch die Installation im Spiegel besonders vor Diebstahl geschützt ist, wird das Navigationsgerät bei der Fahrzeugversicherung auch wie ein Festeinbau behandelt.

**Weitere Informationen dazu  
bei Ihrem DAIHATSU-Händler.**



Warentest“ vergibt durchweg gute Noten für die untersuchten Modelle (siehe Infokasten „Entscheidungshilfe“). Viel kann daher bei keinem der Geräte schiefgehen. Unterschiede gibt es vor allem bei neuen Funktionen, mit denen die Hersteller

punkten wollen. Oberklassegeräte überzeugen mit Navigationsfunktionen per Spracheingabe. Becker verspricht beispielsweise, die Navigation mit einem einzigen Satz mit Stadt, Straßennamen und Hausnummer starten zu können (z. B. im Becker Traffic Assist). Wenn dann noch eine Telefonfreisprecheinrichtung per Bluetooth vorgesehen ist, bleiben die Hände am Lenkrad und das Punktekonto in Flensburg leer. Und wer nicht so gerne auf fremde Ratschläge hört, kann auch der eigenen Stimme lauschen. Garmin bietet mit „Voice Studio“ eine Software, mit der die eigene Stimme aufgezeichnet und als Navigationsansage überspielt werden kann. Die Bedienung mit einem Touchscreen ist heute Standard – bei manchen Modellen reagiert ein Annäherungssensor sogar auf Handbewegung vor dem Display (z. B. bei Navigon).

### ALLES ONLINE, AUCH UNTERWEGS

Spezielle Spar-Funktionen werten Zusatzinformationen wie Steigungen oder häufige „Stop-and-Go“-Abschnitte aus und entscheiden sich dann für besonders effiziente Routen (z. B. Becker Traffic Assist oder ecoRoute von Garmin). Und auch das Internet wird mobil: Kraftstoffpreise, Wetterinformationen oder der Weg zum nächsten Italiener in Echtzeit machen das Navigationsgerät zum Alleskönner. Sogar MP3-Player sind bisweilen integriert. Allerdings fallen hier meist Abo-Gebühren an (z. B. Live-Services von TomTom oder nüLink von Garmin). Und wer gar nicht genug bekommt von der Navigation, kann mit den schlaun Technikwundern auch das Fahrrad, Motorrad oder die eigenen Wanderstiefel kombinieren. ▶

#### ENTSCHEIDUNGSHILFE VON DER STIFTUNG WARENTEST

Die Auswahl ist riesig, eine erste Orientierungshilfe bei der Entscheidung kann jedoch die aktuellste Untersuchung der Stiftung Warentest geben. Die Prüfung zeigt: Die Technik ist ausgereift, daher liegen die Testnoten dicht beieinander. Die besten fünf Geräte der jüngsten Testreihe aus dem Heft 1/2010 im Überblick. Mehr unter [www.warentest.de](http://www.warentest.de)

**Platz 1:**  
**Falk F12**, Testnote 2,1

**Platz 2:**  
**Becker Traffic Assist Z205**,  
Testnote 2,2

**Platz 3:**  
**Navigon 8410**, Testnote 2,2

**Platz 4:**  
**TomTom One IQ Routes  
Central Europe Traffic**,  
Testnote 2,2

**Platz 5:**  
**Navigon 2410**,  
Testnote 2,3

#### SO FUNKTIONIERT DIE FÜHRUNG AUS DEM ALL

Mit dem amerikanischen Militärsatelliten Transit 1B war das Navy Navigation Satellite System geboren – und das schon vor 40 Jahren. Weil das System nicht genau genug war, folgte in den 80er Jahren das Global Positioning System (GPS). Aber erst eine Anordnung von Präsidenten Bill Clinton beendete 2000 das künstliche Rauschen, das die Signale bis dahin

gestört hatte, um feindliche Waffensysteme zu schwächen. Das verhalf der Navigation für jedermann zum Durchbruch. 2013 wollen die Europäer mit dem eigenen System „Galileo“ nachziehen. Und so funktioniert die Ortung: Für eine Positionsbestimmung werden drei Satelliten benötigt. Damit dies an jedem Ort gewährleistet ist, kreisen in 20.000 Kilometer Höhe 24 Satelliten um die Erde. Diese funken ein Signal mit

ihrem Standort und der exakten Uhrzeit zur Erde. GPS-Empfänger registrieren diese und berechnen aus den Laufzeiten der Signale und der Entfernung zu den Satelliten die eigene Position und Geschwindigkeit.



# POESIE IN SEIDE

*Die Geschichte des Prinzen Genji bewegt Japan seit fast eintausend Jahren: Schönheit und Eleganz des Romans sind Teil der Seele Japans. Mit einer Ausstellung von 54 Reliefbildern aus Seide ist der Prinz in diesem Sommer zu Besuch in Deutschland.*



*Der japanische Generalkonsul, Toyoei Shigeda (r.) und Atsuhiko Tanimoto, Präsident von DAIHATSU Deutschland, zeigten sich beeindruckt. „Dem Anspruch nach Perfektion, die der Mensch freilich nie erreichen wird, kommen wir hier sehr nahe“, so Tanimoto.*

夏夜歌 (23-25) に平訂 乙巳通時 時に平訂  
斜めに切り、糸本で固めると通し糸が通る

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

In meinen Tränen mischt sich der Grillen Zirpen“ – wenn Prinz Genji in den uralten Texten spricht, malen die Worte Bilder, die auch nach 1000 Jahren noch die Seele berühren. Über 10 Jahren arbeitete die heute 69-jährige Yoko Nakamura mit der Gruppe Sainokai an 54 Reliefbildern, um die Worte der Poesie in die Sprache der berühmten japanischen Bilder aus Stoff zu übersetzen. Die in Tokyo geborene Künstlerin wollte sich einer besonderen Herausforderung stellen und wählte den wahrscheinlich ersten Roman der Weltliteratur als Vorlage für ihr Projekt: „Genji Monogatari – Die Geschichte des Prinzen Genji“, geschrieben von der Hofdame Murasaki Shikibu. Die Künstlergruppe präsentierte ihr Werk in Japan erstmals 2008, pünktlich zum 1000-jährigen Jubiläum des Romans. In diesem Jahr sind die wertvollen Illustrationen nun erstmals in Europa zu bewundern.

**BILDERREISE INS JAPANISCHE MITTELALTER**

Die filigranen Kunstwerke aus Seide schicken die Betrachter auf eine Zeitreise ins japanische Mittelalter. Jedes Detail hat eine wichtige Bedeutung: Farbe, Falttechnik und Stoffwahl verbinden sich harmonisch zu einem Gesamtkunstwerk und zeigen das hohe künstlerische Niveau und Geschick der Mitglieder der Gruppe Sainokai. Die Technik des „Oshie“ (wörtlich übersetzt „gedrückte Bilder“) hat sich wahrscheinlich aus Feinarbeiten im alten China entwickelt und folgt genauen Regeln: Am Anfang eines Reliefbildes steht eine Zeichnung auf festem Papier. Diese wird ausgeschnitten und dient als Schablone für Elemente des Bildes. Der Künstler umwickelt sie mit Stoff (meist Seide), den er mit etwas Watte unterfüttert. Die geschickte Zusammensetzung der detailliert gefertigten Stoffteile ergibt ein Gesamtbild mit einer überraschend räumlichen Wirkung. Als Motiv dienen häufig Werke alter Meister, die auf diese Weise eine Neuinterpretation erfahren.

**POESIE IN DER UNIVERSELLEN SPRACHE DER BILDER**

Die Stoffkunstwerke der Gruppe Sainokai übersetzen die 54 Romankapitel des ebenso liebenswürdigen wie liebeshungrigen Prinzen Genji in die universale Sprache der Bilder. Als höfischer Liebesroman und umfassendes Sittengemälde der Adelsgesellschaft aus dem Japan des 11. Jahrhunderts hatte der Roman einen so starken Einfluss, dass er wohl sogar als Leitfaden für die Etikette der höfischen Gesellschaft diente. Prinz Genji, Sohn des herrschenden Kaisers, verliert im Alter von zwei Jahren seine Mutter Kiritsubo. Zahlreiche Frauengeschichten bestimmen das Leben des Heranwachsenden am Hof in Heian-kyo, dem politischen und kulturellen Zentrum des Landes. Die Aufdeckung einer Liaison mit der zukünftigen Frau des Thronfolgers hat die zeitweilige Verbannung des Prinzen zur Folge. Genji kehrt geläutert zurück, wird in das Kanzleramt erhoben und fungiert fortan als mächtiger Staatsmann. Seine große Liebe und zweite Frau, Murasaki-no-ue, ist das neue Zentrum seines Lebens. Als sie stirbt, zieht sich der Prinz zurück und stirbt bereits im Jahr darauf.

**PRINZ GENJI REIST DURCH DEUTSCHLAND**

In diesem Jahr ist es gelungen, diese hochgelobte Ausstellung nach Deutschland zu holen. Unterstützt von DAIHATSU reisten die wertvollen Stoffbilder zunächst in das Deutsche Ledermuseum in Offenbach am Main. Von hier aus macht die Ausstellung Station in Düsseldorf im EKO Haus der Japanischen Kultur e. V. und dann im Siebold Museum in Würzburg. ▶



Die 54 Seidenbilder zeigen Szenen der Geschichte des Prinzen Genji.



Bei der alten Technik des „Oshie“ werden Schablonen aus Papier kunstvoll mit Seide umwickelt.



10 Jahre arbeiteten die Künstlerinnen der japanischen Gruppe „Sainokai“ an ihren Kunstwerken aus Stoff und Seide.

|  |   |
|--|---|
| <b>AUSSTELLUNG DÜSSELDORF</b><br><b>27.08.2010–19.09.2010</b>                                      | <b>AUSSTELLUNG WÜRZBURG</b><br><b>10.10.2010–20.02.2011</b>   |
| EKO-Haus der Japanischen Kultur e.V.<br>Brüggener Weg 6, 40547 Düsseldorf<br>Tel.: 0211 / 577918-0 | Siebold-Museum<br>Frankfurter Str. 87, 97082 Würzburg<br>Tel.: 0931 / 413541                              |
| Öffnungszeiten: Di–So, 13–17 Uhr   | Öffnungszeiten: Di–Fr, 15–17 Uhr,<br>Sa/So, 10-12 und 15-17 Uhr,<br>(geschl.: 24./25./31.12.10, 01.01.11) |



*Pizzaservice, Pflegedienst, Jäger oder Fahrschule – für jeden Flotten- oder Gewerbekunden findet DAIHATSU den passenden vierrädrigen Partner. Charakter: zuverlässig und sparsam.*

# PARTNER VERMITTLUNG

TEXT: FRANZISKA ZIEGLER, FOTOS: MARTIN HEYING

**F**ür Gewerbe- und Flottenkunden ist das Auto mehr als nur ein Fahrzeug. Es ist ein wichtiger Partner im täglichen Arbeitseinsatz – ein Partner, auf den sie dringend angewiesen sind. Jeder DAIHATSU-Vertragshändler vor Ort bringt zu wettbewerbsgerechten Konditionen Gewerbe- und Flottenkunden mit dem jeweils geeigneten Automobil zusammen. Für Christian Amenda, Leiter Vertrieb bei DAIHATSU Deutschland, empfehlen sich die Modelle der Marke besonders wegen der hohen Qualität und Zuverlässigkeit als gewerbliche Fahrzeuge. Das macht die Partnersuche für Flottenkunden oft zur Liebe auf den ersten Blick mit Sirion, Cuore und Co.

## ZEIT, GELD UND NERVEN SPAREN

Die Händler vor Ort erhalten für Verkäufe an definierte gewerbliche Zielgruppen Unterstützung von DAIHATSU für größere Stückzahlen, um besonders attraktive Anschaffungspreise bieten zu können.

„Der geringe Kraftstoffverbrauch, die günstige Versicherung und die niedrigen Steuern unserer Modelle sind weitere langfristige Sparfaktoren für gewerbliche Kunden“, so Amenda. Ein Hol- und Bring-Service oder kurzfristige Werkstatttermine seien selbstverständlich. Zudem gibt es ein umfangreiches Zubehörangebot mit Laderaumwannen, Trenngitter, Anhängerkupplungen, Freisprecheinrichtungen und vielem mehr.

## GESAMTPAKET GARANTIERT

Gewerbekunden können bei der Marke auf beste Betreuung bauen: DAIHATSU Financial Service bietet flexible Finanzierungs- und günstige Leasingprogramme. Über den DAIHATSU-Versicherungsdienst können gewerbliche Kunden Fahrzeuge zu günstigen Konditionen versichern (siehe Infokasten). Umfangreiche Garantien mit europaweitem 24-Stunden-Service sorgen für Mobilität. Für drei Jahre übernimmt DAIHATSU die Pannenhil-

fe bei allen technischen Defekten, die durch Material- oder Fertigungsfehler hervorgerufen werden, sowie Kosten für Abschleppen, Rück- und Weiterreise oder Übernachtung. Unabhängig von der Fahrleistung gewährt DAIHATSU drei Jahre Garantie auf die Fahrzeuglackierung und acht Jahre Garantie gegen Durchrostung.

## EINE FLOTTE FÜR DIE WOHLFAHRT

In der Region rund um Halle ist ab Mai eine Cuore-Flotte im Einsatz für Menschen, die auf besondere Hilfe angewiesen sind. Die neue Fahrzeugflotte ist ein gutes Beispiele dafür, was DAIHATSU-Modelle so attraktiv für Flottenbetreiber macht. Der Wohlfahrtsverband „Volkssolidarität“ entschied sich für 16 Cuore in der neuen Modellvariante Pur, um seine Fahrzeugflotte für häusliche soziale Dienste zu modernisieren. Dietmar Ufer,

**Dietmar Ufer (l.) vom Autohaus Ufer übergab 16 Cuore Pur an Jens Weber von der Volkssolidarität, wo sie künftig im sozialen Dienst zum Einsatz kommen.**





FOTOS: S. 21 MITTE: THEOBALD, S. 21 RECHTS: DAIHATSU, REST: MARTIN HEYING

Inhaber des DAIHATSU-Autohaus Ufer, zählt den Sozialverband schon seit Jahren zu seinen Stammkunden, doch eine so große Flotte von DAIHATSU-Fahrzeugen ist auch für ihn eine Premiere: „Dieser Auftrag ist eine besonderes schöne Bestätigung für unseren intensiven Kundenservice, gerade bei unseren Geschäftskunden.“ Vor allem prompter Service ist eine wichtige Voraussetzung, hängt doch oft viel davon ab, dass die Fahrzeuge stets einsatzbereit sind. Niedrige Unterhaltskosten spielen für den Sozialverband eine wichtige Rolle: „Nicht zuletzt haben auch die hohe Zuverlässigkeit und das unschlagbare Preis-Leistungs-Verhältnis am Ende den Ausschlag für uns und gegen

service. Der Optiker-Meister Dietmar Theobald macht seit Mai 2007 mit seinem Materia Hausbesuche. Etwa sechs Stunden täglich sind er und seine Mitarbeiter im Umkreis von 100 bis 150 Kilometern unterwegs. Der Materia sei hierfür perfekt: „Denn er ist klein im Format und im Innenraum absolut variabel“, so der Optiker. Theobald besucht Kunden nicht nur zu Hause, sondern auch an deren Arbeitsplatz. Schulen, Alten- und Pflegeheime gehören ebenso zum Kundenkreis. Seinen Materia nutzt Theobald auch als Werbeträger, denn die großen geraden Flächen seien dafür gut dafür geeignet. „Wir sind schon sehr oft angesprochen worden und das Fahrzeug kommt super an!“

**Mit einem Materia macht der mobile Optiker Dietmar Theobald Hausbesuche bei seinen Kunden, die nicht in sein Geschäft kommen können.**



einige andere Mitbewerber gegeben“, freut sich Dietmar Ufer.

**BRILLE AUF RÄDERN**

Aber auch im Einsatz als Geschäftswagen machen DAIHATSU-Modelle eine gute Figur, wie etwa beim mobilen Optiker-

WER PASST ZUSAMMEN?

|                            |                 |   |
|----------------------------|-----------------|---|
| <b>Autovermieter:</b>      | Alle            |   |
| <b>Pflegedienste:</b>      | Cuore, Sirion   |   |
| <b>Altentransporte:</b>    | Materia         |  |
| <b>Fahrschulen:</b>        | Materia, Terios |   |
| <b>Jäger / Forstwirte:</b> | Terios          |  |
| <b>Pizzaservice:</b>       | Cuore           |  |
| <b>Behörden:</b>           | Alle            |   |

BESTE KONDITIONEN

Ein dreiköpfiges Gewerbekunden-Expertenteam im DAIHATSU-Versicherungsdienst sorgt dafür, dass der vierrädrige Partner optimal versichert ist. Maßgeschneiderte Angebote minimieren den Verwaltungsaufwand, halten die Kosten transparent und garantieren eine reibungslose Abwicklung im Schadenfall. Zusätzlich bietet DAIHATSU Leasing und Versicherung aus einer Hand. Hierzu einfach den Erfassungsbogen per E-Mail über [fleet@toyota-versicherung.de](mailto:fleet@toyota-versicherung.de) anfordern.

DETAILS

**3 bis 9 Fahrzeuge:**

- Mindesteinstufung in die SF-Klasse 3
- Einstufung für das Fahrzeug des Geschäftsführers bis zur besten Klasse (30 % SF-Klasse 22) möglich
- Bei nicht vorhandenen SF-Klassen eines Vorversicherers schadenunabhängige Einstufung möglich

**10 bis 29 Fahrzeuge:**

- Einheitlicher Beitragssatz für den gesamten Fuhrpark
- Erst-Einstufung in eine F-Klasse erfolgt nach Absprache auf Basis der Schadenquote der letzten drei Jahre

# ERSTE WAHL AUS ZWEITER HAND

*Es muss ja nicht immer ein Neuer sein, und wenn die Wahl auf einen Gebrauchten fällt, dann ist ein DAIHATSU sicher die erste Wahl. Die Kunden des Autohauses Tim Tiedeken e.K. in Lohne jedenfalls wissen die Qualität ihrer Fahrzeuge aus zweiter Hand ebenso zu schätzen wie die Kompetenz ihres Händlers.*

TEXT UND FOTOS: MARTIN HEYING

**D**er Kauf eines Fahrzeugs sollte wohlüberlegt sein. Bis der fahrbare Untersatz zum Eigengebrauch vor der Tür steht, sind viele Überlegungen nötig: Von der Größe über die Motorisierung, bis hin zum Preis will alles bedacht sein. Doch gleich zu Beginn stellt sich eine entscheidende Frage: Lieber ein Neufahrzeug oder doch einen Gebrauchten? Fällt die Wahl auf den Gebrauchten, gibt es viele Gründe für einen Kauf beim Markenhändler.

Tim Tiedeken ist so ein Markenhändler. Er führt einen Familienbetrieb, ein DAIHATSU-Autohaus in Lohne bei Oldenburg. Fast die Hälfte seines Geschäftes macht er mit zufriedenen Gebrauchtwagenkunden. Woher kommt dieser Erfolg? Für Tim Tiedeken liegt das auf der Hand: Die Sicherheit und die Flexibilität, die er als DAIHATSU-Händler bietet, kann kein Gebrauchtwagenhändler und erst recht kein Privatmann geben: „Seine“ gebrauchten Fahrzeuge durchlaufen vor dem Ankauf einen kompletten Check.

„Wir kaufen nichts ohne gründliche Prüfung“, sagt Tiedeken, „außerdem sind wir die Fachleute für DAIHATSU, wir kennen die

**Familienbetrieb in zweiter Generation, und die dritte steht schon in den Startlöchern: Inhaber Tim Tiedeken mit Frau Vanessa und dem jüngsten Mitglied im Team des Autohauses: Sohn Finn.**





**Autohausinhaber Tim Tiedeken (linkes Bild) setzt bei seinen Angeboten aus zweiter Hand auf hohe Qualität, professionelle Aufbereitung, Garantie und Rundumservice. Dazu gehört auch, das Fahrzeug einmal komplett zu überprüfen (rechts). Diese Services, hat er als Markenhändler den Privatanbietern voraus.**



Stärken und die Schwächen des Fahrzeugs“, Fehler dringen nicht bis zum Kunden durch, so Tiedeken. Service und Kompetenz zeichnen demnach den DAIHATSU-Händler aus. Tiedeken greift auf den gesamten Gebrauchtwagenpool der Marke in Deutschland zu, er bringt so Angebot und Kundenwunsch optimal zusammen. Alle Fahrzeuge erhalten eine Inspektion und ein professioneller Aufbereiter sorgt für eine Innen-Intensivreinigung, eine Motorwäsche und eine komplette Lack-Politur. Tiedeken übernimmt alle administrativen Aufgaben: die Hauptuntersuchung, die Versicherung und die Zulassung. Er kümmert sich auch bei den Gebrauchten um eine Finanzierung. Herstellergarantien, Garantieverlängerungen und Gebrauchtwagen Garantien. Tiedeken kann alles anbieten, wengleich er der Überzeugung ist: „DAIHATSU ist „Made in Japan“, vor dem ersten Kupplungswechsel kommt es in der Regel zu fast keinem Garantiefall“, schwärmt er von der Qualität der DAIHATSU-Modelle.

Wenn allerdings die Fahrzeuge so zuverlässig sind, könnte sich der willige Autokäufer ja auch auf dem Privatmarkt umsehen, oder? Tiedeken winkt ab: „Das hat für mich einen faden Beigeschmack, denn der Käufer hat keine Sicherheiten, er hat nur das Serviceheft und seinen guten Glauben“, warnt der erfahrene Autohändler vor vermeintlichen Schnäppchen am Autokino. In der Regel schließen Privatverkäufer eine Sachmängelhaftung schon gleich im Vertrag aus: „Das Fahrzeug wird in dem Zustand wie besichtigt und Probe gefahren unter Ausschluss jeder Gewährleistung verkauft“, lautet eine Klausel im Kaufvertrag. Das aber heißt, einen verdeckten Mangel muss man mühsam vor Gericht beweisen. „Ich dagegen kenne die Historie des Fahrzeugs“, konstatiert Tiedeken, „ich verberge nichts, und meist sind die Privaten nicht mal billiger als meine Angebote.“

Gemäß dem Motto „Vertrauen ist gut, aber nur wenn du deinen Handelspartner kennst“ setzt Tiedeken ganz auf das Vertrauensverhältnis zu seinen Kunden: „Manche, die hier kaufen, haben schon bei meinem Vater gekauft.“ Helmut Tiedeken hatte in den Siebzigern eine Autobianchi-Vertretung mit DAIHATSU-Verkauf. Heute sorgt er mit seiner Fachkenntnis für den Gebrauchtwagenankauf und Tiedekens Frau Vanessa berät am Empfang. Die Leute im Kreis Vechta kennen die Tiedekens und gewähren einen hohen Vertrauensvorschuss. Auch weil Tim Tiedeken immer ehrlich zu seinen Kunden ist – aber das, so findet Tim Tiedeken, versteht sich bei der Marke DAIHATSU eigentlich von selbst. ▶



*Die Form der Vorlage verrät bereits die Funktion: Es wird ein Kochmesser japanischer Bauart – mit einigen europäischen Einflüssen. Je härter später das Material, aus dem die Klinge entsteht, desto schärfter und schnitthaltiger ist das Messer. Doch das macht das Schleifen zum Zeitfaktor – und damit zum wichtigsten Kostenposten bei der Herstellung eines wirklich scharfen Küchenmessers.*

# VORSICHT, SCHARF!

*SPITZENKÖCHE UND SAMMLER SCHÄTZEN SIE SEIT LANGEM: JAPANISCHE KOCHMESSER. SIE GELTEN ALS BESONDERS ERGONOMISCH, EDEL, TEUER – UND UNVORSTELLBAR SCHARF. AUS DEM EINSTIGEN GEHEIMTIPP AUS FERNOST WURDE EIN WELTWEITER TREND. WIR HABEN IN DER MESSERSCHLEIFEREI SCHANZ IN STUTENSEE BEOBACHTET, WIE AUS EINEM UNSCHEINBAREN ROHLING EINE DER SCHÄRFSTEN KLINGEN DER WELT ENTSTEHT.*



Viele Arbeitsschritte sind nötig, um scharfe Klingen entstehen zu lassen. Das typische Flammen-Muster des Damast-Stahls (oben und rechts) findet sich zwar häufig bei japanischen Messern, ist aber alleine kein Zeichen für japanische Messerkunst. Nur die Qualität des Messerstahls, das Härten und der Schliff sind entscheidend für die überragende Schärfe eines japanischen Messers.



TEXT UND FOTOS: JÖRG SCHWIEDER

Im Leben von Jürgen Schanz dreht sich alles um Schärfe. Als Geselle fertigte er als 21-jähriger einen Malaysischen Kris, einen Flammendolch. Drei Jahre später schmiedete er als Meisterprüfung ein japanisches Schwert, die Krone – schwieriger geht es nicht mehr. Schanz ist ein Meister seines Fachs und Mitglied der nur 70-köpfigen deutschen Messermachergilde.

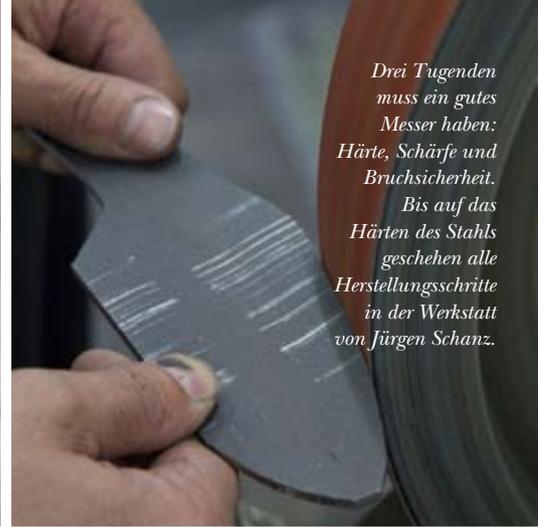
SCHNEIDIGES ALLER ART – und der Weg dorthin, das ist sein Leben. Wie scharf ist richtig scharf? „Ob das Messer richtig scharf war oder nur einigermaßen, merken Sie, wenn Sie eine Zwiebel schneiden. Wenn die Tränen kommen, war es zu stumpf.“ Der Grund: Scharfe Messer durchtrennen die hauchfeinen Zellen der Zwiebel – und zerquetschen sie nicht. An der glatten

Schnittfläche tritt weniger Saft aus und die Augen bleiben trocken. Der Kenner sieht die Qualität des verwendeten Messers auch am Anschnitt: Maserungen und feinste Strukturen von Obst, Gemüse oder Fleisch werden plötzlich sichtbar. Die Schleiferei Schanz hat Erfolg: Während Senior Schanz sich ausschließlich um Schleifarbeiten aller Art kümmert, fertigt der Junior zusammen mit einigen Mitarbeitern Messer für Jäger, Sammler – und Köche.

Auf dem Tisch liegen einige Messer. Etwas „japanisch“ sehen sie für das unbedarfte Auge irgendwie alle aus, doch die kleine Vorführung ist ein Lehrstück des Messer-Meisters aus Baden. Die Frage: Was macht ein Küchenmesser zu einem Küchenmesser nach Japan-Art? ➔

JAPAN

Drei Tugenden muss ein gutes Messer haben: Härte, Schärfe und Bruchsicherheit. Bis auf das Härten des Stahls geschehen alle Herstellungsschritte in der Werkstatt von Jürgen Schanz.



Ob ein Messer zu einem Kunstwerk wird entscheidet der Schleifer, der die Klinge führt. Die Ausbildung dauert Jahre.



Für ein Messer aus Meisterhand von Jürgen Schanz (l.) ist gute Planung notwendig: das gilt für die Messerform genauso wie für den Griff.



## WIE SCHLEIFT MAN EIN MESSER RICHTIG?

Die Antwort von Jürgen Schanz auf diese Frage lautet: am besten nicht selber. Ein hochwertiges Messer selbst zu schleifen benötigt sehr viel Erfahrung. Wer in Eigenregie Hand anlegt, läuft Gefahr, das Messer in wenigen Sekunden zu ruinieren. Nicht umsonst ist das Schleifen ein Handwerk, das man viele Jahre lang erlernt. Spezielle

Messerschärf-Geräte sind auch keine Empfehlung, so Schanz: „Das ist alles Schrott“. Wer sich ernsthaft für das Schleifen von Messern interessiert, wirft am besten mal einen Blick in das [www.messerforum.net](http://www.messerforum.net), ein professioneller und seriöser Treffpunkt für Messerkenner.

## PFLEGE, UNTERLAGE, AUFBEWAHRUNG

- Gute Messer gehören nicht in die Geschirrspülmaschine. Dort werden sie stumpf und können rosten.
- Nach Gebrauch mit warmem Wasser und Spülmittel reinigen, gut trocknen. Ist das Messer nicht rostfrei, nach dem Gebrauch mit etwas Speiseöl einreiben.
- Als Schneideunterlage nur Holz oder ein hochwertiges Kunststoffbrett verwenden

(Billig-Versionen sind oft zu hart). Stein, Keramikeller oder Metall lassen Messer nach dem ersten Schnitt stumpf werden. Neuerdings geht der Trend (auch in Profiküchen) zurück zum guten alten Holzbrett, denn das wirkt zusätzlich antibakteriell.

- Lagerung am besten einzeln in einer Schublade. Gut geeignet sind auch mit Kunststofffäden gefüllte Messerblöcke.

# VORSICHT, SCHARF!



## RINGE AUS DAMAST-STAHL

Ein Renner von Jürgen Schanz sind neben edlen Messern Ringe aus Damast-Stahl, auf Wunsch auch mit Steinen oder Gold veredelt. Alles rund um die Stahlkunstwerke unter:

[www.schanz-messer.de](http://www.schanz-messer.de)



JAPANISCHE MESSERMACHER verwenden grundsätzlich Damazenerstahl. Richtig? Falsch! Das auch als Damast-Stahl oder japanisch „Suminagashi“ bezeichnete Material ist zwar weltbekannt und hat seinen Weg neuerdings in viele deutsche Messerfachgeschäfte gefunden, eine rein japanische Tradition ist es jedoch nicht. Für die mehrlagig geschmiedeten Klingen mit den Wellen- oder Flammenmustern werden unterschiedliche Stahlsorten verwendet, harter Kohlenstoffstahl und weichere Sorten. Sie werden mehrfach kunstvoll ineinandergefaltet. Sichtbar wird das Muster erst, wenn die Klinge ausführlich in Säure gebadet hat. Die Stahlsorten reagieren unterschiedlich und es entsteht das bekannte Miniatur-Relief.

DER TECHNISCHE GRUND für die Erfindung des Damazenerstahls ist die damit gewährleistete Kombination von Härte, Schärfe und Bruchsicherheit. Drei Tugenden, die jedes gute Messer auszeichnen. Doch längst nicht jede Klinge mit einer Flammen-Optik besteht auch tatsächlich aus Damast-Stahl, sagt Schanz. In vielen Fällen werde die Schneidlage nur mit einer dünnen Damast-Schicht verziert oder Muster in das Metall geätzt. Der Preis für den Deko-Damast im Japan-Look ist trotzdem hoch: Nicht selten werden 150-200 Euro pro Industrie-Messer aufgerufen; für den gleichen Preis bekommt man bei Schanz bereits ein handgefertigtes Kochmesser (ca. 200 Euro), auf Wunsch auch inkl. Eisenholzgriff und echter Damast-Klinge (ca. 450 Euro).

ENTSCHEIDEND FÜR EIN GUTES MESSER ist natürlich trotzdem die richtige Stahlsorte, und die hat ihren Preis. Schanz bezieht seinen Stahl aus Japan, Schweden und Deutschland. Er kostet ein Mehrfaches der Stahlsorten, die Anbieter günstiger Haushaltsmesser verwenden. Er ist extrem hart, was für eine hohe Schnitt-

haltigkeit sorgt, d. h. das Messer behält seine Schärfe besonders lang. Gleichzeitig ist Messerstahl zäh und bruchsicher. Zudem lässt es sich besonders dünn schleifen. Eine dünne Klinge ist ein ganz wesentliches, wenn auch wenig bekanntes Merkmal guter Kochmesser: Je dünner die Klinge, desto leichter gleitet sie auch durch große Stücke von Fleisch, Fisch oder Gemüse. (Nur Hack-Messer benötigen eine dicke und schwere Klinge.)

DIE SCHLANKE KLINGE ist gleichzeitig der Hauptgrund für den Preis der Messer: Je härter der Stahl ist, desto länger dauert das Schleifen. Denn je dünner die Klinge werden soll, umso mehr Material muss abgetragen werden, das kostet Zeit – und damit Geld. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass durch die intensive Bearbeitung zu viel Wärme im Metall entsteht. Dadurch würde das Material wieder an Härte verlieren. Etwa fünf Stunden benötigt Schanz daher, um ein einziges Küchenmesser herzustellen.

SIND JAPANISCHE MESSER also hauptsächlich teuer? Oder spart am Ende sogar Geld, wer viel davon in ein gutes Messer investiert? Vielleicht steckt hinter dem neuerdings auch in deutschen Messerläden zu beobachtenden Trend die Einsicht, dass es klüger ist, einmal im Leben drei bis vier gute Küchenmesser zu kaufen, als jedes Jahr einen Billig-Satz. Ob es sich tatsächlich rechnet, mag jeder für sich entscheiden. Ein Messer japanischer Bauart überzeugt weniger auf den ersten Blick – eher nach dem ersten Schnitt.

Der Griff ist traditionell ganz in Holz gehalten, mit einem Abschluss aus Horn. Kein Stück Metall berührt die Hand, er ist warm und leicht oval geformt. Zur Achse der Schneide kippt er leicht nach oben weg, damit die Finger beim Schneiden nicht im Weg sind. Japanische Köche „hacken“ mehr, als zu schneiden, daher liegt die Schneidfläche völlig plan auf. Eine Technik, die deutschen Köchen fremd ist: Hierzulande verlangt der bevorzugte „Wiegesschnitt“ eine abgerundete Klinge.

JAPANISCH-BADISCHE KOCH-MESSER von Schanz sind daher eine konsequente Komposition aus japanischem Messerbau und deutschen Vorlieben: Die Klinge ist dünn, hart und extrem scharf. Der Griff kippt in einem leichten Winkel nach oben weg. Das Griffteil wird aber direkt an die einteilige Klinge verstiftet, es gibt keine Schweißstellen, dafür spürt die Hand das kalte Metall im Griff. Die Klinge erlaubt den Wiegesschnitt, das Design erinnert aber an traditionelle japanische Messerformen. Fleischmesser, Brotmesser, ein biegsames Fischmesser zum Filetieren – und vielleicht noch eines mit einer kurzen Klinge zum Gemüseputzen – „mehr braucht man für den Anfang nicht“, sagt Schanz.

ZUM SCHLUSS der kleinen Messerkunde holt der Meister noch etwas Besonderes aus dem Regal. Ein schlichtes, schmuckloses Messer mit blauem Griff und matter, grauer Klinge. Sein Gewicht überrascht, es dürfte mindestens doppelt so viel wiegen wie ein normales Stahlmesser. „Das ist etwas, was ich sogar noch vor den Japanern erfunden habe“, sagt er und grinst. Ein Messer aus Hartmetall, 35-mal schnitthaltiger als ein hochwertiges Stahlmesser. Also ein Messer, das (fast) nicht mehr stumpf werden kann. Die Kunst liegt alleine in der Herstellung: Die Klinge ist so hart, dass das Schleifen nur mit speziellen Schleifmitteln funktioniert und unglaublich viel Zeit in Anspruch nimmt. Kostenpunkt: 600 Euro. Den Messerrücken hat Schanz daher gar nicht erst geschliffen – denn das alleine hätte mit weiteren 500 Euro zu Buche geschlagen. ■

# MOBILITÄT FINANZIEREN: JETZT NOCH SICHERER UND TRANSPARENTER

*HÖRT SICH KOMPLIZIERT AN, MACHT ABER ALLES EINFACHER:  
WAS DIE VERBRAUCHERKREDITRICHTLINIE FÜR DAIHATSU-KUNDEN BRINGT.*



TEXT: MANUEL EDER

**A**lleine der Name ist ein Ungewöhnliches: Verbraucherkreditrichtlinie heißt in schönster Beamtenprosa eine EU-Verordnung, die Anfang Juni auch in Deutschland Gesetz wurde. Doch diesmal lohnt es, das Thema nicht gleich in der Kategorie „staubtrocken“ abzulegen. Denn die neuen Regeln sind ausdrücklich gemacht, um Kunden das Leben zu erleichtern – immer dann nämlich, wenn eine neue Anschaffung über einen Kredit finanziert oder geleast werden soll. d-motion erklärt, was hinter den neuen Regeln steckt. Im Kurzinterview bringt Peter Pollhammer, Geschäftsführer von DAIHATSU Financial Services, auf den Punkt, was Kunden bei ihrem DAIHATSU-Partner erwarten dürfen.

#### DIE NEUREGELUNGEN AUF EINEN BLICK

Das neue Verbraucherkreditgesetz hat das Ziel, Kredite und Leasing-Restwertverträge für den Verbraucher transparenter und sicherer zu gestalten. Zinssätze und Kosten werden vergleichbar. Das gilt natürlich auch für DAIHATSU Financial Services als Spezialist für Fahrzeugfinanzierungen, denn viele Kunden greifen auf eine Finanzdienstleistung zurück, um Mobilität mit überschaubaren monatlichen Raten zu finanzieren. Doch was ändert sich konkret?

#### VERGLEICHBARKEIT DER KONDITIONEN

Ein europaweit standardisiertes Dokument mit der Abkürzung SECCI fasst künftig die Eckdaten der Finanzierung zusammen. Beispiel ist der Gesamtkreditbetrag (früher Nettodarlehensbetrag): Dieser zeigt den Betrag, der vom Kreditgeber geliehen wird – mit allen Kosten für Zusatzleistungen. Das Zusammensuchen von Teilbeträgen und Kopfrechnen erübrigt sich damit. Ein weiteres Beispiel ist der Effektivzins. Um die Angebote verschiedener Anbieter vergleichen zu können, ist diese Kenngrö-

ße entscheidend. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass der Effektivzins auch tatsächlich alle obligatorischen Bestandteile des Kredits einschließt. Genau das wurde vom Gesetzgeber nun festgelegt.

#### TRANSPARENZ BEI DEN BEDINGUNGEN

In der Vergangenheit kam es vor, dass Banken mit Lockvogelangeboten und unrealistisch niedrigen Zinssätzen geworben haben. Häufig waren diese an kaum zu erfüllende Bonitätsauflagen geknüpft oder nur für sehr kurze Laufzeiten zu haben. Wenige Kunden konnten diese Angebote wahrnehmen. Künftig müssen Zinssätze und sonstige Konditionen in der Werbung auch tatsächlich für zwei Drittel der beworbenen Kreditnehmer realisierbar sein. Gut zu wissen: DAIHATSU Financial Services hat schon immer nur konkrete Angebote kommuniziert und nie mit Lockvogelangeboten gearbeitet. Vielmehr werden die Angebote von DAIHATSU Financial Services jetzt noch ausführlicher. Sie enthalten beispielsweise Infos über den Gesamtdarlehensbetrag (auch sog. Gesamtbetrag) und alle Bestandteile des Kredits. ▀

## INTERVIEW

Bei DAIHATSU halten sich die Neuerungen trotz der umfassenden Gesetzesänderung in Grenzen, erklärt **Peter Pollhammer, Geschäftsführer von DAIHATSU Financial Services**. Der Grund: Im Fokus der spezialisierten Autobank steht in erster Linie die Zufriedenheit der Kunden mit ihrem DAIHATSU. Dazu gehört selbstverständlich auch die problemlose Finanzierung des Fahrzeugs. Daher zählt schon immer zu den Grundprinzipien des Finanzdienstleisters, Kundenschutz und Transparenz im Auge zu behalten.

#### Herr Pollhammer, wie geht DAIHATSU Financial Services mit den Neuerungen bei der Verbraucherkreditrichtlinie um?

**P. Pollhammer:** Zunächst einmal begrüßen wir im Sinne unserer Kunden ausdrücklich die Neuregelung, die für mehr Transparenz und Kundenfreundlichkeit sorgt. Damit gilt künftig in der ganzen Branche, was für Kunden von DAIHATSU Financial Services schon immer galt: Transparenz und Sicherheit werden großgeschrieben. So verschwinden Lockvogelangebote für vermeintlich billige Konsumentenkredite, endlich kommt Licht in diese Grauzone.

#### Was sind die größten Vorteile für Kunden?

**P. Pollhammer:** Den besseren Schutz vor schwarzen Schafen habe ich schon erwähnt. Dazu kommt mehr Transparenz, ohne dass Kunden mit der Lupe suchen müssen. Wir haben schon vor Jahren erkannt, dass das wichtig für die Kundenzufriedenheit ist. Unsicherheit in diesem sensiblen Bereich ist Gift für gegenseitiges Vertrauen. Daher ist das, was der Gesetzgeber jetzt vorschreibt, größtenteils schon heute gelebte Praxis bei DAIHATSU.

„Wem Kundenfreundlichkeit am Herzen liegt, kann die Neuregelung nur begrüßen.“

**Peter Pollhammer,**  
Geschäftsführer DAIHATSU Financial Services



#### Gibt es dennoch sichtbare Änderungen?

**P. Pollhammer:** Wir haben alle Abläufe und Systeme und unsere Angebote daraufhin überprüft, ob sie konform mit dem neuen Gesetz sind. Unsere Händler wurden über den Umgang mit den neuen Vorschriften ausführlich informiert. Was die Änderungen betrifft, ist Werbung ein gutes Beispiel: Auch in Zukunft werden wir konkrete Angebote für Fahrzeuge machen, allerdings werden die Infos in den Anzeigen umfangreicher. Hier lassen sich jetzt noch mehr Eckdaten der Finanzierung direkt aus der Anzeige ablesen.

#### Erwarten Sie nun auch schärferen Wettbewerb?

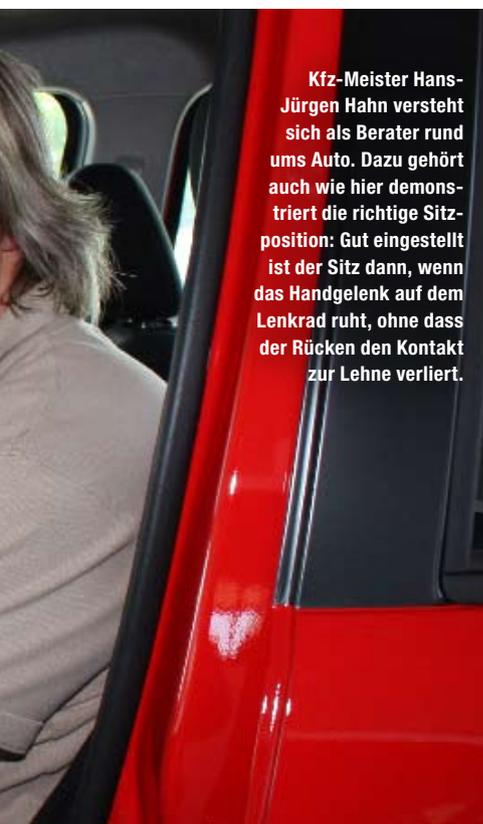
**P. Pollhammer:** Davon gehen wir nicht aus. Dass wir nun vergleichbarer werden, dürfte uns sogar noch stärken. Nun wird nämlich schon auf den ersten Blick deutlich, dass wir mit unseren attraktiven Angeboten ganz vorne mithalten können.



WO  
GUTER RAT  
NICHT  
TEUER IST



Starkes Team für die Kunden:  
Inhaber Martin Mocker mit Assistentin  
Sandra Decker und Kfz-Meister Hans-Jürgen  
Hahn (rechte Gruppe v.r.) sowie das  
Serviceteam (linke Gruppe) stehen für alle  
Fragen rund um die Mobilität bereit.



Kfz-Meister Hans-Jürgen Hahn versteht sich als Berater rund ums Auto. Dazu gehört auch wie hier demonstriert die richtige Sitzposition: Gut eingestellt ist der Sitz dann, wenn das Handgelenk auf dem Lenkrad ruht, ohne dass der Rücken den Kontakt zur Lehne verliert.

*Ob **Tipps** zur Lackpflege oder **TRICKS** für Sprit sparendes Fahren – im Autohaus Mocker im oberfränkischen Selb wird die **BERATUNG** der Kunden großgeschrieben.*

TEXT UND FOTOS: KAROLINA ORDYNIEC

**G**enau vor 20 Jahren rollten im Autohaus Mocker im oberfränkischen Selb die ersten DAIHATSU-Modelle vom Hof. Damals lieferte der Betrieb Wildcat und Terios, Cuore, Charade und Applause aus, heute finden dort Verkaufsschlager wie Sirion, Cuore oder Terios neue Besitzer. Das Autohaus begeisterte so viele Kunden von der Marke, dass im Jahr 2008 die Entscheidung für eine Vergrößerung des Betriebes fiel: „Weil unser Autohaus schon aus allen Nähten platzte, wechselten wir innerhalb der Stadt auf ein größeres Gelände“, erläutert Geschäftsführer und Kfz-Meister Martin Mocker. Seitdem lädt die große Ausstellungshalle zum Probefahren in den aktuellen DAIHATSU-Modellen ein. Außerdem sorgt eine eigens für Kunden eingerichtete Internet-Ecke für Unterhaltung, und natürlich gehört auch frischer Kaffee zum Service.

#### BERATUNG ZUM VORTEIL DER KUNDEN

Im Service setzt Mocker auf die Rundum-Beratung zum Vorteil der Kunden. Er nennt ein Beispiel: Viele kleinere Schäden lassen sich mit den Tricks des sogenannten „Smart Repair“ nahezu unsichtbar machen. Die Methode kommt speziell bei störenden Kleinschäden am Lack, Kunststoff oder Polster zum Einsatz. So lässt sich die kleine Beule eines Parkremplers geschickt aus dem Blech drücken, Kratzer im Lack verschwinden mit einer Spot-Lackierung fast vollständig. Der Vorteil: Die Kosten für solche Reparaturen liegen weit unter denen eines herkömmlichen Verfahrens, erklärt Mocker. Und auch Tipps und Tricks zur Lackpflege oder zu Sprit sparendem Fahren stehen bei der Kundenberatung auf der Tagesordnung. „Uns ist es wichtig, dass sich der Kunde gut betreut fühlt. Und dafür nehmen wir uns viel Zeit“, erklärt der Chef. „Schließlich

soll der Kunden lange etwas von seinem DAIHATSU haben und dabei Geld sparen.“

#### RICHTIG FAHREN HILFT SPAREN

Viel können die Kunden auch selbst beitragen: Denn mit wenigen Tricks lässt sich im Alltag sparen. Der Fachmann empfiehlt, spätestens bei 2.000 Umdrehungen den nächsthöheren Gang einzulegen. „Früheres Schalten führt zu untertourigem Fahren und könnte den Motor schädigen, zu spätes Hochschalten wiederum verur-



sacht einen hohen Spritverbrauch“, erklärt Kfz-Meister Hans-Jürgen Hahn, der seit gut einem Jahr das nunmehr siebenköpfige Team im Autohaus Mocker unterstützt. Auch sei es wichtig, den Reifenluftdruck in regelmäßigen Abständen zu prüfen, mahnt Hahn und erklärt: „Ein erhöhter Luftdruck im Reifen senkt den Rollwiderstand und damit den Kraftstoffverbrauch.“ Der Autoexperte rät seinen Kunden, Leichtlauföle statt herkömmlicher Öle zu verwenden. Die neuen Schmierstoffe vermindern die Reibung im Motor, an der Kurbelwelle, an den Kolben, in den Zylindern und an der Nockenwelle, außerdem wird die Arbeit der Ölpumpe erleichtert. Das spart Sprit, vor allem auf Kurzstrecken und bei kaltem Motor. ➔

**20 Jahre im Team: Das Autohaus Mocker zählt zu den langjährigsten DAIHATSU-Partnern in Deutschland.**

Solche kleinen Kratzer am Lack lassen sich mit Smart-Repair-Methoden einfach und kostengünstig beseitigen.



## ZEHN SPRITSPAR-TIPPS:

- **Keinen Ballast im Auto spazieren fahren. Faustregel: 100 kg Mehrgewicht kosten zwischen 0,3 und 0,5 Liter mehr Sprit auf 100 Kilometer.**
- **Dach räumen: Dachgepäckträger oder Skiboxen kosten schnell bis zu einen Liter Sprit pro 100 Kilometer.**
- **Reifen mit geringem Rollwiderstand fahren und den Reifendruck regelmäßig checken. Schon 0,2 bar zu wenig bedeuten bis zu zehn Prozent mehr Verbrauch, rechnet der TÜV Rheinland vor.**
- **Kurzstrecken kosten besonders viel Sprit, denn bei kaltem Motor steigt auch der Verbrauch.**
- **Motor nicht warm laufen lassen: das ist schädlich für Motor und Umwelt. Lieber gleich schonend losfahren**
- **Schnell hochschalten, damit der Motor niedrigtourig läuft. Der VCD rät: Schalten Sie schon nach einer Wagenlänge in den zweiten Gang. Im zweiten und dritten Gang kräftig Gas geben und spätestens bei 2000 U/min in den nächsten Gang hoch schalten.**
- **Vorausschauend fahren, häufiges Bremsen und Beschleunigen vermeiden: zum Beispiel wenn die nächste rote Ampel schon in Sicht ist oder auf Gefällestrecken. Hilfreich dabei: genügend Abstand zum Vordermann.**
- **Klimaanlage bei niedrigen Temperaturen auch mal ganz ausschalten, auch die Heckscheibenheizung verbraucht viel Strom.**
- **Motor bei langer Ampelphase oder an Bahnübergängen ausschalten, das lohnt schon ab 10-15 Sekunden. Eine Stunde Leerlauf kostet mindestens einen Liter Kraftstoff.**
- **Wartungsintervalle einhalten und Motor richtig schmieren: Schmierstoffe reduzieren den Reibungswiderstand im Motor und damit den Verbrauch. Verstopfte Luftfilter, verbrauchte Zündkerzen und ein schlecht eingestellter Motor sind Spritfresser.**

Quellen: Ratschläge von Autohaus Mocker, Verkehrsclub Deutschland (VCD) und TÜV Rheinland



### ALLES IM GRIFF DANK RICHTIGER POSITION

Damit der Kunde sein Auto auch in brenzlichen Situationen immer im Griff hat, sollte der Fahrer die richtige Einstellung der Sitzposition beachten. Auch hierfür hat der Kfz-Meister einen Rat parat: „Die richtige Sitzposition ist entscheidend. Viele Menschen neigen dazu, ganz nah am Lenkrad zu sitzen. Richtig ist jedoch zuerst einmal, dass man das Bein noch angewinkelt hat, wenn man das Kuppelpedal tritt.“ Außerdem sollte laut Hahn die Rückenlehne so eingestellt sein, dass es möglich ist, die Handballen auf das Lenkrad zu legen, ohne dabei den Kontakt zur Rückenlehne zu verlieren. „So lässt sich das Lenkrad gut bedienen und gleichzeitig sitzt man sicher im Sitz“, weiß der Fachmann.

### LIEBER WASCHEN ALS POLIEREN

Um möglichst lange Freude an einem glänzenden Lack zu haben, empfiehlt Hans-Jürgen Hahn, den DAIHATSU in regelmäßigen Abständen gründlich zu waschen und nach Bedarf zu wachsen. Von häufigem Polieren rät er ab: „Nur wenn der Lack bereits verwittert ist, sollte man sein Auto polieren, sonst könnten die Schleifpartikel in der Politur bei zu häufiger Anwendung dem Lack zusetzen.“



Blick in den Schauraum des Autohaus Mocker in Selb

### REIFEN PROFESSIONELL LAGERN

Natürlich bietet das Autohaus Mocker seinen Kunden auch die Möglichkeit, Sommer- bzw. Winterreifen auf dem Gelände des Betriebes professionell einlagern zu lassen. „Wir erinnern unsere Kunden, wenn es wieder Zeit ist für den Reifenwechsel, und bieten an, die Reifen oder ganze Radsätze gleich bei uns zu lagern“, erzählt Martin Mocker. „Das spart unseren Kunden das

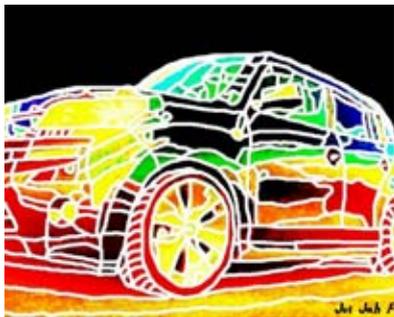
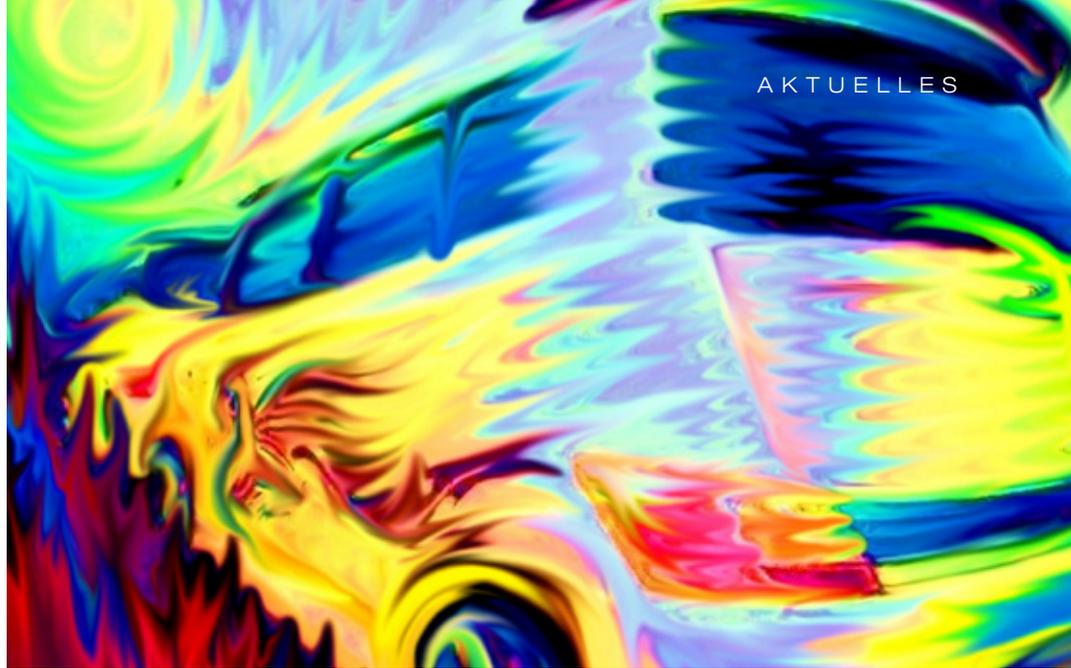


Reifeneinlagerung ist nicht nur bequem: Der Service schont auch die Pneus durch korrekte Lagerung, so der Rat von Autohausinhaber Martin Mocker.

lästige Hin- und Herfahren der Reifen und außerdem kann der Kunde sicher sein, dass seine Reifen hier unter optimalen Bedingungen – also in richtigen Reifenregalen und trocken – gelagert werden“, führt er weiter aus. Über aktuelle Angebote und Aktionen informiert das Autohaus seine Kunden entweder auf seiner Webseite im Internet ([www.autohaus-mocker.de](http://www.autohaus-mocker.de)), in der lokalen Presse oder per Mund-zu-Mund-Werbung. Außerdem sorgen besondere Veranstaltungen des Autohauses dafür, dass die Kunden gerne wiederkommen. Ob ein Tag der offenen Tür oder besondere Aktionen, wie jüngst die Mitorganisation des Public-Viewing-Events in Selb während der Fußball-WM: Die Nähe zum Kunden und die gründliche Beratung werden hier großgeschrieben. ▀

## RAUSCH DER FARBEN

*Für den Künstler Jui Jah Fari ist ein DAIHATSU Materia vor allem eine leere Leinwand: Per Bildbearbeitung taucht er den Materia in ein Feuerwerk der Farben.*



FOTOS: JUIJAH FARI

**Jui Jah Fari** wählt als Ausgangspunkt für seine Bilder Fotos eines DAIHATSU Materia – entweder seine eigenen Bilder oder Fotos der User im Online Daihatsu-Forum. Zu sehen sind die Werke auf [www.flickr.com/photos/jui\\_jah\\_fari](http://www.flickr.com/photos/jui_jah_fari) und unter [www.daihatsu-forum.de](http://www.daihatsu-forum.de).

**G**emalt und mit digitaler Bildbearbeitung rückt der Künstler den Materia ins rechte – oder vielmehr ins bunte – Licht. Inspiration schöpft er dabei besonders aus der jamaikanischen Kultur, die auch seinen Künstlernamen Jui Jah Fari (ausgesprochen „iui dscha fari“) prägt. „Von Malerei über Bildhauerei bis hin zu Fotografie – ich bin für alle Kunstarten offen“, so der Künstler. Jui Jah Fari's eigener Materia stand aufgrund des originellen Designs als erstes Objekt Modell. Eines seiner ersten Werke („Loosing Colours“) veröffentlichte der Künstler dann im Online-Forum für DAIHATSU-Fans. 5.000 Downloads seiner Bilder zählte Jui Jah Fari im vergangenen Jahr.

### MEIN MATERIA ALS STAR

Bald gestaltete Jui Jah Fari für Forum-Mitglieder auch deren eigene Materia-Fotos – natürlich kostenlos. So kann jeder Materia-Besitzer ein Bild seines Auto zum Kunstwerk verschönern lassen. Für das Daihatsu-Forum gestaltete Jui Jah Fari im vergangenen Jahr auch einen Kalender mit künstlerisch bearbeiteten Materia-Bildern. Welche Bilder es in den Kalender 2011 schaffen, dürfen die Forum-Mitglieder in diesem Jahr selbst über eine Abstimmung wählen. So können sie dann vielleicht sogar bald ihren eigenen Materia im Farbenrausch auf einem Kalenderblatt bewundern. ▶

*Rallye für Wagemutige:  
Mit einem Kleinwagen von  
England bis in die Mongolei,  
15.000 Kilometer entlang  
der Seidenstraße über Schotter-  
pisten, quer durch Länder  
wie Iran, Turkmenistan  
oder Usbekistan.*

## IM CUORE UM DIE HALBE WELT



**H**ört sich an wie jede Menge Dreck und Gefahr: Für Borris und Hugh im Team „Cooper Troopers“ ist die Mongol Rally die Herausforderung ihres Lebens. Für Abenteuer sorgen schon die strengen Regeln: Das Fahrzeug darf nämlich nicht mehr als 1,2 Liter Hubraum haben. Borris freut sich über das knallrote Auto (Bild links): „Endlich haben wir ein Vehikel gefunden, das die 15.000 brutalen Kilometer überstehen wird. Es ist ein kleiner DAIHATSU Cuore mit einem 1.0 Liter Motor, 51 PS und ganze 9 Jahre jung! Die kleine Bestie schnurrt wie ein Kätzchen und wird die Gefahren und vor allem die bis zu einem halben Meter tiefen Schlaglöcher locker überstehen.“

Das Ganze dient jedoch nicht nur dem Spaß, sondern auch dem guten Zweck: Jedes Teilnehmerteam muss vor und während der Tour 1.000 Britische Pfund für wohltätige Organisationen sammeln. Bei der letzten Tour 2007 kamen so über 200.000 Britische Pfund (240.000 Euro) zusammen. In diesem Jahr gehen die Spenden an Organisationen für Kinder in Not. Natürlich müssen die Abenteuerer auch unterwegs flüssig bleiben, für Sprit, Essen und hoffentlich nicht zu viele Ersatzreifen. Weitere Informationen zur verrückten Tour und Spendenmöglichkeiten unter [www.coopertroopers.org](http://www.coopertroopers.org) und in der nächsten Ausgabe der d-motion im Dezember. ▶



FOTOS: BORRIS FÖRSTER

## WELTREKORD MIT DEM MIRA EV

Der DAIHATSU Mira EV mit Elektroantrieb ist ein Ausdauerkünstler: Mitglieder des Japan Electric Vehicle Club legten Ende Mai auf einem Ovalkurs 1.003,184 Kilometer zurück, ohne die Lithium-Ionen-Batterie von Sanyo nachzuladen. Bei einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 40 km/h benötigten die 17 Fahrer 27 Stunden und 1.456 Runden für die Strecke. Damit hat der Club seinen eigenen Weltrekord im Guinness Buch der Rekorde von 555,6 Kilometern aus dem Jahr 2009 fast verdoppelt und freut sich nun auf den neuen Eintrag.



FOTOS: (L.) JAPAN ELECTRIC VEHICLE CLUB; (R.) MARTIN HEYING



## KLEINES AUTO, GROSSE FANS

Die Fans des Kult Micro-Roadsters Copen trafen sich am 14. Mai in Hofheim am Taunus, um am nächsten Tag eine von drei ausgearbeiteten Routen zu erkunden. Organisator Andreas Blenke und seine Mitstreiter Alexandra Blenke, Susanne Beilmann und Gaston Menestriere hatten die Strecke liebevoll ausgearbeitet.

Zur Wahl stand eine kurze Tour mit vielen Sehenswürdigkeiten, eine mittellange Tour mit sieben Stadtbesichtigungen und eine Tour mit langen Fahrstrecken für die Asphalt-Junkies. Alle Routen endeten am Kloster Eberbach im Rheingau. Hier trafen



sich die 71 Teilnehmer in ihren 41 Copens am letzten Tag zu einer Führung durch das alte Zisterziensergemäuer, bevor alle mit dem gleichen Fazit nach Hause fuhren: „Erstaunlich gutes Wetter, superschöne Tour.“ Weitere Bilder der Copen Tour 2010 sind auch im Fotoalbum auf der Facebook-Seite von DAIHATSU Deutschland zu finden. Reinklicken lohnt sich!

## ZU GUTER LETZT ...



CARTOON: MOCK

## IMPRESSUM

### Herausgeber:

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

### Objektleitung:

Lars Woltermann (V.i.S.d.P.)  
l.woltermann@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  
susanne.klippel@springer.com

### Titelfoto:

Jörg Schwieder

### Druck:

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

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 einer Bearbeitung und Veröffentlichung einverstanden.

**Kleinwagen**, der; (ugs. genügsamer Typ, der sich in aller Offenheit einfach rumkommandieren lässt).

Der DAIHATSU Copen.



**Sportliche Technik, ausgezeichnetes Design: der DAIHATSU Copen.**

Auf in die City – mit einem Charmeur, mit dem man sich gerne blicken lässt. Der DAIHATSU Copen spricht mit 87 PS (64 kW) aber nicht nur in Sachen Fahrspaß eine deutliche Sprache, sondern glänzt auch mit inneren Werten. Weitere Informationen unter [www.daihatsu.de](http://www.daihatsu.de)

Kraftstoffverbrauch in l/100 km Normalbenzin: kombiniert 6,0; innerorts 7,7; außerorts 5,0;  
CO<sub>2</sub>-Emission kombiniert 140 g/km (Messverfahren gem. RL 80/1268/EWG).