

Pressemitteilung

Urdorf, 27. Oktober 2020

MIT MODELLVIELFALT UND MODERNER TECHNIK AUF ERFOLGSKURS

25 JAHRE RENAULT MÉGANE

Mit dem Mégane präsentierte Renault im Herbst 1995 den Nachfolger des populären Renault 19, der Beginn einer mittlerweile 25 Jahre währenden Erfolgsgeschichte. Mit bis heute rund sieben Millionen verkauften Fahrzeugen zählt der inzwischen in der vierten Modellgeneration auf dem Markt befindliche Franzose zu den absoluten Bestsellern der Marke. Ein Grund für die Beliebtheit des Kompaktmodells ist seine Vielfalt. Renault bietet den Mégane im Laufe seiner Karriere in einer Vielzahl von Varianten an bis hin zur kraftvoll motorisierten Sportversion Mégane R.S. Auch antriebsseitig ist der Mégane immer auf der Höhe der Zeit. Jüngstes Beispiel ist die innovative Hybridversion E-TECH Plug-in 160.

Urdorf, 27. Oktober 2020 – In den 1980er Jahren drohte Renault die Einverleibung durch einen Giganten wie GM oder Toyota. Doch Präsident Raymond Lévy setzte dem amerikanischen Abenteuer ein Ende und verordnete dem Unternehmen eine kulturelle Revolution in Richtung Qualität. Das R19, für seine Qualität anerkannt, schaffte eine solide Grundlage, die dem neuen Mégane direkt dienen sollte. *«Um erfolgreich zu sein, müssen wir natürlich den guten Ruf des R19 in puncto Qualität nutzen, aber wir müssen dem Kunden auch mehr Dienstleistungen mit grosszügigeren und attraktiveren Inhalten anbieten»*, sagte der damalige **Projektleiter Michel Faivre-Duboz**.

Um dies zu erreichen, musste die Marke lernen, Fahrzeuge billiger zu entwerfen und herzustellen. Zu diesem Zweck näherte sich Renault Volvo an. Erfahrungen sollten gesammelt werden und so wurde eine Mitarbeitergruppe in die niederländische Fabrik geschickt, die sich der schwedische Hersteller mit dem japanischen Unternehmen Mitsubishi teilte. Aber die wirklich wichtigen Erkenntnisse fand man in Japan. Michel Faivre-Duboz machte sich mit einem Team auf den Weg ins Land der aufgehenden Sonne und musste konstatieren: *«Sie hatten einen um 30% niedrigeren Selbstkostenpreis als wir!»* Für eine gründliche Analyse mietete Renault einen Mitsubishi Colt, der dem Renault 19 entsprach. Aus der Analyse ergab sich, dass bei der Wettbewerbsfähigkeit nicht die Ausstattung ausschlaggebend war, sondern die Kostensenkung bei Einkauf und Produktion, damals zusätzlich begünstigt durch einen unterbewerteten Yen.

In diesem hart umkämpften Umfeld entstand die Idee, eine echte Mégane-Familie zu schaffen, zu der auch ein in diesem Segment einzigartiger Kompaktvan gehören sollte: *«Wir mussten uns vom Konzept 'Ein Auto für alle' verabschieden und uns dem Konzept 'Jedem sein Auto' wechseln»*, erinnert sich der Projektleiter. Und sie mussten es mit einem knappen Budget schaffen. Die Entscheidung wurde getroffen, nur auf das zu setzen, was der Kunde sah. Der Mégane übernahm von der R19 Plattform den gesamten vorderen Block. Darüber hinaus wurde er mit den Dieselmotoren des F-Segments und Benzinern des E-Segments ausgestattet. Vor allem ein Trick brachte sehr viel: *«Mégane und Scénic hatten genau das gleiche Armaturenbrett. Beim Kompaktvan ist es nur um etwa 15 Grad angehoben und gekippt. Niemand hat es damals bemerkt!»* Der Trick, Vorhandenes anderweitig zu nutzen, wurde wieder bei der Entwicklung des Coupés eingesetzt, indem das Chassis verkürzt, während Hinter- und Vorderteil beibehalten

Kontakte zu den Medien
Karin Kirchner
Direktorin für Kommunikation
Telefon: +41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.ch

Marc Utzinger
Kommunikationsattaché
Telefon: +41 (0) 44 777 02 28
marc.utzinger@renault.ch

www.media.renault.ch

wurden. Jeder Carbody bekam seinen Designer. Damit die sechs Modelle eine familiäre Ähnlichkeit behielten, wurde das grafische Thema der Ellipse gewählt, welche der Seite der sechs Modelle eine sehr starke Einheit verliehte. Jedes Modell bekam darüber hinaus seine eigenen, sehr unterschiedlichen Proportionen.

Als sie dann 1995 auf den Markt kamen, wurden die Limousine und das Coupé jedoch in einem Artikel der Zeitschrift Auto Plus verrissen. *«Sie stellten insbesondere die Stabilität der Limousine beim Bremsen und in Kurven in Frage»*, erinnert sich Michel Faivre-Duboz. Als Reaktion auf diese mediale Mini-Krise wurde die Viergelenk-Hinterradaufhängung verallgemeinert. Bisher war sie den leistungsstärksten Motoren in der Reihe vorbehalten. Während das Coupé die gesamte Palette aufwertete, wurde der Minivan ab 1996 der eigentliche Verkaufshit der Modellfamilie. Er hatte so viel Erfolg, dass die Produktionsrate von 600 pro Tag auf 2'200 Einheiten vervierfacht werden musste.

VIER GENERATIONEN – EIN GLEICH BLEIBENDER ERFOLG

Bereits zum Marktstart war der Mégane als viertüriges Schrägheckmodell und dreitüriges Coupé verfügbar. 1996 folgte das Stufenheckmodell, 1997 das Mégane Cabriolet und 1999 die Kombi-Version. Auch der 1996 vorgestellte Kompaktvan Scénic firmierte anfangs sogar als Mégane Scénic.

Zusätzlich zum Variantenreichtum setzte Renault beim R19-Nachfolger konsequent auf Sicherheit. Von Beginn an waren Fahrer- und Beifahrerairbag Standard, 1998 kamen Seitenairbags hinzu. Wegweisend war auch die besonders stabile Karosseriestruktur mit definierten Verformungszonen an Front und Heck sowie die Ausstattung mit pyrotechnischen Gurtstraffern und Gurtkraftbegrenzern. Damit etablierte sich der Mégane zum Massstab für Insassenschutz in der Kompaktklasse. Die zweite Modellgeneration erhielt 2002 als erstes Fahrzeug seines Segments fünf Sterne im damaligen Euro NCAP-Crashtest.

Der Mégane II (2002-2008) war gleichzeitig die Basis für den ersten Mégane R.S., der 2004 erschien. Betrug Leistung und Toppspeed des Kompaktportlers damals 165 kW/224 PS bzw. 236 km/h, so stiegen die Werte bis zur aktuellen Generation auf 221 kW/300 PS und 260 km/h. Ausweis für das Leistungsvermögen des Mégane R.S.: Jede Modellgeneration stellte einen neuen Rundenrekord für frontgetriebene Serienfahrzeuge auf der Nürburgring-Nordschleife auf.

Seit 2015 ist die vierte Mégane Generation auf dem Markt. Zusätzlich zu ihrem ausdrucksstarken Äusseren besticht sie durch eine Vielzahl von Innovationen, die bislang höheren Fahrzeugklassen vorbehalten waren. Hierzu zählen das Renault MULTI-SENSE System zur Personalisierung des Fahrerlebnisses, die dynamische Allradlenkung 4CONTROL im Mégane R.S. und eine Vielzahl moderner Fahrerassistenzsysteme.

ERSTES RENAULT KOMPAKTMODELL MIT E-TECH-PLUG-IN-HYBRID

Den Anspruch des Mégane als technischen Impulsgeber für die Kompaktklasse untermauert seit Sommer 2020 der E-TECH Plug-in 160 Hybridantrieb. Die zunächst exklusiv für den Kombi verfügbare Variante besteht aus einem 1,6-Liter-Benzinmotor mit Partikelfilter, zwei Elektromotoren, einem innovativen Multi-Mode-Getriebe und einer Lithium-Ionen-Batterie mit 9,8 kWh Kapazität. Das Fahrzeug kann dank der hohen Rekuperationsleistung im Stadtverkehr im WLTP-Prüfzyklus bis zu 65 Kilometer rein elektrisch zurücklegen. Im Mix aus Stadt- und Überlandfahrten ist eine elektrische Reichweite von 50 Kilometern bei Fahrgeschwindigkeiten bis 135 km/h möglich. Der E-TECH Plug-in Hybridantrieb kommt zuerst im Mégane Grandtour und wird später auch im 5-Türer eingeführt.

Kontakte zu den Medien

Karin Kirchner
Direktorin für Kommunikation
Telefon: +41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.ch

Marc Utzinger
Kommunikationsattaché
Telefon: +41 (0) 44 777 02 28
marc.utzinger@renault.ch

ÜBER DIE RENAULT-GRUPPE

Der Renault-Konzern, der seit 1898 Autos herstellt, ist ein internationaler Konzern, der in 134 Ländern vertreten ist und im Jahr 2019 fast 3,8 Millionen Fahrzeuge verkauft hat. Heute hat sie mehr als 183'000 Mitarbeiter, 36 Produktionsstätten und 12'700 Verkaufsstellen weltweit. Um den großen technologischen Herausforderungen der Zukunft zu begegnen und ihre Strategie des profitablen Wachstums fortzusetzen, setzt die Gruppe auf ihre internationale Entwicklung. Sie stützt sich auf die Komplementarität ihrer fünf Marken (Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine und LADA), das Elektrofahrzeug und ihre einzigartige Allianz mit Nissan und Mitsubishi. Mit seinem eigenen Formel-1-Team macht Renault den Motorsport zu einem Vektor für Innovation und Markenbewusstsein.

Der seit 1927 in der Schweiz vertretene Renault-Konzern hat in der Schweiz drei Konzernmarken vermarktet: Renault, Dacia und Alpine. Im Jahr 2019 werden in der Schweiz mehr als 24'500 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge des Renault-Konzerns zugelassen. Mit mehr als 2'000 Zulassungen von ZOE, Kangoo Z.E. und Master Z.E. im Jahr 2019 hat Renault einen Marktanteil von mehr als 15% in der Kategorie der 100% Elektrofahrzeuge.

Das Vertriebsnetz der drei Marken entwickelt sich ständig weiter und umfasst heute 200 Partner, die die Produkte und Dienstleistungen der Gruppe in 228 Verkaufsstellen anbieten.

* * *

Pressemitteilungen und Fotos können auf der Renault-Website für die Medien eingesehen und/oder heruntergeladen werden: www.media.renault.ch

Kontakte zu den Medien

Karin Kirchner
Direktorin für Kommunikation
Telefon: +41 (0) 44 777 02 48
karin.kirchner@renault.ch

Marc Utzinger
Kommunikationsattaché
Telefon: +41 (0) 44 777 02 28
marc.utzinger@renault.ch

www.media.renault.ch