



## STORY

### 40 JAHRE ESPACE: RENAULT BEHÄLT IKONISCHEN FAHRZEUGNAMEN BEI

**Von der Revolution zur Vision: Der Renault Espace wurde oft kopiert, aber nie erreicht. Kaum ein Name dürfte so eng mit einer Fahrzeuggattung verknüpft sein und solche Emotionen wecken. In den vergangenen 40 Jahren haben fünf Generationen erfolgreich auf eine sich verändernde Welt mit neuen Kundenerwartungen und gesellschaftlichen Normen reagiert. Jedes Modell zeichnete sich durch Geräumigkeit, Komfort sowie Handling aus und prägte das Strassenbild dennoch auf eigene Weise. Auch in Zukunft wird der Name „Espace“ nicht verschwinden. Sylvia dos Santos, Model Naming Strategy Manager bei Renault, erklärt, weshalb die Marke, das Modell und der Name Espace nach fast vier Jahrzehnten immer noch wie aus einem Guss zusammenpassen.**

Urdorf, den 25. Januar 2023 – 1983 präsentierte Renault das erste Auto, welches den späteren Claim „Autos zum Leben“ vorwegnahm. Der neue und ikonische Name „Espace“ ist in die Renault Geschichte eingegangen und prägt diese bis heute. Mit einem Renault Espace unterwegs zu sein, war schon immer ein einzigartiges Erlebnis, denn jede Generation hat auf eine sich verändernde Welt reagiert und lange Reisen zu einem Vergnügen gemacht. Vierzig Jahre später wird der Espace der sechsten Generation dem eigenständigen Konzept treu bleiben und Komfort, Grosszügigkeit sowie Topausstattung miteinander kombinieren.

*„Die Modellbezeichnung ‚Espace‘ ist in Frankreich und auf der ganzen Welt sehr bekannt. Sie ist inzwischen fast ein Gattungsbegriff“, sagt Sylvia dos Santos, Model Naming Strategy Manager bei Renault.*

#### **1983: ESPACE I, „DER WEG ZUR INNOVATION“**

1983 präsentiert Renault das erste Mehrzweckfahrzeug (MPV) und löst ein Beben auf dem europäischen Automobilmarkt aus. Renault kehrt damit auch der damaligen Strategie der alphanumerischen Namensgebung den Rücken, als das Unternehmen dieses UDO (Unidentified Driving Object) „Espace“ nennt. Sylvia dos Santos: *„Das Wort ‚Espace‘ ist aus semantischer Sicht sehr interessant, da es sich in einigen anderen Sprachen ähnlich anhört. Es wird daher von vielen Menschen leicht verstanden. Es klingt sanft und angenehm und lässt sofort an Komfort und Technologie an Bord denken.“*

Der französische Werbeslogan „Renault Espace, la route de l'innovation“ bezieht sich auf das einzigartige One-Box-Design des Modells - ähnlich dem des ersten französischen Hochgeschwindigkeitszuges TGV, der einige Jahre zuvor den Verkehr aufgenommen hatte. Der Marktstart für den unverwechselbaren Renault Espace der ersten Generation folgt schliesslich 1984.

Die Grossraumlimousine bietet ein hohes Mass an Modularität mit variablen und herausnehmbaren Sitzen. Die beiden Vordersitze lassen sich um 180 Grad drehen, während die fünf Rücksitze herausnehmbar sind, um die Ladekapazität zu erhöhen - eine Premiere für ein Fahrzeug dieser Art. Die grossen Fenster sorgen für einen lichtdurchfluteten Fahrgastraum, wodurch dieser noch geräumiger und komfortabler wirkt. Mit einem Fahrverhalten, das dem einer Limousine ähnelt, und mit den stärksten Motoren von Renault ausgestattet, positioniert sich der Espace als Familienauto der Spitzenklasse, das sich für lange Reisen eignet.

All diese innovativen Eigenschaften werden für die nächsten Generationen zum Markenzeichen. Sie sind entscheidend für den Erfolg des Modells und tragen dazu bei, dass der Name „Espace“ in der ganzen Welt bekannt wird.

#### **1991: ESPACE II, „DER BESTE PLATZ AUF DER ERDE IST DER WELTRAUM“**

Die zweite Generation des Espace ist eine reifere Version seines Vorgängers. Sie sorgt dafür, dass der Espace bald nicht mehr aus dem Strassenbild wegzudenken ist und schnell an Popularität gewinnt.

#### **RENAULT PRESSE**

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation  
karin.kirchner@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 48

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché  
marc.utzinger@renault.com / Tel.: +41 (0) 44 777 02 28

Die kantigen Formen weichen Rundungen, während die Aussenspiegel den Bereich oberhalb der Motorhaube verlängern, was dem Fahrzeug eine aerodynamische Optik verleiht. Auch der Innenraum zeigt sich neu gestaltet und bietet zusätzlichen Stauraum. Dazu kommt mit der „Quadra“-Version ein Espace mit Allradantrieb und einem 2,8-Liter-V6- Motor mit 153 PS Leistung als Topmodell der Marke.

Das Wort „Espace“ steht mehr denn je für Komfort und Ruhe. Dieses Merkmal steht auch Pate für den französischen Werbeslogan „Der beste Platz auf der Erde ist der Weltraum“, im französischen „Espace“ und Synonym für Stille.

### **1996: ESPACE III, „WAS WÄRE, WENN RAUM DER WAHRE LUXUS IST?“**

In der dritten Generation etabliert sich der Espace endgültig zum Inbegriff aller Grossraumlimousinen und dominiert weiterhin das Segment, das er einst begründete. Erstmals ist er als 5-Sitzer oder als 27 Zentimeter längere 7-Sitzer-Version namens „Grand Espace“ erhältlich.

Der Innenraum zeichnet sich durch geschwungene Formen aus, der Tachometer rückt in die zentrale Position der Armaturentafel und verwendet LCD-Technologie. Heizungs- und Klimamodule auf beiden Seiten des Fahrzeugs erhöhen zusätzlich den Komfort. Der französische Werbeslogan aus dem Jahr 1997 – „Was wäre, wenn der wahre Luxus Espace (Raum) wäre?“ - ist ein weiteres Wortspiel, das die Positionierung des Espace in der Oberklasse unterstreicht. Diesen Anspruch betont auch die Ausstattungsvariante „Initiale“ mit Interieurausführung in Leder und hochwertigen Materialien.

### **2002: ESPACE IV, DIE MODERNE VAN-INTERPRETATION**

Mit einer breiteren Spur, grösseren Abmessungen und klaren Linien ist auch die vierte Generation des Renault Espace führend unter den Grossraumlimousinen. Wie ihr Vorgänger ist sie als 5- oder 7-Sitzer „Grand Espace“ erhältlich. Auch der Name passt unverändert gut zu dem Familienfahrzeug, das geräumiger als seine Wettbewerber ist.

In der luxuriösesten Ausstattungsvariante „Initiale“ mit einem 2,16 Quadratmeter grossen Glasdach gleicht der Espace IV einem Wohnzimmer auf Rädern, in dem die Passagiere einen unvergleichlichen Komfort geniessen.

### **2015: DER ESPACE V, „MAKE YOUR TIME GREAT“**

Die auf dem Pariser Autosalon 2014 vorgestellte Generation demonstriert erneut, dass der Espace mit der Zeit geht. Der Werbeslogan „make your time great“ unterstreicht die Tugend des 7-sitzigen Crossovers, jedem Passagier viel Platz zu bieten. Mit Mittelkonsole im Stil eines Tablet-Computers, einem MULTI-SENSE-System und 4CONTROL-Vierradlenkung setzt der jüngste Espace starke technologische Akzente.

### **ESPACE VI, DAS NEUE GROSSE SUV-MODELL**

Die sechste Generation des Espace erfüllt den Anspruch an einen grossen Familien-SUV und wird als 5- sowie als 7-Sitzer erhältlich sein. Mit ihr beginnt ein neues Kapitel in der Geschichte des Espace, welches den Wandel der Marke Renault widerspiegelt. Wie seine Vorgänger bietet der neue Espace dabei Komfort, Innovation und eine Topausstattung. Das Interieur des Fahrzeugs trägt dabei alle Merkmale, die mit dem Namen „Espace“ verbunden sind. Die nächste Espace Generation empfiehlt sich wie die früheren Modelle mit dem unverwechselbaren Namen für lange Reisen.

Auch der neue Renault Espace ist eine Ausnahmeerscheinung unter den „Voitures à vivre“, der als 7-Sitzer Komfort, Geräumigkeit, Topausstattung und Handling wie kein anderes Familienfahrzeug bietet. Darüber hinaus steht er für Kontinuität und Langlebigkeit – vorausgesetzt, jede Generation zeigt sich aufgeschlossen für konsequente Veränderung, die den Kunden konkrete Vorteile bringt. Die Geschichte des Modells mit dem treffenden Namen ist noch nicht zu Ende geschrieben.

\* \* \*

#### **RENAULT PRESSE**

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation  
[karin.kirchner@renault.com](mailto:karin.kirchner@renault.com) / Tel.: +43 (0)1 680 10 103

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché  
[marc.utzinger@renault.com](mailto:marc.utzinger@renault.com) / Tel.: +41 (0) 44 777 02 28

## ÜBER RENAULT

Seit 1898 steht die Marke Renault für Mobilität und die Entwicklung innovativer Fahrzeuge. So gilt Renault als ein Pionier der Elektromobilität in Europa. Mit dem Strategieplan "Renaulution" richtet sich die Marke noch stärker in Richtung Technologie-, Energie- und Mobilitätsdienstleistungen aus.

Die Marke Renault ist seit 1927 in der Schweiz vertreten und wird durch die Renault Suisse SA importiert und vermarktet. Im Jahr 2022 wurden 11'185 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in der Schweiz immatrikuliert. Mit den 100 % elektrisch angetriebenen Modellen Twingo E-Tech Electric, Zoe E-Tech Electric, Megane E-Tech Electric, Kangoo Van E-Tech Electric und Master E-Tech Electric, und den Voll- und Plug-in-Hybrid-Fahrzeugen Arkana, Megane, Clio, Captur und Austral ist bereits fast jeder zweite Neuwagen von Renault elektrifiziert. Der neue Kompakt-SUV Austral und der neue Kangoo E-Tech Electric (PW) sowie der neue Trafic E-Tech Electric dürften die Position von Renault im E-Markt 2023 nochmals deutlich stärken. Das Händlernetz der Marke Renault zählt 188 Partner, die Autos und Dienstleistungen an 212 Standorten anbieten.

\* \* \*

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite:  
[www.media.renault.ch](http://www.media.renault.ch).

### RENAULT PRESSE

Karin Kirchner, Direktorin Kommunikation  
[karin.kirchner@renault.com](mailto:karin.kirchner@renault.com) / Tel.: +43 (0)1 680 10 103

Marc Utzinger, Kommunikationsattaché  
[marc.utzinger@renault.com](mailto:marc.utzinger@renault.com) / Tel.: +41 (0) 44 777 02 28