

# d-motion

*Das Magazin für DAIHATSU-Fahrer*

**MÜHE UND MUßE**  
LEIPZIGER ZWECKBAUTEN  
IM WANDEL

**SAND UND STERNE**  
MIT DEM TERIOS IN DER  
WÜSTE TUNESIENS

**DAIHATSU**  
AUF DER AMI  
IN LEIPZIG

## AUTO & Umwelt



# Sommerfrisches Zubehör



Anhänger-Zugvorrichtung\*  
mit festem Kugelkopf

Dachbox Thule  
„Ranger 90“  
Volumen 340 Liter  
zusammenfaltbar



Fahrradträger Thule  
„ProRide 591“  
für ein Fahrrad

Kühlbox Outdoor  
14 Liter, 12 Volt



Dachtraversen  
Satz 2-teilig  
abschließbar



Jetzt  
auch online:  
Zubehör auf  
[www.daihatsu.de](http://www.daihatsu.de)

Tempomat  
MagicSpeed MS 50



Dachbox Thule  
„Ocean 200“  
Volumen 450 Liter



Kühl-  
und Heizbox  
15 Liter, 12 Volt



*\* Anbauprüfung durch den technischen Dienst erforderlich.  
Änderungen vorbehalten.*

Fragen Sie Ihren **DAIHATSU**-Partner nach seinen sommerlichen Angeboten!



## EDITORIAL

## d-motion

Das Magazin für DAIHATSU-Fahrer

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



Nach fünf Jahren ist es bei einer Baureihe Zeit für einen Modellwechsel, für Neuerungen in Technik und Design. DAIHATSU setzt nicht nur mit seinen Fahrzeugen gestalterische Akzente. Auch unser Kundenmagazin hatte sich nach fünf Jahren eine Überarbeitung verdient. Das Ergebnis sehen Sie auf den folgenden Seiten. d-motion, so der neue Titel, bringt auf den Punkt, woran es beim Auto-

fahren trotz wirtschaftlicher Überlegungen nie fehlen sollte: an Emotion.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Blättern und Lesen!

Ihr

**GESCHÄFTSFÜHRER**  
DAIHATSU DEUTSCHLAND GMBH



## INHALT

## UNTERWEGS

- 4 Automobil Total**  
DAIHATSU auf der AMI Leipzig
- 8 Die Verwandlung**  
Leipziger Industriearchitektur
- 30 Sand und Sterne**  
Dune Adventure in Tunesien



In ihrer ganzen Vielfalt präsentierte sich die tunesische Wüste als Kulisse des DAIHATSU Dune Adventures 2008.

## FAHRZEUGE

- 14 Stärke im Kleinen**  
30 Jahre DAIHATSU Deutschland
- 30 Saubere Leistung**  
Umweltschutz groß geschrieben

## AKTUELLES

- 17 Telegramm**  
Nachrichten
- 35 Pressespiegel**  
DAIHATSU in den Medien

## KULTUR

- 22 Blühende Insel**  
Japanische Frühlingsfeste

## SERVICES

- 25 Nahe am Kunden**  
Digitaler Wartungsnachweis
- 26 Grenzenlos mobil**  
Eine Aktion von DAIHATSU

## PARTNER

- 28 Mit Herzblut**  
Autohaus Guhde in Groß Kienitz



In ihren Festen zum Frühlingsbeginn feiern Japaner mehr als nur die Kirschblüte.



Die Leipziger Messe Auto Mobil International (AMI) erwartet etwa 450 Aussteller aus 20 Ländern, darunter 40 Pkw-Marken mit rund 60 Modellpremierer. Die Messeleitung rechnet mit über 290.000 Besuchern, denen unter dem Motto „Sehen. Staunen. Testen“ zahlreiche Möglichkeiten zum Mitmachen und Ausprobieren zur Verfügung stehen. Technik-Fans dürfen sich auf das Neueste zum Thema alternative Antriebstechniken freuen. Premiere feiert am 31. März 2009 ein internationaler Kongress, der mit der Leitfrage „Antriebe. Mobilität. Innovationen – Was treibt uns morgen an?“ einen Blick in die technologische und ökologische Zukunft der Automobilbranche wagt.



# Automobil total

TEXT: JÖRG SCHWIEDER

**LEGENDE**

- Messehaus
- Konferenzräume: -1 Ebene, 0 Ebene
- Pressezentrum
- Eingänge, nicht ständig geöffnet
- Messe-Shop
- International Business Lounge
- Gastronomie, Café
- EC-Automat
- Sanitätsstelle
- Polizei
- Zoll, Spedition
- Hubschrauberlandeplatz
- Parkplätze
- Einfahrten Messegelände
- Einfahrten Parkplätze
- Taxihalteplatz
- Haltestelle Linie 16
- Straßenbahn, Bus
- MaxicoM (Euro-Asia Business Center)
- Hotel

Hier finden Sie den Stand von DAIHATSU!



Ob harte Fakten zu aktuellen Modellen oder Glamour vergangener Tage – die AMI vereint Information und Entertainment.



+++ MESSETELEGRAMM +++ MESSETELEGRAMM +++ MESSETELEGRAMM +++ MESSETELEGRAMM +++

## Sehen. Staunen. Testen.

Die AMI 2009 ist eine Reise wert – nicht nur wegen der vielen neuen Fahrzeuge, sondern auch wegen eines spektakulären Rahmenprogramms. Hier die Höhepunkte in komprimierter Form:

### PROBEFAHREN UND SPRITSPAREN

Einzigtartiges Probefahrt-Angebot: Rund 250 Testfahrzeuge von über 20 Marken stehen zur Verfügung. Inklusive AMI-Spritsparstunde. DAIHATSU ist mit dem Cuore und dem Sirion vertreten.

### FILMSTARS IN DER GLASHALLE

Die automobile Sonderschau in der Glashalle des Messegeländes stellt „Filmstars“ in den Mittelpunkt. Die AMI versammelt 25 außergewöhnliche Fahrzeuge aus den letzten acht Jahrzehnten, die in deutschen und internationalen Filmen für Emotionen sorgten. „Wir streben natürlich an, viele Schauspieler aus diesen Filmen für einen Besuch der AMI zu gewinnen“, so Organisatorin Maren Hein. Wer letztlich kommt, ist eine Überraschung.

### FORUM AUTOBUCH

Gemeinsam mit Autobuchverlagen stellt die AMI im Forum Autobuch das Thema Auto-Literatur in den Mittelpunkt. Hier findet der Besucher zahlreiche Bücher vom Hochglanzbildband über Motorsport-Titel bis zur Reparaturanleitung zum Schmökern und Kaufen.

### LADIESCORNER

Die AMI rollt auch 2009 den Frauen einen roten Teppich aus: Speziell für die weiblichen Besucher gibt es wieder die LadiesCorner. Eine gemütliche Atmosphäre, praktische Informationen rund ums Auto, Möglichkeiten zum interaktiven Mitmachen, spannende Gewinnspiele, eine Kinderecke und Sofas für eine entspannte Kaffeepause warten auf die Besucherinnen. Kinder im Gepäck? An den Messeeingängen stehen kostenlose Kinderwagen für „Probefahrten“ über die Messe zum Ausleihen bereit.



### ZEITREISE DURCH DEN MOTORSPORT

In der Sonderausstellung „Motorsport in Deutschland 1949 – 2009“ präsentiert der ADMV Motorsporttechnik aus sechs Jahrzehnten. Der Besucher bekommt historische Rennwagen, Motorräder, Rallyeautos, Auto-Cross-Wagen, Beiwagenmotorräder und sogar Rennboote zu sehen. Im Ausstellungsteil „Der ADMV heute“ wird aktueller Motorsport geboten. [www.admv.de](http://www.admv.de)

### OFFROAD-PISTE ZUM TESTEN

Im Freigelände erwartet den AMI-Besucher ein spannender Mitfahr-Parcours mit spektakulären Elementen wie Steil- und Schrägfahrten für klassische Geländewagen und SUVs (Sport Utility Vehicles). Zahlreiche Marken stellen ihre aktuellen Fahrzeuge für diesen Praxistest zur Verfügung.

### VERKEHRSSICHERHEIT LIVE

In einem speziellen Aktionszentrum in Halle 3 können die Besucher das Thema Verkehrssicherheit am Beispiel von Extremsituationen hautnah erleben. Verschiedene Simulatoren (z.B. Überschlagsimulator, Reaktionstester, Rauschsimulationsbrille, Computerspiele, Gurtschlitten), moderne Polizeitechnik, Rettungsfahrzeuge und Hub-schrauber laden zum Gucken, Mitmachen und Staunen ein.

# Interview mit Matthias Heinz

Geschäftsführer  
der DAIHATSU  
Deutschland GmbH



„In Zukunft wird der Autokauf mehr und mehr zu einer rationalen Entscheidung – für DAIHATSU keine schlechte Ausgangsposition.“

- **Herr Heinz, Geld sparen und die Umwelt schonen sind zwei wichtige Trends im Automobilgeschäft. Ist das, trotz der aktuellen Wirtschaftslage, vielleicht sogar ein gutes Vorzeichen für DAIHATSU im Jahr 2009?**

*Es ist zumindest eine Chance. Mit unserer Modellpalette günstiger, verbrauchsarmer und qualitativ hochwertiger Fahrzeuge liegen wir im Trend. Natürlich werden uns die Kunden in der momentanen Finanz- und Wirtschaftskrise nicht einfach zulaufen, aber wir haben im Vergleich zum Wettbewerb auf jeden Fall die besseren Argumente.*

- **Was wird Ihr Themenschwerpunkt zur AMI 2009 in Leipzig?**

*Wir stellen kein spezielles Modell in den Mittelpunkt, sondern werden mit unserer gesamten Palette vor Ort sein. Jedes unserer Fahrzeuge verfügt schließlich über die heute von den Autofahrern nachgefragten Eigenschaften: Sparsamkeit, Umweltfreundlichkeit und geringe Unterhaltskosten. Dieses Paket werden wir dem unserer Marke traditionell sehr zugeneigten Publikum in Leipzig wieder eindrucksvoll präsentieren.*

- **Werfen wir einen Blick in die Zukunft: Wie definieren Sie die Rolle von DAIHATSU?**

*Unsere Rolle verändert sich gar nicht so sehr, sie erhält durch den Wandel der Mobilitätsbedürfnisse nur mehr Bedeutung: DAIHATSU sichert individuelle Mobilität, ohne das Fahrzeug zum Selbstzweck werden zu lassen. Uns geht es darum, Autofahrer sicher, günstig und unter möglichst geringer Umweltbelastung an ihr Ziel kommen zu lassen. Dabei sind wir einem gewissen, vernünftigen Maß an Fahrspaß sicher nicht abgeneigt.*

- **An welche alternativen Antriebsformen denkt der Konzern?**

*Als Teil des Toyota-Konzerns profitiert die Marke DAIHATSU automatisch von allen fortschrittlichen Technologien, die der größte Automobilhersteller der Welt zur Verfügung stellt. Zurzeit sehen wir unsere Aufgabe darin, das Potenzial der Verbrennungsmotoren zu verbessern. Hier können wir noch viel erreichen. Der nächste Schritt werden sicher Start-Stopp-Systeme sein, mit denen sich bei verhältnismäßig geringem Aufwand schon einiges an Sprit einsparen lässt. Hybrid-Systeme sind noch relativ teuer und eher etwas für Fahrzeugsegmente wie*

*die Mittelklasse oder größere SUVs, in denen DAIHATSU nicht präsent ist. Es ist aber sicher nur eine Frage der Zeit, bis auch diese Technologie bei DAIHATSU Einzug halten wird.*

- **Die Kunden erwarten derzeit besondere Angebote und Services, bevor sie sich zum Kauf entscheiden. Womit umwirbt DAIHATSU seine Kunden in diesem Jahr?**

*Besondere Angebote und einen guten Service gibt es bei DAIHATSU schon immer. Das sind unsere Kunden gewohnt und daher müssen wir eine solche Selbstverständlichkeit im Gegensatz zu manchen Wettbewerbern auch nicht besonders darstellen. Wir bieten ein hervorragendes Preis-Wert-Verhältnis, und unsere Fahrzeuge sind wirklich „Made in Japan“, bieten also Qualität auf höchstem Niveau. Das bestätigen auch immer wieder unabhängige Untersuchungen wie die des ADAC. Ein DAIHATSU, ganz gleich welcher Baureihe, ist stets ein „Mängelzweig“.*

- **Die Entscheidung für eine Automarke ist auch immer eine Entscheidung für ein bestimmtes Image. Welchen Typ Autofahrer spricht DAIHATSU an?**

*Der Käufer eines DAIHATSU geht entweder sehr rational an den Kauf eines Automobils, indem er das Preis-Leistungs-Verhältnis und die Unterhaltskosten in seine Entscheidung mit einbezieht und dabei fast zwangsläufig bei DAIHATSU landet. Oder er ist ein emotionaler Typ, der sich für Fahrzeuge wie den Copen begeistert und die hohe Qualität bzw. die geringen Costs-of-Ownership gerne zusätzlich mitnimmt. Ich denke aber, dass angesichts von Wirtschaftskrise, sicher wieder steigenden Treibstoffkosten und Umweltproblemen der Autokauf in Zukunft mehr und mehr zu einer rationalen Entscheidung wird. Für DAIHATSU ist dies sicher keine schlechte Ausgangsposition.*

- **DAIHATSU hat im vergangenen Jahr die Aktion „Grenzenlos mobil“ ins Leben gerufen. Worum geht es dabei?**

*Es handelt sich um eine Sonderaktion für Menschen mit Bewegungseinschränkung. Gerade für diesen Personenkreis hat Mobilität mit dem eigenen Fahrzeug eine immense Bedeutung. Daher gewähren wir diesen Kunden beim Kauf eines neuen Fahrzeugs unserer Marke einen Nachlass von 17 Prozent auf den Listenpreis.*

**Herzlichen Dank für das Gespräch! ▶**

# Gut ankommen...

... ist heute nahezu selbstverständlich –  
dabei aber einen bleibenden Eindruck zu  
hinterlassen eher außergewöhnlich.

Der DAIHATSU Trevis ist keiner wie jeder andere. Das war er nie – und das wird er auch niemals sein. Lassen Sie sich von ihm verführen, kommen Sie zu unserem Stand, finden Sie den Trevis, setzen Sie sich rein. Staunen Sie. Über so viel Platz, tolle Ausstattungsdetails. Und so viel Persönlichkeit. Aber nicht zu lange. Wir sind schließlich nicht ewig da.

Zum krönenden Abschluss eines erfüllten Trevis-Lebens in Deutschland hat sich der kleine Stadtfliker mit den großen Augen nochmal richtig hübsch für Sie gemacht: Das Sondermodell Trevis „Limited“ wartet auf Ihren Beifall. Es bietet: optische Anreize (natürlich!) wie die sehr sportlichen 16“ Aluräder mit 195/40 R16 Breitreifen (cool!), eine Tieferlegung (chic!) und einen besonders sportlichen Karoseriesatz (flott!).

Nicht nur beim Design, sondern auch in Sachen Komfort und Funktionalität hat der Trevis Limited viele Talente: Neben Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung, Klimaanlage und elektrischen Fensterhebern rundum bietet sein Kofferraumvolumen mit bis zu 420 Litern (umgeklappt) genügend Stauraum für einen spontanen Shopping-Rausch. ▶

Treten Sie näher, kommen Sie rein.

Aber trauen Sie niemandem, außer Ihrem Geschmack!

AMI, Halle 3, bei DAIHATSU. Los jetzt!



## Die Trevis Limited Ausstattung

- 16“ Leichtmetallräder
- Tieferlegungssatz
- Klimaanlage
- MOMO Lederlenkrad
- Elektrische Fensterheber rundum
- Charme ohne Ende

### technische daten

**MOTOR:** 1,0-I-DVVT-Motor, DOHC 12 Ventile

**ZYLINDER:** 3

**HUBRAUM:** 989 cm<sup>3</sup>

**GETRIEBE:** 5-Gang-Schaltgetriebe

**MAXIMALE LEISTUNG<sup>2)</sup>:** 43 kW (58 PS) bei 6.000 U/min

**MAXIMALES DREHMOMENT<sup>2)</sup>:** 91 Nm bei 4.000 U/min

**CO<sub>2</sub>-EMISSION** (kombiniert): 114 g/km

**KRAFTSTOFFVERBRAUCH** (kombiniert<sup>3)</sup>): 4,8 l/100 km

**KRAFTSTOFFART:** Normalbenzin

**PREIS:** ab 13.499 Euro<sup>1)</sup>

1) Unverbindliche Preisempfehlung der DAIHATSU Deutschland GmbH ab Auslieferungslager inkl. MwSt., zzgl. Überführung.  
2) Alle Werte wurden gemäß vorgeschriebenen Messverfahren nach RL 80/1268/EWG in der gegenwärtig geltenden Fassung ermittelt.  
3) Kraftstoffverbrauch l/100 km Normalbenzin: innerorts 6,0; außerorts 4,1; kombiniert 4,8.  
Druckfehler, Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Januar 2009.



# Die Verwandlung

TEXT: KERSTIN HADRATH FOTOS: MICHAEL EHRRITZ

*Noch immer behauptet sich Leipzig als wirtschaftliches Zentrum Sachsens. Doch die Zeiten der großen Industrie- und Handelsbauten sind vorbei. Sie im Dickicht der gängigen Sehenswürdigkeiten aufzuspüren, lohnt trotzdem, denn ihr Flair hat neue Nutzer angezogen.*



Rundum wandlungsfähig.  
Der 1910 errichtete  
Gasspeicher beherbergt  
heute das weltgrößte  
360°-Panoramagemälde.



**W**oran denken Sie beim Stichwort Leipzig? Je nach persönlichen Interessen vermutlich an Bücher oder Autos, an Musik von Bach und den Thomanerchor, als Krimifan vielleicht an den vom MDR produzierten Tatort. Johann Wolfgang von Goethe fühlte sich von Leipzig an französische Kultur erinnert und prägte in seiner Tragödie Faust I für die Stadt den ➡



**Der Hallenser Künstler Moritz Götze gestaltete einen der drei Lichthöfe in Speck's Hof.**



Kosenamen Klein-Paris. Goethe, Faust und Leipzig, diese Gedankenkette bliebe unvollständig, käme nicht noch das berühmte Restaurant Auerbachs Keller hinzu. Die Historie der größten sächsischen Stadt speist sich jedoch nicht nur aus Fassritt, Knabenchor und Völkerschlacht. In Leipzig rauchten auch immer die Schloten, strömten emsige Arbeitsbienen in riesige Fabrikareale, schleppten Händler ihre Waren durch die Gassen. Abseits der gängigen Touristenziele warten neu belebte Industriedenkmäler darauf, entdeckt zu werden. Und es mutet als gutes Omen an, dass der Faust-Dichter und Universalgelehrte den Weg zu ihnen weist.



**Kultur und Party satt gibt es in der Moritzbastei.**

Das Goethe-Denkmal empfiehlt sich als Ausgangspunkt der spannenden Erkundungstour durch Leipzigs Industriegeschichte, die bei Cotton, Kommerz und Kapital beginnt und ankommt bei Kunst und Kultur. Auf dem Naschmarkt posiert der Dichter in Bronze und lenkt den Blick auf die Alte Börse in seinem Rücken. Im 17. Jahrhundert gehörte es unter Kaufleuten zum guten Ton, den Abschluss großer Geschäfte auf neutralem Boden zu besiegeln. Dem eigenen Repräsentationsbedürf-

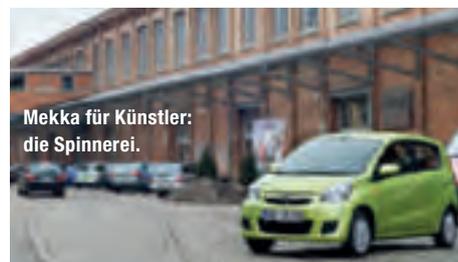
nis nachkommend gaben 30 Großkaufleute 1678 den Bau von Leipzigs ältestem Versammlungsgebäude der Kaufmannschaft in Auftrag. Im Erdgeschoss des Barockbaus mieteten sich Kaufleute ein, im zweiten Stock wurden Börsenversammlungen und Auktionen abgehalten. Zwei Jahrhunderte später verlangte das wachsende Messeaufkommen der Stadt nach größeren Räumen. Mit der Errichtung der Neuen Börse am Hallischen Tor 1887 verlor die nun Alte Börse ihre Funktion. Im zweiten Weltkrieg völlig ausgebrannt und ab 1955 wiederaufgebaut dient der einstige Börsensaal heute nicht mehr dem Handel, sondern der Kultur.

**LICHTER KONSUM**

Ende des 19. Jahrhunderts wandelten sich die Schauen von Waren- zu Messermessen. Wurden früher die Produkte nach Leipzig transportiert und auf den Messen verkauft, führten die Geschäftsleute später nur noch Warenmuster vor. Da es damals wie heute auf eine möglichst effektvolle Präsentation ankam, entstanden Ende des 19. Jahrhun-



**Nicht mehr nur Kino: das UT Connewitz.**



**Mekka für Künstler: die Spinnerei.**

derts zahlreiche Messehäuser. Mit 10.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche galt Speck's Hof, 1909 als Handelshaus eröffnet, als größtes Messehaus seiner Zeit. Als Prototyp für andere Messehäuser diente das Eckgebäude an der Nikolaistraße aber vor allem wegen des hier erstmals konsequent umgesetzten Zwangsrundgangs für die Besucher. Von Zwang kann heute beim Schlendern durch Speck's Hof keine Rede mehr sein. Dem Konsumwilligen offerieren zwei Dutzend edle Geschäfte ihre Waren. Doch etwas fürs Auge bieten nicht nur die Auslagen und Schaufenster, sondern auch die 1995 mit Arbeiten regionaler Künstler neu gestalteten Lichthöfe.

Vom Verkauf zur Produktion führt der Weg in den Stadtteil Plagwitz, wo sich auf rund 90 Hektar zahlreiche Industriebauten der Gründerzeit und frühen Moderne aneinanderreihen. Von 1884 bis 1907



entstand zwischen der heutigen Spinnereistraße und der Alten Salzstraße die damals größte Baumwollspinnerei Kontinentaleuropas. Im Laufe der Zeit wuchs das sechs Hektar große, nach außen hin abgeschlossene Fabrikgelände auf vier Spinnereien und 20 Funktionsgebäude an, fast alle in massiver Backsteinbauweise errichtet. Nach dem Aus der Baumwollgarnproduktion im Jahr 1992 wandelte sich das Spinnereigelände vom Industrie- zum Kunstzentrum. Künstler wie Neo Rauch, prägend für die Neue Leipziger Schule, belebten die 20 noch erhaltenen Gebäude mit schöpferischem Geist. Über 100 Kreative arbeiten heute auf dem Areal. Ab 2005 begannen sich auch die Leipziger Galeristen für die neu entstandene Künstler-Heimstatt zu interessieren. Ihnen folgten Kollegen aus New York und Mexiko City. Wie sich ein weitläufiger historischer Zweckbau ➔

# Kunst im Backstein

In zwanzig Backstein-  
gebäuden der ehemaligen  
Spinnerei präsentiert die  
Leipziger Kunstszene sich  
und ihre Werke.

# Vom Gas zum See

Die einstigen  
Buntgarnwerke sind  
heute Adresse für  
exklusive Wohnungen.



➔ und zeitgenössischer kreativer Geist verbinden, können Kunstinteressierte während des Festwochenendes anlässlich des 125. Geburtstags der Baumwollspinnerei am 20. und 21. Juni 2009 erleben. Produzierte die Spinnerei dank eigener Dampfmaschinen unabhängig von öffentlicher Energieversorgung, waren vor allem Messehäuser, Hotels und Gaststuben auf die Versorgung mit Gas angewiesen. 1838

ging das erste Leipziger Gaswerk in Betrieb, dem knapp 50 Jahre später ein zweites, leistungsfähigeres Werk an der heutigen Richard-Lehmann-Straße folgte. Gasspeicher, sogenannte Gasometer, dienten der Zwischenlagerung des Gases, da die im Werk erzeugte Menge dem schwankenden Bedarf nicht zeitnah angepasst werden konnte. Ursprünglich bezeichnete das Wort Gasometer nicht den Gasbehälter, sondern die Messuhr an dessen Außenwand. Das Instrument wirkt auf den heutigen Betrachter überdimensioniert. Die riesige Anzeige diente der Kontrolle von Druck und Füllstand auch über weitere Entfernungen innerhalb des großflächigen Gaswerks.



**AMAZONIEN IM GASWERK**

1929 legte die Stadt Leipzig das alte Gaswerk still und baute das Gaswerk II zum Zentralwerk aus. 1977 war nach dem vollständigen Anschluss Leipzigs an die Fernwärmeversorgung auch dessen Ende gekommen. Seit 2003 nutzt der Panorama-Künstler Yadegar Asisi einen der drei runden Gasometer für seine 360°-Gemälde und begleitende Themenausstellungen. Aus dem Gasspeicher wurde das Panorama, eine Wortschöpfung aus Gasometer und Panorama. Anlässlich des 150. Todestages Alexander von Humboldts widmet Asisi dem deutschen Forschungsreisenden und Naturwissenschaftler sein neues Panorama zum Ökosystem Regenwald.

Vom Braunkohletagebau zum Naherholungsgebiet: der Cospudener See bei Markkleeberg.



Der energiepolitische Wandel vom Stadtgas zur Fernwärme führt gen Süden vor die Tore Leipzigs. Ab den 1970er Jahren prägten Tagebaue, Brikettfabriken, Kraftwerke und Schwelereien diese Region. Die Natur hatte sich dem Kohleabbau unterzuordnen. Wiesen, Wälder und zahlreiche Dörfer verschwanden, weggefressen von Förderbrücken, die über drei Milliarden Tonnen Braunkohle aus dem Erdreich gruben. Die meisten Tagebaue wurden 1990 stillgelegt und hinterließen eine unwirkliche Ödnis. Riesige Löcher markierten die einstigen Abbaugelände. Eines verschwand ab Mitte der 90er in den Fluten und stieg im Jahr 2000 als Cospudener See wie Phönix aus der Asche. Schon kurz nach der Stilllegung des Fördergebiets begannen die Planungen zum Projekt Neuseenland, der Renaturierung und Rekultivierung des Leipziger Südraums. 17 Seen sollen der Landschaft ihre Attraktivität zurückgeben. Elf sind bereits vollständig geflutet, der letzte wird 2060 nutzbar sein.

**COSTA COSPUDA**

Der Cospudener See, der ab 1993 mit Grundwasser anderer Tagebaue gefüllt wurde, trägt seinen Namen zur Erinnerung an den kleinen Ort Cospuden, der dem Kohleabbau zum Opfer fiel. Mit einer Größe von viereinhalb Quadratkilometern, einem elf Kilometer langen asphaltierten Uferweg und sehr guter Wasserqualität lockt der See im Westen des Dorfes Markkleeberg Sportler und Erholungssuchende gleichermaßen an. In einigen Jahren werden die Ausflugsdampfer MS Cospuden und MS Neuseenland nicht mehr nur auf dem See ihre Runden drehen. Mit Kanälen zwischen den einzelnen Tagebauseen und deren Anschluss an die Flüsse Elster und Pleiße entsteht ein maritimes Kleinod, das sich von der Leipziger Innenstadt bis zur von Menschenhand geschaffenen Seenplatte erstreckt. Das weitverzweigte Wasserwegnetz ist noch Zukunftsmusik. Doch der Cospudener See mit künstlicher Dünenformation und Sachsens längstem Sandstrand spielt heute schon das Intro. An der Costa Cospuda, wie Einheimische den See liebevoll nennen, hätte auch Italien-Fan Goethe seine Freude gehabt. ▮

**Tipps & Infos**

**KUNST** 14 Galerien und unzählige Künstlerwerkstätten beleben die ehemalige Baumwollspinnerei mit kreativem Geist. Das Areal steht für jedermann zur Besichtigung offen. Einen Einblick in die Geschichte des einstigen Fabrikgeländes und seine heutige Nutzung geben Führungen vor Ort.  
► [www.spinnerei.de](http://www.spinnerei.de)

**KULTUR I** Die bis 1990 als Studentenclub genutzte Moritzbastei gilt heute als Leipzigs größtes kulturelles Zentrum. Lesungen, Konzerte, Film und Theater – jeder kulturell Aufgeschlossene wird in der MB fündig. Party-Enthusiasten kommen natürlich auch immer noch auf ihre Kosten.  
► [www.moritzbastei.de](http://www.moritzbastei.de)

**KULTUR II** Das alte Connewitzer Kino, eines der ältesten deutschen Lichtspielhäuser, beeindruckt mit seinem originalen Flair aus der Zeit um 1912. Mit modernem Film, zeitgenössischer Musik und Kunst gelingt dem Förderverein UT Connewitz der Spagat zwischen Gestern und Heute.  
► [www.utconnewitz.de](http://www.utconnewitz.de)

**WISSEN** Ein Ausflug in den Regenwald gefällig? Das 360°-Panorama Amazonien von Künstler Yadegar Asisi im ehemaligen Gasometer II entführt den Betrachter ab 28. März 2009 mitten in die Tropen. Eine Begleitausstellung informiert unterhaltsam über Flora und Fauna des Ökosystems.  
► [www.panometer.de](http://www.panometer.de)

**SPORT** Zurück zur Natur: der Cospudener See steht exemplarisch für die Renaturierung des Kohletagebaugeländes im Leipziger Süden. Auf dem Wasser tummeln sich Segler und Surfer, Radler rollen über den asphaltierten Rundweg, Erholungssuchende entspannen auf den Terrassen oder in der Sauna im See.  
► [www.leipzigseen.de](http://www.leipzigseen.de)

*Vor 30 Jahren schlug DAIHATSU mit alltagstauglichen Kompaktwagen die Brücke vom Heimatland Japan nach Deutschland. Die praktischen Kleinen liegen der Marke noch immer am Herzen. Doch bei Technik und Design hat sich viel getan.*



*Mit der Charade startete DAIHATSU 1979 offiziell auf dem deutschen Markt.*

# Stärke im Kleinen

*Der kleine Feroza erfreute von 1989 bis 1998 die deutsche Offroad-Gemeinde.*

*Mit der Baureihe G11 wuchs die Charade zugunsten des Innenraums.*





Die Kunden konnten bei der Baureihe G10 zwischen Fünftürer und Coupé wählen.



Die ab dem Jahr 1982 erhältliche Limousine Charmant basierte auf Toyota-Technik.



Die Urversion des Cuore gab es ab 1980. Sie trug die interne Bezeichnung L55.

TEXT: KERSTIN HADRATH

Drei Jahrzehnte lassen viel Zeit für Veränderungen, für Neuausrichtung, Modernisierung, kurz fürs Erwachsenwerden. Vom unterschätzten Nischenanbieter biederer japanischer Vernunftfahrzeuge zur emanzipierten Marke mit frech designten und trotzdem alltagstauglichen Modellen – größer könnte der Kontrast zwischen damals und heute kaum ausfallen. Offiziell beginnt die deutsche Geschichte des bis dahin in Europa noch ziemlich unbekanntes japanischen Autobauers DAIHATSU vor 30 Jahren mit dem Modell Charade, einem Fünftürer im Golf-Format. Ernst Günther Roffhack, Inhaber der Krefelder Firma Walter Hagen & Co., unterzeichnet 1979 einen Generalimporteursvertrag für DAIHATSU-Pkw und schlägt damit das erste Kapitel der Marke in Deutschland auf. Den Prolog schrieb schon zwei Jahre zuvor das Münchner Unternehmen Inthelco, das ab 1977 den Import des Geländewagens Taft nach Deutschland übernahm und ihn hierzulande unter dem Namen Wildcat verkaufte. Die Wildkatze streunt noch bis 1988 durchs Revier, dann wird der in Japan mittlerweile Rocky genannte Geländewagen auch in Deutschland unter diesem Namen vermarktet. Rocky, der Aufsteiger – so der damalige

Slogan – erklimmt Steigungen bis 38,25 Grad und macht damit seinem Beinamen alle Ehre. 1989 interpretiert der Feroza das Thema Geländewagen mit einem Schuss Lifestyle neu und erfreut als echtes Freizeitmobil, wahlweise mit Hardtop oder Stoffverdeck, nicht mehr nur die eingefleischte Offroad-Kundschaft. Sein Glamour-Potenzial stellt der Feroza sogar im Fernsehen vor einem Millionenpublikum unter Beweis. In der damals sehr beliebten Sonntagsshow „Traumhochzeit“ spielen heiratswillige Paare um die Ausstattung ihrer Hochzeitsfeier und um einen automobilen Hauptpreis – den Feroza, Sondermodell „Traumhochzeit“. Der harte Kerl im aktuellen DAIHATSU-Modellprogramm betritt 1997 die Bühne. Mit dem Terios, einem viertürigen SUV mit den Maßen eines Kompaktwagens, positioniert sich DAIHATSU im Offroad-Segment völlig neu. Niedriger Verbrauch und niedriger Preis sorgen für den Erfolg des Terios, der ab 2006 in der zweiten Generation vorfährt.

#### HERZLICHER DAUERLÄUFER

Doch zurück zur Charade, die als zweitüriges Coupé mit runden Seitenfenstern in der Dachsäule markante optische Akzente setzt und als Fünftürer mit bequemem Einstieg im Fond als vollwertiges ➔



Bei seiner Markteinführung galt der Cuore als der modernste Mini auf Deutschlands Straßen.



Ob mit Hardtop oder Stoffverdeck – der Feroza bewies sich als echter Allradler.



Die fünfte Generation des Cuore fuhr ab 1999 mit dem Motor des Sirion vor.



Der YRV überraschte ab 2001 mit einer nach oben versetzten Rückbank.

# 30

## WEITERE MEILENSTEINE

- 1989** Gründung der DAIHATSU Deutschland GmbH
- 1991** Einführung der 3-Jahres-Garantie, Zulassungsrekord mit 21.280 Fahrzeugen
- 1998** Toyota übernimmt die Aktienmehrheit und wird Konzernmutter
- 2004** das Kundenmagazin *DAIHATSU Life* erscheint zum ersten Mal
- 2005** DAIHATSU bietet Finanzdienstleistungen und Leasing unter eigenem Namen an
- 2006** Eröffnung eines Schulungszentrums für Händlerpartner
- 2007** Zusammenarbeit mit der Toyota Kreditbank im Bereich Finanzservice
- 2008** Einführung des elektronischen Wartungsnachweises



Auto auftritt. Technisch spielt die Charade in einer eigenen Liga, denn die japanischen Ingenieure verbauen einen viertaktenden Dreizylinder-Motor mit einem Liter Hubraum und 50 PS. Handfeste Vorteile gegenüber dem sonst üblichen Vierzylinder rechtfertigen die Entscheidung: In punkto Leistungsausbeute und Wirtschaftlichkeit hat der Dreizylinder die Nase vorn. Und auch die geringere Größe und das reduzierte Gewicht kommen der Idee des Kompaktwagen durchaus entgegen. Im Laufe der vier Baureihen, die die Charade bis 1997 erlebt, gelangen dann aber doch Vierzylinder sowie Diesel- und Turbomotoren ins Programm. 1997 beerbt der Sirion die auch in Deutschland beliebte Charade. Seit 2005 beweist die zweite Generation des Sirion ihre Qualitäten im Kompaktwagensegment. Der DAIHATSU-Dauerbrenner schlechthin stellt sich seit 1980 der Käufergunst. Bei seiner Markteinführung gilt der Cuore (ital. für Herz) als der modernste Mini auf Deutschlands Straßen – angesichts der in die Jahre gekommenen Konkurrenz von Ente, Austin Mini, Renault 24 und Fiat 126 nicht völlig überraschend. Das Herzchen erobert die deutschen Autofahrer im Sturm und sichert sich 2005 in der Kundenzufriedenheitsstudie von „Auto Motor Sport“ und „Auto Straßenverkehr“ Platz 1 in der Kategorie Minis. Seit seinem Debüt auf dem deutschen Markt erhält der Cuore im Schnitt alle fünf Jahre eine Runderneuerung. Seit 2007 beglückt

die mittlerweile siebente Generation die deutschen Kunden, die bis dahin 150.000 Cuore kauften. Tendenz weiter steigend.

## IMMER WIEDER ÜBERRASCHEND

Deutschland reifte in den letzten 30 Jahren für DAIHATSU zu einem der wichtigsten Märkte. Im Kompaktwagensegment ist der japanische Hersteller dank praktischer, sparsamer und preisgünstiger Modelle eine feste Größe. Der Erfolg im Kerngeschäft hält die Marke jedoch nicht davon ab, sich auch abseits von Cuore und Sirion mit Design-Konzepten zu beweisen. Der 2007 vorgestellte Materia zieht mit seinem extravaganen Design viele Blicke auf sich. Er verbindet das Raumgefühl eines Vans mit den handlichen Maßen der Kompaktklasse. Kompakte Fahrzeuge finden angesichts zunehmender Verkehrsdichte und damit einhergehender Umweltbelastung sowie steigender Unterhaltskosten auch in Deutschland immer mehr Befürworter. Grund genug für DAIHATSU, die Stärken der großen Kleinen auch im Retro-Flitzer Trevis und im Bonsai-Roadster Copen auszuspielen.

Die japanische Marke tritt heute reifer, europäischer auf. Sie perfektioniert weiterhin das Mobilitätskonzept Kompaktwagen und überrascht wie nebenbei mit ungewöhnlichen Designideen. DAIHATSU startet nach 30 Jahren auf dem deutschen Markt als erwachsene Marke in das Jubiläumsjahr. Erwachsen, aber mit unvermindert kindlichem Vergnügen. ▀



## Mit frischem **styling** ins Frühjahr

Erste wärmende Sonnenstrahlen, frisches Grün und Vogelgezwitscher entfachen die Lust auf ein neues Outfit. Ob fröhliche Farbe, trendiger Used-Look oder klassisches Polo – im DAIHATSU D-Shirt Shop unter [www.daihatsu.de](http://www.daihatsu.de) findet sich für jeden Geschmack und jedes Wetter ein passendes Stück Style.



Trainingsjacke  
Lady, rot

Copen  
Top Lady,  
hellblau

Poloshirt Men,  
khaki



## Umwelt schützen und sparen

Die Ende Januar eingeführte staatliche Umweltprämie macht die Entscheidung zum Kauf eines neuen DAIHATSU ab sofort noch leichter. Der sparsame Kleinwagen Cuore 1.0 mit einem Listenpreis von 10.490 Euro ist nach Abzug der staatlichen Förderung schon für 7.990 Euro erhältlich. Die Prämie in Höhe von 2.500 Euro können alle Neuwagenkäufer in Anspruch nehmen, die ihr mindestens neun Jahre altes Gebrauchtfahrzeug verschrotten lassen. Das Fahrzeug muss zuvor mindestens ein Jahr lang auf den Käufer zugelassen gewesen sein. Günstige Unterhaltskosten und niedrige Verbrauchswerte sorgen dafür, dass der Geldbeutel auch nach dem Autokauf nicht übermäßig belastet wird. Denn der Cuore gehört laut der aktuellen Umweltliste des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) zu den sparsamsten und umweltverträglichsten Fahrzeugen auf dem deutschen Markt.

## Kultur satt in Österreich und Litauen

.....  
Linz und Vilnius amtieren in diesem Jahr als Kulturhauptstädte Europas. Ein umfangreiches Programm mit Kunst, Musik, Theater, Literatur und insgesamt über 300 Veranstaltungen soll Gästen aus der ganzen Welt die europäische Kultur in all ihren Facetten nahebringen.



## Fit in den Frühling

**Eis und Schnee, Kälte und Schmuttelwetter machen auch dem robustesten Fahrzeug zu schaffen. Doch mit bloßem Auge ist meist nicht zu erkennen, dass der Winter am Auto nicht spurlos vorbeiging.**

Der Teufel sitzt im Detail – und im Verborgenen. Um ihm auf die Spur zu kommen, bieten die DAIHATSU-Partner eine Frühjahrsinspektion an. Im Fokus stehen dabei vor allem sicherheitsrelevante

Teile wie Bremsanlage, Stoßdämpfer, Lenkung, Räder und Beleuchtung. Damit die Fahrt in den Frühling nicht überraschend endet, überprüft die Werkstatt zudem Motor, Getriebe und Auspuffanlage. Da in der kalten Jahreszeit die Batterie besonders gefordert wurde, gilt auch ihr ein kritischer Blick. Der Batterietest garantiert die Energieversorgung für ein optimales Startverhalten, eine funktionstüchtige Klimaanlage und unbegrenzten Musikgenuss. Sollte der Frühjahrs-Check ein Problem am Fahrzeug aufdecken, hilft die DAIHATSU-Werkstatt mit Rat und Tat. Dank der Frühjahrsinspektion steht einer sorglosen Fahrt in den Frühling somit nichts mehr im Wege.



## Sirion gefragtestes Modell

6.154 Kunden entschieden sich im letzten Jahr für einen Sirion. Damit war er das bestverkaufte DAIHATSU-Modell in Deutschland und legte gegenüber 2007 um 27,9 Prozent zu. Den Silberrang unter den Verkaufsschlägern sicherte sich der Cuore mit 2.756 Neuzulassungen, gefolgt vom Terios mit 2.140 Einheiten. Insgesamt verkaufte die DAIHATSU Deutschland GmbH 2008 13.726 Pkw und erzielte damit ein Plus von 1,4 Prozent.

*Autos von DAIHATSU sind weltweit führend, was Sparsamkeit und Umweltverträglichkeit anbelangt.*

# Saubere Leistung



*NOBUHIKO ONO, Chefingenieur der K-Car-Entwicklungsabteilung der DAIHATSU Motor Co., freut sich über die Auszeichnung „Best Value“: „Dieser Erfolg bestätigt die kontinuierlichen Verbesserungen des bereits in der siebten Generation erhältlichen Mira/Cuore in den Bereichen Design, Handling und Innenraum.“*

TEXT: FRANK SELZLE

**K**lein ist in – nicht nur, aber besonders beim Auto. Kaum ein Unternehmen hat so viel Erfahrung im Kompaktwagenbau wie der japanische Automobilhersteller DAIHATSU. Effizienzsteigerung und Downsizing gehören traditionell zur Firmenphilosophie. Denn seit langem weiß man in Japan: „Small is beautiful“. Dass kompakte Fahrzeuge nicht nur ganz groß sein können bei Sparsamkeit, Umweltverträglichkeit und intelligenter Raumausnutzung, sondern auch bei Komfort, Sicherheit und Style, beweisen die Modelle der japanischen Traditionsmarke erfolgreich seit vielen Jahrzehnten. Auf dem heimischen Markt ist DAIHATSU daher

in der Klasse der Kleinwagen seit Jahren Marktführer und erreicht einen Marktanteil von mehr als 30 Prozent. Auch in Deutschland wollen heute immer mehr Menschen ein verbrauchsgünstiges und preiswertes Auto. Allein im ersten Halbjahr 2008 konnte DAIHATSU in Deutschland deshalb einen Zuwachs von 44,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbuchen. „Faktoren wie ein geringer Kraftstoffverbrauch und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis werden für deutsche Autokäufer immer wichtiger“, sagt Matthias Heinz, DAIHATSU-Geschäftsführer in Deutschland. „Nicht nur in dieser Hinsicht präsentiert sich unsere Modellpalette als absolut zeitgemäß.“



**Der kleinste Sirion ist ein Spritsparmeister. Wer mehr Power braucht, greift zu den Motorvarianten mit größerem Hubraum.**

**Der Cuore erfüllt mit einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß ab 104 g/km schon heute die Forderungen der EU.**



### UMWELTFREUNDLICHSTE MARKE

Ein Riesenerfolg für DAIHATSU ist, dass kein anderer Automobilhersteller in Deutschland mit einer ähnlich umfassenden Modellpalette einen geringeren Flottenverbrauch erreicht. Gleich drei DAIHATSU-Modelle der aktuellen Produktpalette unterschreiten das von der EU geplante Limit von 120 Gramm Kohlendioxidausstoß pro Kilometer: Mit dem *Trevis*, dem *Sirion* oder dem *Cuore* schont man nicht nur die Umwelt, sondern spart auch bares Geld, denn das Trio ist äußerst effizient. Der zeitgemäße 1,0-Liter-Dreizylindermotor ist ein gelungenes Beispiel für modernes Downsizing, denn der Motor erreicht ein hohes Drehmoment bei niedrigem und bei mittlerem Tempo – den bei Kleinwagen am häufigsten genutzten Geschwindigkeitsbereichen. Die neueste Generation des Dreizylinders entwickelt rund 19 Prozent mehr Leistung als die Vorgängerversion bei gleichzeitig vermindertem Kraftstoffverbrauch. Kombiniert mit der Fünfgangschaltung

glänzt der Antrieb etwa im *Cuore* mit einem Verbrauch von 4,4 l/100 km und sehr geringen CO<sub>2</sub>-Emissionen von 104 g/km (kombinierte Werte nach EU-Richtlinien).

### AUSGEZEICHNETE PERFORMANCE

Die Kunden wissen Qualität und Ökonomie der DAIHATSU-Autos zu schätzen. Die aktuelle Kundenzufriedenheitsstudie des ADAC belegt: Die DAIHATSU-Fahrer sind mit dem Kraftstoffverbrauch ihres Wagens so zufrieden, wie es bei keiner anderen Marke der Fall ist. Die Durchschnittsnote von 1,69 ist der beste Wert unter 32 Automarken. Vordere Platzierungen bei der Qualität von Elektronik/Elektrik sowie bei Werkstattzufriedenheit und Reparaturkosten beweisen, dass DAIHATSU-Fahrzeuge weit mehr zu bieten haben als Sparsamkeit. Aber auch die ist im wahrsten Sinne des Wortes „ausgezeichnet“: So erhielt der *Mira* (der in Deutsch-

land *Cuore* heißt) bei der Wahl zum Auto des Jahres 2007-2008 in Japan den Sonderpreis „Best Value“, weil er mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis aller Wettbewerber überzeugte.

Mit gleich drei Modellen ist DAIHATSU zudem in den Top Ten der Auto-Umwelt-Liste 2008/2009 des renommierten Verkehrsclub Deutschland (VCD) vertreten: Der *Cuore 1.0* überzeugt mit dem hervorragenden dritten Platz, der *Trevis 1.0* belegt Position acht und der *Sirion 1.0* landet auf dem neunten Rang. Damit ist DAIHATSU als einziger Hersteller mit drei Modellen unter den zehn umweltfreundlichsten Autos auf dem deutschen Markt vertreten. Das freut besonders den deutschen DAIHATSU-Chef Matthias Heinz: „Dieser Erfolg zeigt einmal mehr, dass unser Weg, mit kompakten Fahrzeugen und kleinen Motoren umweltfreundliche und bezahlbare Mobilität anzubieten, richtig ist.“



Der Trevis beweist: Freches Design und Wirtschaftlichkeit sind keine Gegensätze.

### DREI BENCHMARKMODELLE:

MODELL	MOTORLEISTUNG	KRAFTSTOFFVERBRAUCH (Normalbenzin)*	CO <sub>2</sub> -EMISSION*
Cuore 1.0	51 kW (70 PS)	4,4 l/100 km	104 g/km
Trevis 1.0	43 kW (58 PS)	4,8 l/100 km	114 g/km
Sirion 1.0	51 kW (70 PS)	5,0 l/100 km	118 g/km

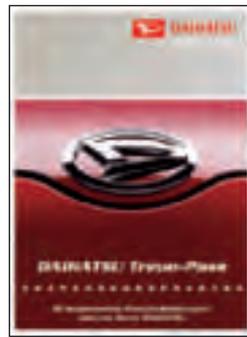
\* kombinierte Werte nach EU-Richtlinien

***Dreifach***

# ***unschlagbar***

***1-2-3 Finanzierung plus Kfz-Versicherung  
und Treue-Pass.***





**1-2-3 Finanzierung  
+ Kfz-Versicherung  
+ Treue-Pass**

---

**Versicherungsersparnis  
14,5%**

**Vorteile im Kombi-Pack.**

Alle, die sich jetzt für die attraktive 1-2-3 Finanzierung von DAIHATSU entscheiden, entscheiden clever. Denn sie bietet Ihnen einen leichten Einstieg und lässt Ihnen viele Freiheiten. So können Sie über die Höhe der Anzahlung frei entscheiden und auch über die Finanzierungsdauer von 12 bis 72 Monaten. Bei Vertragsende behalten Sie Ihren DAIHATSU einfach, geben ihn zurück oder steigen auf einen neuen DAIHATSU um – das bedeutet für Sie wieder maximale Wahlfreiheit. Dazu erhalten Sie von DAIHATSU Financial Services eine Ersparnis bei der Kfz-Versicherung von 10% – über die gesamte Laufzeit! Wenn Sie sich auch für einen Treue-Pass entscheiden, wird's sogar noch günstiger: 14,5% Versicherungsersparnis. Sie sehen, als DAIHATSU Kunde können Sie von einem ganzen Paket von Vorteilen profitieren. Mehr Infos gibt es bei Ihrem DAIHATSU Partner und im Internet unter [www.daihatsu-fs.de](http://www.daihatsu-fs.de)

# Blüten, Baseball, Golden Boy

TEXT: KERSTIN HADRATH

**A**uf dem asiatischen Kontinent und den ostasiatischen Inseln verweilen Frühling und Herbst nur sehr kurz. In Japan dagegen markieren beide Jahreszeiten bedeutende Einschnitte im Leben der Menschen und der Natur. Der offizielle Frühlingsbeginn fällt wie bei uns auf den 20. oder 21. März eines jeden Jahres, auf den Zeitpunkt der Tag- und Nachtgleiche. Jeweils im Februar des Vorjahres wird das genaue Datum offiziell bekanntgegeben, denn seit 1948 ist der Frühlingsbeginn in Japan ein nationaler

*Wer einen asiatischen Frühling erleben möchte, sollte nach Japan reisen. Im viertgrößten Inselstaat der Welt zeigen sich die Jahreszeiten von ihrer eindrucksvollsten Seite in ganz Asien.*

Feiertag zu Ehren der Natur und alles Lebendigen. Die Natur erwacht jedoch schon lange vorher. Bereits ab Ende Januar zeigen sich die kleinen weißen Blüten der Ume, der japanischen Pflaume oder Aprikose. Dieser zeitige, dem Rhythmus der Natur entsprechende Frühlingsbeginn korrespondiert mit der Zeitrechnung des chinesischen Kalenders, der sich sowohl nach dem Sonnen- als auch nach dem Mondzyklus richtet und in Japan bis 1868 offiziell galt.

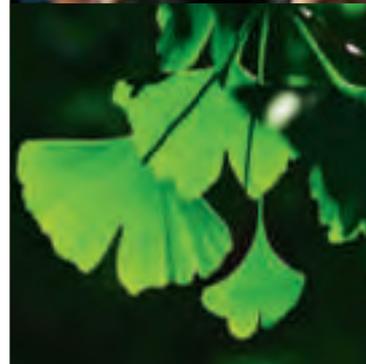
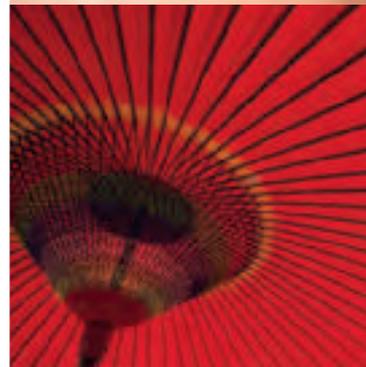
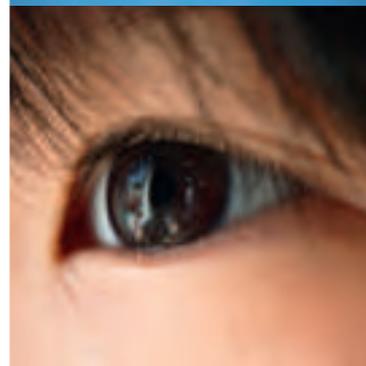
Nach dem chinesischen Kalender beginnt der Frühling am 4. Februar und dauert bis zum 6. Mai. Am 3. Februar läuten die Japaner auch heute noch mit dem traditionellen Setsubun-Fest das Frühjahr ein. An Setsubun feiert das ganze Land Rituale zur Vertreibung der Oni, grimmiger, gehörnter Dämonen, die aus nordöstlicher Richtung kommend Krankheit und Verderben über die Menschen bringen. Um die bösen Geister zu verscheuchen und das Glück herbeizurufen, verstreuen die Japaner geröstete Sojabohnen und rufen dabei „Oni wa soto! Fuku wa uchi!“ („Dämonen heraus! Glück herein!“). In großen Schreinen oder Tempeln übernehmen Mönche, Priester oder auch Prominente das Bohnenstreuen.

#### DIE NATUR ERWACHT

Setsubun markiert den letzten Tag der „Großen Kälte“. In der nun mildereren Luft des nahen Frühlings entwickelt sich die Pflanzenwelt fast explosionsartig. Das weiche Frühlingsgras vertreibt mit frischem Grün die letzte winterliche Kargheit. Im Gegensatz zu den Gräsern des Sommers und Herbstes gilt es als Symbol für Sanftheit. An den für Japan so typischen Ginkgobäumen sprießen die charakteristischen fächerförmigen Blätter. Im Frühjahr noch hellgrün, dunkeln sie im Laufe des Sommers nach.

Ab Mitte März beginnt die Blütezeit der japanischen Zierkirsche, die keine Früchte trägt, sondern nur wegen ihrer rosafarbenen Blütenpracht kultiviert wird. Wenn sich in SüdJapan die ersten Kirschblüten öffnen, berichten die Abendnachrichten Tag für Tag über das Vorrücken der Kirschblütenfront. Tokio erreicht die Kirschblüte meist in der ersten oder zweiten Aprilwoche und endet Anfang Mai auf Hokkaido. Zeigen sich in der näheren Umgebung die ersten rosa Farbtupfer, beginnen allerorten die Vorbereitungen auf o-hanami, die Kirschblütenschau. Werktags trifft man sich in der Mittagspause und nach Feierabend mit Freunden oder Arbeitskollegen unter den Bäumen, um zusammen zu essen, zu trinken und zu plaudern. Nach anderthalb bis zwei ➔

FOTOS: TOMO.YUN (WWW.YUNPHOTO.NET)



# Blüten, Baseball, Golden Boy



Wochen ist das prachtvolle Schauspiel wieder vorüber. Mit ihrer kurzen Blütezeit erinnert die Zierkirsche die Japaner an die Vergänglichkeit allen Seins. Die besondere Stimmung des Verwelkens inspirierte japanische Lyriker schon früh zu melancholischen Versen.

Noch während der geselligen Zeit der Kirschblüte holt viele Japaner der Ernst des Lebens ein. Das Unterrichtsjahr an den Schulen und Universitäten beginnt im April. Grundschüler und Erstsemester werden mit offiziellen Aufnahme feiern in den Bildungseinrichtungen begrüßt. In vielen Unternehmen treten neue Arbeitnehmer ihre Stelle an. Auch das japanische Fiskaljahr beginnt am 1. April und dauert bis zum 31. März des Folgejahres. Doch die Zäsur im gesellschaftlichen Leben der Kinder und Erwachsenen hat nicht nur ernste Seiten. Denn im April starten auch die Akteure von Japans beliebtestem Profisport Baseball in eine neue Saison. Gespielt wird in zwei Ligen mit je sechs Mannschaften. Im Laufe des Monats Oktober steht dann der Meister in der sogenannten Japan-Series fest.

## DIE GOLDENE WOCHE

In den Zeitraum vom 29. April bis zum 5. Mai fallen gleich vier japanische Nationalfeiertage. Wenn die Wochenenden günstig liegen, können Arbeitnehmer die längste arbeitsfreie Periode des Jahres genießen. Viele Unternehmen geben ihren Angestellten in den Zwischentagen zusätzlich frei, so dass sich diese sogenannte Goldene Woche zu Japans Hauptreisezeit entwickelt hat.

Die Goldene Woche beginnt mit dem Showa-Tag am 29. April. Er ist der Geburtstag des Kaisers Hirohito (Showa-Tenno), der bis 1989 regierte. Am 3. Mai folgt der Tag der Verfassung zum Gedenken an das Inkrafttreten der japanischen Nachkriegsverfassung im Jahr 1947. Der 4. Mai war lange Zeit ein pragmatisch begründeter Feiertag, der den 3. und 5. Mai verband. Seit 2007 trägt er die offizielle Bezeichnung „Tag des Grüns“ zu Ehren des sehr naturverbundenen Kaisers Hirohito.

Seit 1848 wird am 5. Mai der „Tag der Kinder“ gefeiert. Ursprünglich war dieser Tag als Knabenfest bekannt und bildete das Gegenstück zum Puppenfest für die Mädchen am 3. März. Den traditionellen Bräuchen gemäß spielen am 5. Mai die Söhne die Hauptrolle. Familien stellen in ihrem Heim einen mehrstufigen, mit grünem Tuch bezogenen Tisch auf und dekorieren ihn mit Samurairuppen, Holzpferden und Miniaturrüstungen. Auch Kintaro, der Golden Boy, darf in der Aufstellung nicht fehlen. Er soll den männlichen Nachkommen der Familie helfen, stark zu werden. Sein Name bezieht sich auf das goldene Leibchen, das Kintaro als Kind trug. Der Legende nach hat der Junge wirklich gelebt und verfügte über besondere Stärke.

Ein Symbol der Stärke ist auch der Karpfen. Mit dem Hissen von Karpfenfahnen erbitten Familien für den weiteren Lebensweg ihrer Kinder Erfolg und Gesundheit. Die Anzahl der Fahnen richtet sich nach der Größe der Familie. Für den Vater wird ein schwarzes Banner aufgezogen, für die Mutter ein rotes und für die Kinder bunte Banner. Heute hissen viele Familien für alle Kinder Karpfenfahnen. Traditionell wehten nur für die Söhne blaue Banner im Wind.

## FESTE FÜR GUTE REISERNT

Die Goldene Woche weist schon hinüber in den Sommer. Ab Anfang Mai steigen die Temperaturen kontinuierlich an, es wird Zeit für das Pflanzen der Reissetzlinge. Dies geschieht heute maschinell. Früher pflanzte die gesamte Dorfgemeinschaft die Setzlinge per Hand und in gebückter Haltung in den Boden der knöchelhoch bewässerten Felder. Daran erinnern heute lokale Reispflanzfeste und Rituale. Shinto-Priester segnen die Reissetzlinge in Anwesenheit der örtlichen Honoratioren. Mit traditionellen Liedern, Tänzen und Trommelschlägen heißen die Bauern die Göttheiten des Reisfelds willkommen. ▀



*Faszinierende Gegensätze:  
Die japanische Kultur  
speist sich gleichermaßen  
aus traditionellen und  
modernen Elementen.*

# Starker Service nahe am Kunden

*Kundenfreundlich und zukunftsweisend präsentiert sich DAIHATSU auch im Service-Bereich.*

*Der elektronische Wartungsnachweis bietet mehr Komfort für den Fahrer und Produktsicherheit für das Automobil.*



TEXT: FRANK SELZLE

Die Zufriedenheit der Kunden hat für DAIHATSU seit jeher oberste Priorität bei der Produktentwicklung und im Service. Nicht umsonst belegt die japanische Marke in der ADAC Kundenzufriedenheitsstudie bei der Frage nach der Zufriedenheit mit der Werkstatt und den Reparaturkosten den zweiten Platz. Die DAIHATSU-Fahrer schätzen die Qualität der Produkte und Dienstleistungen. Und damit das so bleibt, setzt man beim Kompaktwagenspezialisten auf Innovation auch im Kundenservice. So heißt die Zukunft in der Serviceabwicklung: elektronischer Wartungsnachweis. Er ersetzt das herkömmliche Service-Scheckheft und erfasst die Daten zu allen Wartungen, Inspektionen und Reparaturen.

Auf Grundlage dieser zentral gespeicherten Fahrzeugdaten kann der Kunde künftig rechtzeitig auf Inspektionstermine und die Einhaltung von Wartungsintervallen hingewiesen werden. Dies erhöht nicht nur den Komfort für den Fahrzeughalter, sondern dient auch dem Werterhalt des Fahrzeugs und der Produktsicherheit. Kundendaten werden dabei von DAIHATSU in keinem Fall zentral gespeichert.



Der Ausdruck des elektronischen Wartungsnachweises enthält alle wichtigen Servicedaten.

Bei jedem Service-Fall bekommt der Kunde von der Vertragswerkstatt einen aktuellen Ausdruck des Wartungsnachweises, der am besten in der Bordmappe des Fahrzeugs aufbewahrt wird. Die Werkstatt kann auch alte Daten nachtragen und somit für ältere Modelle eine umfassende Fahrzeughistorie anlegen. Der Vorteil: Ein Verlust der Servicedaten ist nicht mehr möglich, denn die gesamte Wartungshistorie eines Fahrzeugs ist elektronisch hinterlegt und kann jederzeit auf Wunsch des Kunden neu ausgestellt werden. Zusätzliche Sicherheit bietet dies auch beim Kauf eines Gebrauchtwagens, da jetzt alle Service-Fälle lückenlos nachvollzogen werden können. ▀



# Grenzenlos mobil

*Ob im Beruf oder in der Freizeit: Auch für Menschen mit Bewegungseinschränkungen oder anderen Behinderungen steht der Wunsch, ein Auto eigenständig steuern zu können, ganz oben auf der Liste. DAIHATSU rief daher die Aktion „Grenzenlos mobil“ ins Leben.*

TEXT: JÖRG SCHWIEDER

In Deutschland leben aktuell 8,6 Millionen Menschen mit anerkannter Behinderung. Weitere Millionen von Menschen kümmern sich um ihre Angehörigen oder Patienten. Für diese Personen hat automobiler Fortbewegung eine immense Bedeutung. „Grenzenlos mobil“ möchte helfen. Teilnehmende DAIHATSU-Vertragshändler gewähren ihnen beim Kauf eines neuen DAIHATSU einen Nachlass auf den Listenpreis von bis zu 17 Prozent. Auf der Website der Behinderten-Initiative „MSG-mobil-sein“ ([www.mobil-sein.eu](http://www.mobil-sein.eu)) können Interessenten einen speziellen Abbrufschein anfordern. Der Nachlass gilt sowohl bei Barkauf als auch für Finanzierungsgeschäfte. Voraussetzung für den Nachlass ist der Nachweis einer Behinderung von mindestens 50 Prozent. Die MSG-mobil-sein GmbH mit Sitz in Berlin versteht sich als Dienstleister „rund ums Auto“ für Menschen mit Bewegungseinschränkung. Auf ihrer Homepage bietet sie Informationen zu Pkw-Umrüstung, Leasing- und Finanzierung und gibt Tipps zu Kostenträgern und Zuschüssen. Neben Kontaktdaten zu DAIHATSU als Kooperationspartner für den ermäßigten Fahrzeugkauf gibt es auch eine Liste von Anbietern für Komplettlösungen von Fahrzeugmodifikationen oder auch spezielle Fahrschulangebote für Behinderte. ▶



## Förderung vom Staat

Die Finanzierung eines behindertengerechten Pkw kann laut Kraftfahrzeughilfe-Verordnung (KfzHV) unterstützt werden

- zur Beschaffung eines Kraftfahrzeugs
- für eine behinderungsbedingte Zusatzausstattung
- zur Erlangung einer Fahrerlaubnis

### Voraussetzungen

Die Leistungsgewährung der KfzHV setzt voraus, dass

- der Behinderte infolge seiner Behinderung nicht nur vorübergehend auf die Benutzung eines Kraftfahrzeugs angewiesen ist, um seinen Arbeits- oder Ausbildungsort zu erreichen.
- der Behinderte ein Kraftfahrzeug führen kann oder gewährleistet ist, dass ein Dritter das Kraftfahrzeug für ihn führt.
- der Behinderte nicht schon über ein Kraftfahrzeug verfügt, dessen weitere Benutzung ihm zumutbar ist.

### Fahrzeugbeschaffung

- Die Kosten einer behinderungsbedingten Zusatzausstattung bleiben dabei unberücksichtigt.
- Hilfe zur Beschaffung eines Kraftfahrzeugs wird in der Regel als Zuschuss geleistet.
- Der Zuschuss richtet sich nach dem Einkommen des Behinderten.
- Die Beschaffung eines Kraftfahrzeugs wird bis zur Höhe des Kaufpreises, höchstens jedoch mit 9.500 Euro gefördert.

### Behinderungsbedingte Zusatzausstattung

Für die Anschaffung einer Zusatzausstattung im Pkw, deren Einbau oder technische Überprüfung sowie die Wiederherstellung ihrer technischen Funktionsfähigkeit werden die Kosten in vollem Umfang übernommen.

### Für die Kosten zur Erlangung einer Fahrerlaubnis gilt:

- Es gibt einen Zuschuss für Kosten, die für die Erlangung einer Fahrerlaubnis notwendig sind.
- Dessen Höhe richtet sich nach dem Einkommen des Behinderten.
- Kosten für behinderungsbedingte Untersuchungen, Ergänzungsprüfungen und Eintragungen in vorhandene Führerscheine werden in vollem Umfang übernommen.

### Steuerbegünstigung laut Kraftfahrzeugsteuergesetz (KraftStG)

Das Halten von Kraftfahrzeugen ist für Schwerbehinderte mit den Merkzeichen „H“, „Bl“ oder „aG“ im Schwerbehinderten-Ausweis (hilflos, blind oder außergewöhnlich gehbehindert) von der Steuer befreit.

### Kontakt

Bei Fragen zur Aktion wenden Sie sich bitte unter der E-Mail-Adresse [info@mobil-sein.eu](mailto:info@mobil-sein.eu) oder der Telefonnummer 030/ 88 58 52 14 direkt an die Mitarbeiter von MSG-mobil-sein. Den Abbrufschein für Händler finden Sie auf der Website [www.mobil-sein.eu](http://www.mobil-sein.eu) in der Rubrik „Spezielle Pkw-Angebote“.



# Mit Herzblut

*Der Weg zum Autohaus Guhde führt aufs Land ins kleine Dorf Groß Kienitz. Dort erwartet den Kunden einer der besten DAIHATSU-Händler Deutschlands mit überraschendem Service und viel Herzlichkeit.*



**Der Chef schraubt noch selbst und pflegt den Kontakt zu seinen Kunden.**

TEXT: SABINE TILP

**W**o um alles in der Welt liegt Groß Kienitz? Eine Frage, die so manchen Atlas überfordert... Der kleine Ort, der seit 1992 zur Großgemeinde Blankenfelde-Mahlow südlich von Berlin gehört, könnte mit seinem Kopfsteinpflaster und wunderschön hergerichteten Höfen problemlos als Filmkulisse oder Kandidat für das schönste Dorf Brandenburgs durchgehen. Trotz nur 302 Einwohnern beeindruckt der Ort mit einer sehr rührigen Freiwilligen Feuerwehr, einem Golfplatz, einem erstaunlich großen Gewerbegebiet – und mit einem der besten DAIHATSU-Händler Deutschlands, dem Autohaus Guhde. 1992 wagte der damals 28-jährige Kfz-Meister Norbert Guhde den Schritt in die Selbstständigkeit und eröffnete seine typenoffene Werkstatt in Groß Kienitz. Seit 1997 ist er DAIHATSU-Partner und gehört mittlerweile zu den 20 besten deutschen Händlern der Marke. Wie schafft man das – noch dazu, wenn man nicht in einer Metropole, sondern im kartographischen Fast-Nirvana sitzt? „Das werden wir oft gefragt“, sagt Norbert Guhde, „aber ich kann die Frage nicht beantworten. Wir machen nichts anderes, als unsere Kunden fair und zuverlässig zu bedienen.“ Ist das jetzt tiefgestapelt oder gibt es ein Geheimnis, das Guhde nicht verraten will?

### AUTOS ZUM ANFASSEN

Das „Geheimnis“, das eigentlich gar keines ist, liegt offenbar in der Bodenständigkeit und im Herzblut, mit dem Norbert Guhde das Unternehmen zusammen mit seinen fünf Mitarbeitern betreibt. Auch für den unbeteiligten Besucher ist sofort spürbar, dass sich Kunden in der freundlichen, familiären Atmosphäre gut aufgehoben fühlen. Das hat sich offenbar herumgesprochen – der Kundenkreis erstreckt sich von Lübbenau bis Falkensee, rund ein Drittel der Kunden kommt aus Berlin.

Dabei verkaufen Norbert Guhde und sein Verkäufer Martin Müller auch in Internet-Schnäppchenjäger-Zeiten die Fahrzeuge nicht über den Preis. Vielmehr spielen die faire und umfassende Beratung sowie die Serviceleistungen des Betriebs eine entscheidende Rolle. „Ein Auto zu kaufen, hat sehr viel mit Emotionen zu tun“, erklärt

Norbert Guhde, „mit Sehen, Riechen, Fühlen, Farbe.“ Deshalb bemüht er sich, seinen Kunden immer eine große Auswahl an sofort erlebbaren Fahrzeugen zu bieten. Das Wichtigste für ihn: „Der Kunde soll zufrieden sein und am Ende immer wissen: Ich habe beim richtigen Händler das richtige Auto gekauft.“

### ECHTE HINGUCKER

„Man muss den Kunden immer etwas Besonderes bieten“, ergänzt Norbert Guhde, der vor Ideen nur so sprudelt, „und immer etwas mehr machen als andere.“ Zu den nicht alltäglichen Dingen gehört mit Sicherheit seine „Materiaschmiede“, die bald auch im Internet unter [www.guhde.com](http://www.guhde.com) zu bewundern sein wird. Die Mitarbeiter des Autohauses bauen die Serienfahrzeuge nach eigenen Ideen um und zaubern aus ihnen echte Hingucker – und in der Regel Unikate, was die späteren Besitzer sehr schätzen. Auf Wunsch lässt das Guhde-Team auch Ideen seiner Kunden in die Gestaltung der Fahrzeuge einfließen.

In diesem Jahr hat Norbert Guhde wieder viel vor. So soll das bestehende Gebäude um eine Halle erweitert werden, die sich an die Werkstatt anschließt. Zudem laufen Planungen für einen Verkaufsraum, um die Fahrzeuge noch besser präsentieren zu können. Und damit bei all dem die Auto-Leidenschaft nicht zu kurz kommt, arbeitet Norbert Guhde derzeit schon an der Umsetzung einer ungewöhnlichen Motorsport-Idee... ▶

Individuelles Design gewünscht? Für die Groß Kienitzer Tuningspezialisten kein Problem.



Im Laufe des Jahres soll auf dem Betriebsgelände ein Showroom für die Fahrzeugpräsentation entstehen.

DAIHATSU DUNE ADVENTURE 2008

# Viel Sand und noch mehr Sterne



*Die tunesische Wüste zeigt sich von ihrer überraschenden Seite. Nicht nur die schweißtreibenden Aktivitäten, sondern auch unerwartet vielfältige Eindrücke von Ruhe, Gastfreundschaft und abwechslungsreicher Natur halten die Teilnehmer des DAIHATSU Dune Adventure 2008 in Atem. ➔*



**Erst die Arbeit, dann das Vergnügen.  
Nach der Routenplanung für den nächsten  
Tag genossen wir am Lagerfeuer frisch  
gebackenes Fladenbrot.**





TEXT UND FOTOS: NIKLAS GÖRKE

**REISETIPP:**

**ANREISE:**

*Entweder mit dem Auto per Fähre über Genua nach Tunis oder mit dem Flugzeug gleich nach Djerba. Von dort aus ist es nicht weit in die Sahara. Reiseagenturen bieten auch eine Abholung vom Flughafen Djerba an.*

**REISEAGENTUR:**

*Der Wüstenteil unserer Reise, inklusive der Zeltlager, war perfekt organisiert von Libre Espace Voyages aus Douz. Infos, auch auf Deutsch, unter [www.libre-espace-voyages.com](http://www.libre-espace-voyages.com)*

**HOTELS:**

**Kairouan:** Hotel La Kasbah  
[www.goldenyasmin.com/la-kasbah/fr/](http://www.goldenyasmin.com/la-kasbah/fr/)

**Douz:** Hotel El Mouradi  
[www.elmouradi.com](http://www.elmouradi.com)

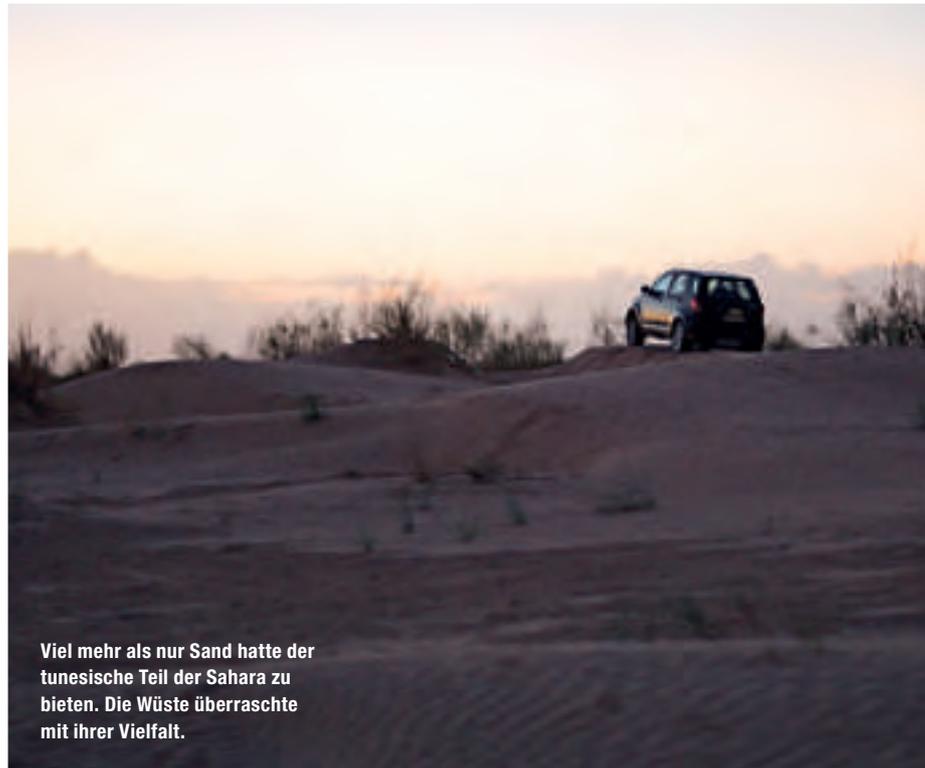
**Matmata:** Hotel Le Diar el Barbar  
Matmata 6070, Tunesien

Die nächste Überraschung dieses Tages reicht uns Rashid auf einem Teller. Frisches Fladenbrot, knusprig warm und würzig. Unglaublich gut. Woher haben sie das, hier, mitten im Nirgendwo? Rashid deutet zu seinem Kollegen, der, etwas abseits von unserem Camp im Sand knieend, auf einem Tuch den Teig für das nächste Brot zubereitet. Im Nu bestaunen über zwanzig Mitteleuropäer, die sich zu Hause notfalls ihre Brötchen an der Tankstelle holen, eine jahrtausendealte Prozedur: Das aus Gestrüpp entfachte Feuer ausbrennen lassen und die Glut mit etwas Sand bedecken. Den Teig aus Mehl, Wasser und Salz ordentlich einmehlen, zu einem Fladen schleudern und direkt in den glutheißen Sand legen. Mit Sand und Glut zudecken. Nach 15 Minuten freischaufeln. Nach dem Abklopfen klebt kein Sandkorn mehr am Brot, keine Asche. Die Wüste als Backstube – ein weiteres Faszinosum dieses Landes, das die Teilnehmer des DAIHATSU Dune Adventure 2008 seit der Abfahrt in Tunis ständig mit neuen überraschenden Eindrücken versorgt.

Mit dem Ziel, den Geländewagen Terios unter einer möglichst breiten Sportlergruppe bekanntzumachen, entwickelte DAIHATSU vergangenes Jahr das Konzept des „Dune Adventure“. Ein extravagantes Lauf- und Bike-Event in einer extremen

Gegend, in diesem Fall dem tunesischen Teil der Sahara, in die die Sportler erst dank der Offroadfähigkeiten des Terios gelangen. Mit dem Laufmagazin „Running“ als Medienpartner lobte DAIHATSU bei zwölf Marathons in Deutschland ein Preisausschreiben aus. Die Teilnehmer konnten sich als Fahrer oder Sportler bewerben. Unter 10.000 Einsendern wurden 100 zur Teilnahme an Auswahlcamps ausgelost. Die jeweils neun besten und – das war sehr wichtig – teamfähigsten Fahrer und Sportler reisten schließlich im November 2008 nach Tunesien. Mehrere Terios brachten die Fahrer aus Deutschland über Genua per Fähre nach Tunis, wo sie auf die mit dem Flugzeug angereisten Sportler, Reiseleiter, DAIHATSU-Mitarbeiter, Pressevertreter und einen Expeditionsarzt trafen.





Viel mehr als nur Sand hatte der tunesische Teil der Sahara zu bieten. Die Wüste überraschte mit ihrer Vielfalt.

## WIEDERKOMMEN

Von dort aus fuhr der Terios-Konvoi auf moderner Autobahn 400 km südöstlich nach Matmata, wo am nächsten Morgen mit der Radetappe über 50 km der sportliche Teil der Reise begann, gefolgt vom Halbmarathon und schließlich dem Marathon durch die Sandwüste an den beiden nächsten Tagen. Eine tatsächlich extreme Erfahrung für die Sportler. Der Sand, mehr Sandstaub als körniger „Strandsand“, kostete viel mehr Kraft als erwartet. Der Weg aus der Wüste führte uns zunächst über Douz nach Kairouan, dann zurück nach Tunis.

Dort, nach Besichtigung der Ruinen Karthagos, blickten alle Expeditionisten mit den gleichen Gedanken zurück: Die Höhepunkte der Reise waren die Sahara und die unerwartet abwechslungsreiche Fahrt von Douz nach Kairouan. Und natürlich die Nächte im Zeltlager. Man müsse, so die Meinung vieler Teilnehmer, das noch einmal erleben, als Urlaubsreise.

Das möchten wir Ihnen, den Lesern der *DAIHATSU d-motion*, an dieser Stelle auch empfehlen. Deshalb kehren wir nochmals zurück zum zweiten Zeltlager, wo die Teilnehmer Fladenbrot kauend und dabei gedankenverloren ins Lagerfeuer blickend die Ereignisse der letzten Tage verarbeiten. Am Morgen in Matmata, nach einer Nacht im teils in Felshöhlen gebauten Hotel, fin-

den wir uns wieder in einer anderen, völlig unwirklich scheinenden Welt. Die Mountainbike-Etappe durch die gebirgige Geröllwüste und das folgende Bad in den heißen Quellen der Oase Ksar Ghilane, Ausgangs- und Endpunkt vieler Offroad-expeditionen in die Sahara, mit der typischen Atmosphäre eines Basislagers. Allradmobile, Pferde und Kamele überall. Und unsere Terios! Dann Camp Zmela: unsere Zelte am Rande einer gewaltigen Düne, die Sprachlosigkeit angesichts dieses rotbraunen Meers aus Sand. Wir spielen Frisbee, springen in Dünentäler, manche Fahrer toben im Terios durch die Sandwellen wie Surfer in der Brandung. Die Frage, ob es mehr Sandkörner gibt oder Sterne. Und die Antwort, dass es mehr Sterne sein müssen wegen dieser Show am Himmel. Die Ruhe schließlich, unendlich tief. Naja fast: Im Nachbarzelt schnarcht jemand...

## NATURGENUSS IM ÜBERSCHWANG

Am Halbmarathon-Tag überzeugen die Läufer durch ihre Kondition und die Terios durch ihre Geländetauglichkeit. Selbst Achmed, unser tunesischer Wüstenführer von der Agentur „Libre Espace Voyages“, selbst im dicken Landcruiser unterwegs, zeigt sich äußerst beeindruckt, wie sich die „petites quatrequats“, die kleinen 4x4, durch die Dünen wühlen, vollbeladen. ➔

Rast für Mensch und Maschine.  
Und eine gute Gelegenheit,  
Schnappschüsse fürs Fotoalbum  
zu sammeln.





Der Wechsel vom Wüstensand auf die Asphaltpiste ließ bei den Fahrern wieder Heimatgefühle aufkommen.



**LEKTÜRETIPP:**

**Tunesien. Reisehandbuch.**  
 Von Sabine Becht. Michael Müller Verlag, 2007.

**Tunesien. Handbuch für individuelles Reisen.**  
 Von Ursula Eckert und Ingrid Retterath.  
 Reise Know-How Verlag, 2007.

**Kauderwelsch. Tunesisch-Arabisch, Wort für Wort.** Von Wahid Ben Alaya.  
 Reise Know-How Verlag, 2006.

**Sahara.**  
 Von Philippe Bourseiller, Edmond Bernus,  
 Monique Brandily und Jean-Francois Chaix.  
 Knesebeck, 2004.

**Couscous & Co. Spezialitäten aus Marokko, Tunesien und Algerien.** Von Mourad Mazouz.  
 Collection Rolf Heyne, 2006.



Sie bleiben dabei fast so genügsam wie ein Dromedar und wuseln dank des kompakten Designs später sogar durch die engen Gassen in Kairouan und Tunis. Während der gesamten Tour gab es keine Panne, nicht einmal einen Kratzer. Das zweite Camp ist noch ursprünglicher, die einfachen Nomadenzelte sind zur Seite offen. Wer einen warmen Schlafsack hat, verbringt auch auf den Bastmatten im Sand eine erholsame Nacht. Waren die Sanitäranlagen in Camp Zmela noch in einem kleinen Haus eingerichtet, so sind es hier mobile Toiletten. Blitzsauber waren sie beide.

Nach dem Marathon-Tag landen wir wieder in einem Hotel, dem Mouradi in Douz, sehr schön und direkt am Rand der Sandwüste gelegen. Einige zieht es am nächsten Morgen nochmals auf die Düne, um sich im Sonnenaufgang von der Wüste zu verabschieden.



Es geht gen Kairouan, und die Fahrt wird ein Genuss. Ständig wechselt die Landschaft von Wüste zu Chotts (Salzseen), von Gebirgspässen zu riesigen Kakteenfeldern. Hinter jeder Kurve ein neuer Ausblick. Unser Konvoi wird in jedem Dorf überschwänglich begrüßt, oft begleitet uns die Dorfjugend ein Stück auf ihren Mofas. In Kairouan wohnen wir im herrlichen Hotel Kasbah direkt in der Altstadt. An diesem Ort, der seit 1988 auf der UNESCO-Liste des Weltkulturerbes steht, lässt sich die Atmosphäre einer Medina viel entspannter erkunden als z.B. in Tunis.

Als das Lagerfeuer im Camp schließlich ausgebrannt war, wickelte sich Rashid gegen die Kälte in seinen Burnus und legte sich auf seine Bastmatte nah an die Glut. „Weißt Du“, sagt er, „immer wenn mich die Stadt oder sonst etwas nervt, nehme ich mein Moped und fahre in die Wüste. Ich bleibe eine Nacht, schaue in die Sterne und schlafe am Feuer. Dann hat mir die Wüste wieder Frieden gegeben.“ Man sollte es ihm gleichtun. Es muss ja nicht mit dem Moped sein. Nehmen Sie lieber einen Terios! ▶

**Mit freundlicher Neugierde begrüßten die Einheimischen unseren Terios-Konvoi in jedem Dorf auf der Strecke.**

# { Pressespiegel }

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

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

**Objektkoordination:**

Stephanie Schulz  
s.schulz@daihatsu.de

**Redaktion:**

Springer Transport  
Media GmbH  
Neumarkter Straße 18  
81673 München  
Niklas Görke, Kerstin  
Hadrath, Jörg Schwieder,  
Frank Selzle, Sabine Tilp

**Grafik:**

Dieter Brachtel, München

**Titelfoto:**

Michael Ehrhrt

**Druck:**

F&W Mediencenter  
Holzhauser Feld 2  
83361 Kienberg

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

**DAIHATSU UMWELT-FREUNDLICHSTE MARKE**

Zu den umweltfreundlichsten Automarken zählt Daihatsu. Mit drei Modellen hat sich die japanische Toyota-Tochter in der Umweltliste des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) platziert – so oft wie kein anderer Wettbewerber. Bestes Daihatsu-Modell ist der Cuore mit 1.0-Liter-Motor. Der Kleinstwagen liegt auf Platz drei (...). Der Daihatsu Trevis 1.0 schafft es auf Platz acht der Umweltliste, und der Sirion 1.0 belegt Platz neun.  
*Wolfsburger Allgemeine, 20.12.2008*

**GUTE SICHT IM TREVIS**

Je nach Karosserie-Design kann die A-Säule die Sicht des Fahrers mehr oder weniger behindern. (...) Das geht zumindest aus dem Test des ADAC hervor, bei dem 20 Fahrzeuge auf die Blickeinschränkung durch die vorderen Holme untersucht und nach dem Schulnotensystem bewertet wurden. In der Top-Ten-Liste folgen nach dem mit Note 1,1 bewerteten Grand Espace der Citroën C4 Picasso mit 1,6 und der Daihatsu Trevis mit 1,8 auf Rang drei. (...)  
*Mitteldeutsche Zeitung, 20.12.2008*

**20 JAHRE DAIHATSU IN DEUTSCHLAND**

Gegründet wurde der Kleinwagenimporteur 1989, Firmensitz ist seitdem Tönisvorst am Niederrhein. Doch bereits zwölf Jahre vorher waren hierzulande die ersten Modelle der Japaner über verschiedene Importeure zu haben. (...) In der Folgezeit führte die Marke eine umfangreiche Palette von

kleinen Stadtautos und etablierte sich als Kleinwagenspezialist. Mittlerweile ist die Palette vielfältiger als bei jeder anderen Marke in Deutschland. (...)  
*www.focus.de, 06.02.2009*

**EINE ECHTE ALTERNATIVE: DER TERIOS**

Wer eine Allrad-Antwort auf die aktuelle Wirtschaftslage sucht, wird im Daihatsu Terios fündig. Unprätentiöse Technik, geringe Betriebskosten – so fährt man der Depression gelassen davon (...). Nein, sexy ist der Daihatsu Terios leider überhaupt nicht. Und deshalb kein Darling der 4x4-Gemeinde. Wer sich jedoch vom irrationalen Lustfaktor zu lösen vermag, kauft mit ihm ein rundum vernünftiges, weil völlig solides, sorgloses und günstiges Auto. Damit ist nicht nur dieses Exemplar gemeint, sondern die Modellreihe generell.  
*Auto Bild Allrad, 06.01.2009*

**CUORE SPARSAMSTER SEINER KLASSE**

Nun mal „Butter bei die Fische“: Welche Fahrzeuge sind denn jetzt die sparsamsten ihrer Klassen? [Der Smart Fortwo] fehlt in keinem Ranking dieser Art – entspricht aber andererseits auch kaum den Vorstellungen der Käufer von einem „normalen“ Auto



mit Platz für wenigstens vier Personen und mit bestenfalls vier Türen. Diese Voraussetzungen bringt der 70 PS starke Daihatsu Cuore von vornherein mit, und zwar zu einem noch günstigeren Basispreis (ab 9.190 Euro) als der Zweisitzer Smart (...).  
*Auto Tests, Ausgabe 01/2009*

## Statistik

**ABSATZPLUS**

**DURCH ABWRACKPRÄMIE**

Dacia	.....	+24%
DAIHATSU	.....	+18%
Fiat	.....	+14%
Peugeot	.....	+11%
Importeure Ø	.....	+11%
Opel	.....	+8%
Mercedes	.....	+4%
Audi	.....	+3%
Deutsche Marken Ø	.....	+5%
<b>GESAMTEFFEKT</b>	.....	<b>+7%</b>

Die 2.500 Euro Umweltprämie kommen vor allem Kleinwagenmarken zugute. Fiat wird 2009 dank der Förderung 14 Prozent mehr Autos verkaufen, als ohne Zuschuss zu erwarten gewesen wäre.  
*kfz-betrieb, 29.01.2009*



**DAIHATSU**

MADE IN JAPAN



***Ist Ihre  
Auto-Batterie  
gut durch  
den Winter  
gekommen?***



Die Batterie ist bei allen Fahrzeugen seit Jahren Pannensache Nummer 1. Gerade der Winter setzt ihr kräftig zu. Damit Sie unbesorgt in den Frühling starten können, nutzt Ihr DAIHATSU-Partner neueste Diagnosetechnik, um den Zustand der Fahrzeugbatterie zu überprüfen. Der Après-Winter-Check dauert nur 10 Sekunden und wird auf einem Diagnoseausdruck dokumentiert.

***Natürlich kostenlos für Sie!\****

***Gönnen Sie Ihrem DAIHATSU eine kleine nachwinterliche Untersuchung!***  
Vereinbaren Sie am besten noch heute einen Wunschtermin bei Ihrem DAIHATSU-Partner!

\*Bei allen teilnehmenden Vertragspartnern. Nur für DAIHATSU-Bestandskunden.