

Renault: Auf der neuen Welle zurück in die Gewinnzone

Von Walther Wuttke

Renault hat schwere Zeiten hinter sich. Der zusammen mit seinen Partnern Nissan und Mitsubishi zweitgrößte Automobilkonzern der Welt war schon vor Corona deutlich angeschlagen, und wurde durch die Pandemie zum Intensiv-Patienten. Die Verkäufe gingen im vergangenen Jahr weltweit um 21,2 Prozent zurück, sodass rund 15.000 Arbeitsplätze gestrichen und dem Patienten Einsparungen von zwei Milliarden Euro in den kommenden drei Jahren verschrieben wurden.

Um erfolgreich in die Zukunft zu starten, rief der neue Renault-Vorstandschef Luca de Meo jetzt die „Renaulution“ aus, mit der sich der Konzern neu definiert. Seine Strategie ist eine deutliche Abkehr von der vor allem von Wachstum um jeden Preis getriebenen Philosophie seines Vorgängers Carlos Ghosn, der vor der japanischen Justiz in sein libanesisches Exil flüchtete. „Unser Fokus ist aktuell allein darauf gerichtet, unsere Wettbewerbsfähigkeit zurückzugewinnen. Renaulution bedeutet, das gesamte Unternehmen von Volumen auf Wert umzustellen“, erklärte de Meo bei der Vorstellung der neuen Ausrichtung des Konzerns in Paris. Dazu gehört eine Vereinfachung der Organisation, so dass „wir in Zukunft nur noch knapp drei Jahre benötigen, um neue Modelle zu entwickeln“, blickt der Konzernchef in die Zukunft. Außerdem sollen in den kommenden Jahren 80 Prozent der Renault-Fahrzeuge auf drei Plattformen aufbauen, was sich in sechs Millionen Einheiten pro Jahr übersetzt. „Damit spielen wir Champions League.“

In den kommenden zwei Jahren liegt der Schwerpunkt der hausinternen Revolution vor allem darauf die Finanzen zu verbessern, und bis zum Jahr 2025 soll das Sparziel von drei Milliarden erreicht werden. In den Jahren danach liegt der Schwerpunkt auf Technologie, Energie und Mobilität. De Meo: „Wir werden uns von einem Automobilhersteller, der mit Technologie arbeitet, zu einem Tech-Unternehmen entwickeln, das mit Autos arbeitet. Bis 2030 werden wir mindestens 20 Prozent des Umsatzes mit Dienstleistungen erzielen.“

Eine wichtige Säule bei den Zukunftsplänen spielt die Elektrifizierung der Modellpalette. „Im Jahr 2025 wird es keinen klassischen Verbrennungsmotor mehr in unserer Modellpalette geben. Unsere Verbrennungsmotoren werden dann mit unserer Hybridtechnik kombiniert sein“, erklärt Renault-Chefentwickler Gilles Le Borne in der Pariser Tageszeitung „Le Figaro“. Bei den leichten Nutzfahrzeugen plant Renault mit der Brennstoffzellen-Technologie und glaubt an einen Marktanteil von 30 Prozent in diesem Segment. Allerdings muss dafür erst die passende Infrastruktur geschaffen werden – zurzeit gibt es in Frankreich knapp 40 Wasserstoff-Tankstellen.

Bis zum Jahr 2025 werden die vier Geschäftsbereiche des Konzerns (Renault, Dacia/Lada, Alpine und Mobilize) 24 neue Modelle auf den Markt bringen, davon mindestens zehn vollelektrische Fahrzeuge. Mit dieser „Nouvelle Vague“ (also einer Neuen Welle) will sich Renault den „grünsten Antriebsmix“ unter den europäischen Produzenten verschreiben. Allein die Marke Renault wird dazu mit sieben vollelektrischen Modellen beitragen.

Bei der Vorstellung der neuen Strategie zeigte De Meo den Prototyp einen modernen Renault 5, der als vollelektrisches Stadtauto geplant ist und an den kultigen Kleinwagen der 1970er Jahre erinnert. Ebenfalls einen Blick in die Zukunft gestattete Dacia. Die Marke wird in Zukunft enger mit Lada in Russland zusammenarbeiten und sich Plattform und Technologie teilen. Der Prototyp des Dacia Bigster Concept steht für den Aufstieg der Marke in das C-Segment. Der 4,60 Meter lange SUV steht auf der CMF-B-Plattform, die in Zukunft auch Lada nutzen wird. „Wir werden“, so Dacia-Lada-Chef Denis Le Vot, „Dacia auf

ein höheres Niveau heben mit dem Bigster Concept an der Spitze.“

Die Sportabteilung – inklusive Formel 1 – wird unter dem Dach der neuen Geschäftseinheit Alpine zusammengefasst. Zusammen mit Lotus soll ein vollelektrischer Nachfolger des A 110 entstehen, und außerdem, spekuliert „Le Figaro“, plant Luca De Meo angeblich auch ein kompaktes Sportmodell für Amateur-Motorsportler als Ersatz für den Mégane RS.

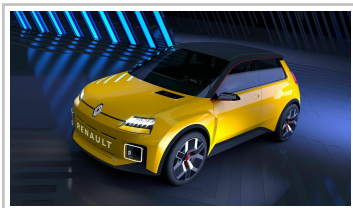
In der neuen Einheit „Mobilize“ schließlich werden die Geschäftsfelder der Daten-, Mobilitäts- und Energiedienstleistungen gebündelt, die bis zum Jahr 2030 rund 20 Prozent des Konzernumsatzes erzeugen sollen. Hierzu stellte Renault unter anderem den Prototyp eines zweisitzigen Carsharingfahrzeugs für die Stadt mit zwei Sitzplätzen und Wechselbatterie vor. (ampnet/ww)

Bilder zum Artikel



Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



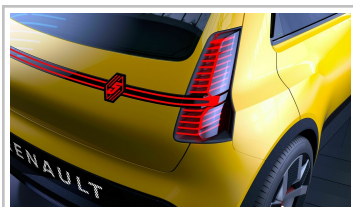
Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



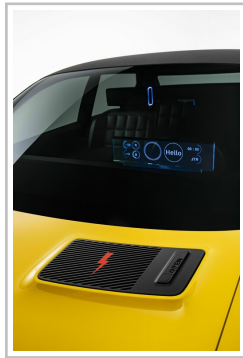
Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Renault 5 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



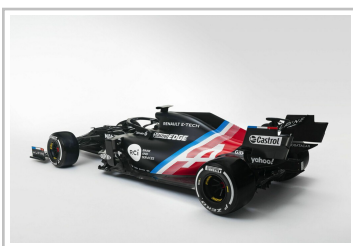
Dacia Bigster Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Dacia



Dacia Bigster Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Dacia



Formel-1-Showcar von Alpine.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Formel-1-Showcar von Alpine.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Mobilize EZ-1 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Mobilize EZ-1 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Mobilize EZ-1 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Mobilize EZ-1 Prototyp.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Renault-Mobilitätsmarke: Mobilize.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Renault-Mobilitätsmarke: Mobilize.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Luca de Meo.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Renault



Lotus.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Lotus
