



VOM R4 BIS ZUM ARKANA: HECKKLAPPEN ZUM LEBEN

STORY

„Ich will viel Ladevolumen sehen“, gab der von 1955 bis 1975 amtierende Renault Vorstandsvorsitzende Pierre Dreyfus seinen Mitarbeitern mit auf den Weg, als er sie mit der Entwicklung des Renault 4 beauftragte. Die Designer lösten die Aufgabe mit einer Innovation, die eine kleine Revolution auslöste: der großen Heckklappe. Mit der fünften Tür und dem flachen Boden war der Renault 4 gleichzeitig Limousine, Kombi und Lieferwagen. Was damals dazu gedacht war, das Einladen von Strohballen zu erleichtern, dient heute beim Arkana dazu, Reisegepäck und Großeinkäufe mit maximalem Komfort im Fahrzeug zu verstauen. Hugues, Geschäftsführer von Renault Classic, wirft einen Blick zurück auf die von Renault ausgelöste Revolution der Schräghecklimousinen.

Der Renault 4 wurde 1961 zu einer Zeit des gesellschaftlichen Wandels vorgestellt: Immer mehr Menschen in Frankreich ließen das Landleben hinter sich und zogen in die Städte. Jedoch ließ die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel vor allem in den Außenbezirken noch zu wünschen übrig. Es bildete sich das Bedürfnis nach einem Auto heraus, das sowohl für den ländlichen Raum als auch für die Stadt geeignet war. Ein Auto, mit dem man zum Einkaufen und zur Arbeit fahren konnten. Auch immer mehr Frauen wurden zu dieser Zeit erwerbstätig, und die Kaufkraft der Haushalte begann zu wachsen. Vor diesem Hintergrund bot der R4 mit seiner Heckklappe die ideale Lösung für das Leben in der Stadt und auf dem Land.

„Die Schräghecklimousine revolutionierte das Automobil, indem sie eine größere Modularität des Innenraums ermöglichte.“ Hugues, Geschäftsführer Renault Classic

Die fünfte Tür machte den R4 schnell zu einem gesamtgesellschaftlichen Phänomen – ganz im Sinne seines Initiators Pierre Dreyfus. Dieser hatte seinen Mitarbeitern erklärt, dass er sich viel Ladevolumen für ein „Auto wie eine Bluejeans“ wünsche – ein Auto, das Menschen aller Altersgruppen und Gesellschaftsschichten ansprechen sollte. Das Konzept ging auf und erwies sich als voller Erfolg: In über 30 Jahren verkaufte Renault mehr als acht Millionen R4 in mehr als 100 Ländern. „Die Heckklappe des R4 hat einen neuen Industriestandard und einen neuen Fahrzeugtyp hervorgebracht“, sagt Hugues. „Ein Fahrzeug, das Limousine, Kombi und Nutzfahrzeug in einem war.“

Dank der Heckklappe ließ sich der R4 problemlos beladen – von Strohballen bis hin zu Campingausrüstung bot er genügend Platz selbst für sperrige Fracht. Darüber hinaus ermöglichte die fünfte Tür eine höhere Innenraum-Modularität und machte aus dem R4 das erste „Auto zum Leben“. „Die Heckklappe zeigte, dass die Ingenieure von der traditionellen Struktur aus Motorhaube, Fahrgast- und Kofferraum abweichen konnten“, erklärt Hugues. „Die fünfte Tür ermöglichte eine größere Freiheit bei der Gestaltung. Neue Fahrzeugtypen wie Monospace oder SUVs konnten dadurch überhaupt erst realisiert werden.“

KLASSENLOSER HECK-TRICK

Nach dem Erfolg des R4 beschloss Renault, die große Heckklappe auch im traditionelleren Segment der Familienlimousinen einzuführen. So läutete 1965 der Renault 16 das Konzept des Schräghecks in der gehobenen Klasse ein. Der Renault 16 war so etwas wie die große Version des R4 – beide waren Schräghecklimousinen, hatten also eine fünfte Tür und boten eine hohe Innenraumvariabilität.

„Mit dem Renault 16 kam die Erkenntnis, dass Heckklappen in Familien- und Oberklassemodellen kein Verkaufshindernis darstellen.“ Hugues, Geschäftsführer Renault Classic

RENAULT PRESSE

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

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

In der Tat konnte jedes Modell eine große Heckklappe besitzen, einschließlich Limousinen, Coupés und Stadtautos. Renault begann mit der Entwicklung einer breiten Palette von Schrägheckmodellen wie dem R20 und R30, dem Fuego, dem R25 und dem R11. Als die Brüder Marreau 1982 in einem Renault 20 die Rallye Paris-Dakar gewannen, rückten Schrägheckfahrzeuge erneut ins Rampenlicht.

PERFEKTES KONZEPT FÜR DEN RENAULT ARKANA

In der Renault Produktpalette sticht der Arkana als Botschafter einer neuen Generation von Schrägheckfahrzeugen hervor. „Die Heckklappe passt perfekt zu diesem Crossover von SUV und Limousine“, so Hugues. „So verfügt der Arkana über ein schlankes, elegantes Design und erweist sich dennoch als äußerst praktisch. Die Schrägheck-Karosserie ermöglicht einen geräumigen, leicht zugänglichen Innenraum, der mehr Zuladung erlaubt als ein räumlich abgetrennter Kofferraum.“ Kurz gesagt, es ist das ideale Auto, um eine Golftasche zu transportieren – und bietet trotzdem genug Platz für einen Strohhallen.

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 1947 in Österreich vertreten und wird durch die Renault Österreich GmbH importiert und vermarktet. Im Jahr 2020 wurden 16.986 neue Personenwagen und leichte Nutzfahrzeuge der Marke Renault in Österreich zugelassen. Mit rund 2.560 Neuzulassungen der rein elektrisch angetriebenen Modelle ZOE E-TECH ELECTRIC, Kangoo E-TECH ELECTRIC und Master E-TECH ELECTRIC ist die Marke Renault zudem Österreichs zweitstärkster Anbieter von Elektrofahrzeugen. Das Renault Händlernetz wird kontinuierlich ausgebaut und zählt mittlerweile rund 171 Partnerbetriebe, die Autos und Dienstleistungen mit höchster Servicequalität anbieten.

* * *

Die Medienmitteilungen und Bilder befinden sich zur Ansicht und/oder zum Download auf der Renault Medien Seite:
www.media.renault.at

RENAULT PRESSE

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

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