Nähe sticht Größe

Jubiläum | Die Nobelmarke von Toyota wurde einst in den USA entwickelt und fand schnell in Deutschland seine Fans. Nach zuletzt turbulenten Jahren besinnt sich der Jubilar auf alte Stärken – ganz nah am Kunden.

Quiz-Frage: Gesucht wird eine Automarke aus Kalifornien, die mit dem Willen startete, anders zu sein – bewusst mit Konventionen zu brechen –, und zum Hightech-Produkt für eine sehr treue Fangemeinde wurde. Was für ein Fahrzeug-Label haben Sie im Kopf? Kleiner Tipp: Der Name beginnt nicht etwa mit „T", sondern mit „L". Lexus!

Die Nobelmarke von Toyota brach 1983 auf, der mobilen Welt eine weitere Facette zu verpassen. Das US-Markt war damals schon für den Mutterkonzern einer der wichtigsten Absatzgebiete. Aus der Überlegung heraus, eine XXL-Version des Bestsellers Toyota Camry zu entwickeln, wurde sechs Jahre später nicht nur der Lexus LS400, sondern er erhielt auch eine neue Identität. Ein Jahr später, also vor 25 Jahren, verkauften auch in Deutschland 20 Händler die Neuheit aus Fernost. Übrigens erst deutlich später, nämlich 2005, wurde Lexus auch in Japan heimisch.

GS, RX, NX | Nach der Geburtsstunde dauerte es bis 1998, bis die beiden angebotenen Luxus-Limousinen (neben dem LS400 war es in Deutschland der GS) mit dem RX einen hochbeinigen Bruder erhielten. Damals ein Wegbereiter im Segment der SUV. Wenn im Dezember dieses Jahres die vierte und noch etwas größere Generation des RX losrollt, dann wird sich diese am erfolgreichen Erbe des Best-sellers schlechthin mit dem Lexus-„L" auf dem Grill messen lassen müssen. In Deutschland macht ihm momentan der etwas kleinere NX mächtig Konkurrenz. In totalen Zahlen liest sich dies allerdings eher bescheiden. Was aber im Moment gewollt ist.

Aus Prinzip klein | Nach der vor knapp zwei Jahren begonnenen Neustrukturierung des Netzes, das momentan von übersichtlichen zwölf Partnerbetrieben und neun Händlern abgebildet wird, will man nicht sofort zurück zur alten Größe. Mittelfristig wolle man zwar die Präsenz wieder erhöhen, aber Dimensionen von 60 oder sogar 70 Händlern soll das Netzwerk nicht wieder erreichen. Denn: Das Versprechen einer individuellen Betreuung will die Marke wieder so leben, wie es die sehr hohen Loyalitätswerte vorgeben. Helfen soll dabei auch eine neue Art von Autohaus, wie sie im Juni in Osnabrück debütieren und einen Ausblick auf die neue Lexus-Erlebniswelt geben wird – ein passendes Präsent zur 25-Jahr-Feier. | *rs*

Fotos: Lexus

Seltenheit | Der SC 430 bestach mit einem V8-Motor und 286 PS, blieb aber eine Rarität

Bestseller | Der RX prägte das Segment der SUV mit und ist der Erfolgsgarant im Lexus-Reich

Gehobene Mittelklasse | Der IS fährt als Hybrid oder als Benziner vor

Zeitsprung | Mit dem LS400 (l.) begann die Geschichte der Marke, mit dem NX wird sie fortgesetzt