



STORY

DIE GESCHICHTE DES RENAULT SCÉNIC

EPISODE 1: VON INNEN NACH AUSSEN ENTWICKELT

In den 1990ern war Renault der Hersteller der „Autos zum Leben“. Als Erfinder der ersten europäischen Großraumlimousine, des 1984 eingeführten Espace, legte die Marke mit dem Rhombus 1996 im Segment der Kompaktklasse nach. Der Renault Mégane Scénic bot einen großzügig dimensionierten Innenraum voller innovativer Ideen. Louis Morasse war vor 25 Jahren der leitende Interieur-Designer des Mégane Scénic. In unserer heutigen Story verrät er uns, wie und warum der kompakte Van sozusagen von innen nach außen entwickelt wurde.

Auf der IAA 1991 präsentierte Renault mit dem Scénic Concept Car eine „Einladung zum Reisen“. Die Studie einer kompakten Großraumlimousine mit ihrer markanten an einen Kokon erinnernden Form erlaubte einen ersten Ausblick auf den fünf Jahre später debütierenden Mégane Scénic. Das revolutionär neue Modell wurde schnell zu einer Ikone. Die Arbeit daran war für die damaligen Designer ein absolutes Karriere-Highlight, wie sich Louis Morasse erinnert. „Die Gelegenheit, ein Auto von innen nach außen zu entwickeln, ergibt sich wohl nur einmal im Leben“, so der für das Interieur des Mégane Scénic verantwortliche Designer.

EIN IN SEINER ART EINMALIGES PROJEKT

„Autos zum Leben“ – so lautete in den 1990ern der Renault Markenclaim. Und ebenso wie der größere, seit 1984 angebotene Espace sollte auch der Mégane Scénic diese Aussage so perfekt wie nur möglich verkörpern. Morasse und die weiteren am Projekt beteiligten Designer hatten eine klare Vision vor Augen: In einem lichtdurchfluteten Innenraum sollte jeder seinen eigenen Sitz in erhöhter Position haben, um einen ungestörten Blick aufs Verkehrsgeschehen und die Umgebung genießen zu können. Es drehte sich alles um die Wohlfühlatmosphäre an Bord. Der neue Kompaktvan sollte seine Passagiere mit auf eine Reise nehmen – im wortwörtlichen wie im übertragenen Sinn.

Vor diesem Hintergrund entschied sich Renault bei der Entwicklung dieses ungewöhnlichen Autos für einen ungewöhnlichen Weg: Statt wie gewohnt von außen nach innen, arbeiteten die Designer und Ingenieure von innen nach außen.

„Beim Scénic genossen die Passagiere absolute Priorität. Anders als in ‚normalen‘ Autos war es im Scénic keine Strafe, hinten zu sitzen.“

Während die meisten Modelle jener Zeit mehr oder minder ausschließlich auf die Bedürfnisse des Fahrers zugeschnitten waren, richtete sich der Mégane Scénic an die gesamte Familie. Sein Interieur mit fünf Einzelsitzen, herausragender Variabilität, einer Vielzahl an Ablagemöglichkeiten sowie einem großen Kofferraum setzte neue Maßstäbe. Seine Sandwich-Bauweise ermöglichte nicht nur zusätzliche verschließbare Staufächer im absolut ebenen Fahrzeugboden, sondern hatte auch eine erhöhte Sitzposition zur Folge, was eine bessere Übersicht garantierte und so die aktive und passiver Sicherheit erhöhte. Mit diesen vielfältigen Qualitäten entwickelten sich der Mégane Scénic auf Anhieb zu einem absoluten Verkaufsschlager. 1999 legte der Bestseller den auf seine technische Basis verweisenden Namenszusatz ab: Er war jetzt einfach der Renault Scénic.

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

AUCH DIE ZWEITE UND DRITTE GENERATION VERSCHIEBEN GRENZEN

Mit der Einführung der zweiten Generation 2003 wurde aus dem Einzelmodell eine ganze Modellreihe mit drei Varianten. Denn neben dem fünfsitzigen Scénic mit einer Länge von 4,30 konnten sich die Kunden auch für den 20 Zentimeter längeren Grand Scénic mit wahlweise fünf oder sieben Sitzen entscheiden. Im Interieur baute die zweite Generation des Scénic das innovative Konzept des Kompaktvan-Pioniers weiter aus. So bot er neben einer verschiebbaren Mittelarmlehne unter anderem auch einen neuen Armaturenräger mit mittig platzierten digitalen Instrumenten und hochgesetztem Schalthebel sowie über den gesamten Innenraum verteilt insgesamt 91 Liter an zusätzlichem Stauraum. Die größere Windschutzscheibe und das optionale Panorama-Glasdach ließen noch mehr Licht ins Interieur und sorgten so für eine nochmals einladendere Atmosphäre an Bord.

Die 2009 vorgestellte dritte Generation des Renault Scénic legte im puncto Raumangebot nochmals nach. So standen nicht nur 92 Liter an Stauraum im Interieur zur Verfügung, vor allem setzten die Beinfreiheit in der zweiten und das allgemeine Platzangebot in der dritten Sitzreihe die Maßstäbe im Segment. Die Variabilität erreichte auch dank der klapp- und ausbaubaren Sitze der zweiten Reihe sowie der umklappbaren Beifahrersitzlehne ein nochmals höheres Niveau. Größere Fensterflächen ließen zudem noch mehr Tageslicht ins Interieur.

„Mit der Einführung des Scénic in den 1990ern kamen wir der Idealvorstellung des ‚Autos zum Leben‘ so nah, wie es nur geht“, blickt Louis Morasse auf die Anfänge dieser Erfolgsgeschichte zurück. „Wir wollten einfach ein wahres Familienauto mit Platz für jeden entwickeln.“ Das ist dem Interieur-Designer und seine Kollegen gelungen.

Hier geht es zum Video: <https://youtu.be/SVTZBpiWIDg>

* * *

ÜBER RENAULT

Renault ist die globale Marke der Renault Group, die in 134 Ländern der Welt vertreten ist und über 12.000 Markenhändler vertrieben wird. Als weltweit führende französische Marke strebt Renault seit ihrer Gründung danach, die Nutzung des Automobils neu zu denken und innovative Konzepte zu entwickeln. Dank ihrer großen Vielseitigkeit, ihrer Konnektivität und intuitiven Bedienung erleichtern die Modelle der Marke mit dem sinnlichen, warmen Design, ihren Alltag. Ein auf Innovation ausgerichteter Ansatz, der es unseren Kunden ermöglicht, ihr Leben mit Leidenschaft zu leben.

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 immatrikuliert. 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

media.renault.at