



Tokyo Motorshow 2011

Een wereld van verschil

Autoshow | Van 3 tot en met 11 december openen de deuren van het imposante "Big Sight"-complex voor de 42e Tokyo Motorshow. Hier tonen de Japanse merken traditioneel hun belangrijkste nieuwe modellen en de spannendste conceptcars. Met als thema "Mobiliteit kan de wereld veranderen" tonen 179 standhouders uit twaalf verschillende landen hier hun nieuwste modellen. Autozine doet alvast verslag.

Suzuki zet de toon en brengt drie conceptcars mee die tevens wereldprimeurs zijn (zie panoramafoto). De eerste daarvan is de elektrische Swift met hulpmotor. De "Swift EV" kan 30 km geheel elektrisch afleggen, daarna wekt een 660 cc benzinemotor elektriciteit op om de rit te vervolgen.

De knalgroene "Regina" is een superzuinige benzineauto die dankzij een superieure stroomlijn en een laag gewicht 1 op 32 haalt. De oranje "Q-Concept" is een studiemodel dat toont hoe (goederen)vervoer er in de verre toekomst uit zou kunnen zien.

Toyota

Toyota is naar eigen zeggen "Reborn" en legt de nadruk niet langer op alleen milieuvriendelijke auto's. Op een stand met een vloer van kunstgras worden vijf conceptcars getoond die rijplezier en respect voor het milieu zouden combineren.



Letterlijk de meest opvallende conceptcar is de Toyota "Fun-Vii". Het gehele oppervlak van de "Fun Vehicle interactive internet" is een beeldscherm waarmee de auto via de smartphone met de buitenwereld communiceert.



De "FCV-R" toont hoe ver Toyota is gevorderd met waterstof-technologie. Het merk verwacht rond 2015 de eerste waterstof-auto op de markt te brengen. Naast de FCV-R is een elektrisch aangedreven versie van de iQ te vinden. Deze "FT-EV III" kan 105 km geheel elektrisch afleggen.



Nissan

De Nissan "PIVO 3" is een elektrische stadsauto die ondanks het futuristische uiterlijk wel degelijk realiteit kan worden. De PIVO meet nog geen drie meter, maar biedt desondanks ruimte aan drie personen. Het meest bijzonder zijn echter de zwenkende wielen, waardoor de PIVO zonder steken kan worden ingeparkeerd.



De Esflow was al eerder in Genève te bewonderen en schittert in Tokio naast een extra sportieve uitvoering van de Leaf. Deze laatste is niet sneller dan de gewone Leaf, maar ziet er wel spannender uit.



Mitsubishi

Mitsubishi brengt volgend jaar de Mirage uit op de Aziatische markt. Later komt dit compacte model ook naar Nederland, waar het met een prijs van iets onder de tienduizend euro de strijd moet aangaan in het één na kleinste segment. Dankzij de driecilinder benzinemotor zou een verbruik van 1 op 30 haalbaar moeten zijn.



Daihatsu

In Nederland zal Daihatsu binnenkort van de markt verdwijnen, in Japan is het merk juist springlevend. Daar toont het de nieuwe Mira (Cuore) en een mogelijke opvolger van de Copen, genaamd "D-X". De D-X wordt aangedreven door een super-zuinige tweecilinder turbomotor van 64 pk / 110 Nm.



Helaas betekenen deze langverwachte nieuwe modellen geen wederopstanding van Daihatsu in Nederland. Omdat de modellen in Japan worden geproduceerd is de winstgevendheid door de hoge koers van de yen te gering.

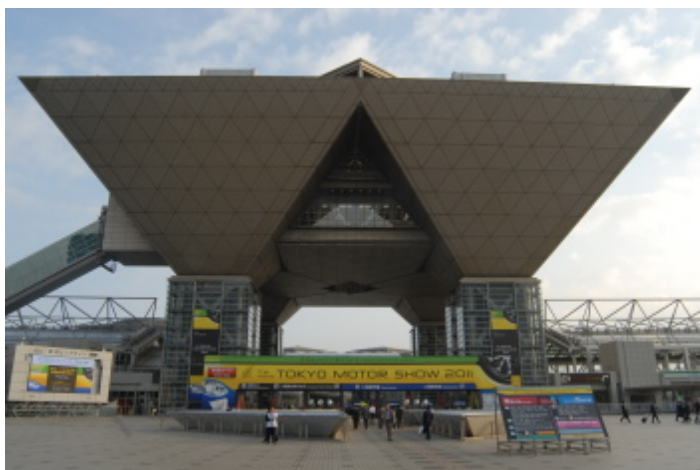
Honda

De nieuwe CR-V is voor het eerst in Japan te zien, maar staat bijna zielig op een hoekje van de stand. Ook Honda legt de nadruk op conceptcars. Met een open sportwagen ("EV Ster") en een sportief gelijnde coupé ("AC-X") wil Honda duidelijk maken dat de huidige hybride-technologie ook kan worden toegepast in spannende modellen.



Subaru

Na vele studiemodellen toont Subaru in Tokio de definitieve productieversie van de BRZ: een achterwielaangedreven sportwagen met boxermotor. Naast de BRZ schittert de "Advanced Tourer Concept". De "ATC" is een middelgrote stationwagen die onder de Legacy gepositioneerd zal worden.



Mazda

De nieuwe Mazda6 is bijna klaar en luistert nog even naar de naam "Takeri". De Takeri is vormgegeven volgens de nieuwe huisstijl van Mazda, die eerder al werd getoond in de nieuwe CX-5. Daarnaast moet de nieuwe zakenauto van Mazda uitzonderlijk zuinig worden dankzij een combinatie van efficiënte motoren en een laag gewicht; SkyActive heet dat bij Mazda.

Europa

Het verkeersbeeld in Japan ziet er heel anders uit dan in Europa. Zo'n 85% van alle auto's is van eigen makelij. Koreaanse, Italiaanse en Amerikaanse merken verkopen vrijwel geen auto's in Japan. Ook de Franse merken krijgen nauwelijks voet aan de grond.

Zo heeft Peugeot een uiterst bescheiden stand met daarop welgeteld twee auto's, Citroën doet het net iets beter met drie auto's op de stand. Jaguar en Land Rover delen een stand, maar brengen geen nieuwe modellen of conceptcars mee.



Alleen de Duitse merken weten succes te boeken in Japan. Volkswagen kiest Tokio daarom uit voor twee wereldprimeurs. De eerste is een eerder aangekondigde "Passat AllTrack": een vierwielangedreven Passat die dankzij luchtvering extra bodemvrijheid biedt. Daarnaast verrast VW met de "Cross Coupé", een fraaie en vooral elegant gelijnd

concept dat het midden houdt tussen een SUV en een Coupé.



Ook Audi brengt een heuse wereldprimeur in de vorm van de A1 Sportback: een vijfdeurs Audi A1. Eind januari is inmiddels een eerste test met deze extra praktische A1 gepland. Let op de auto in de achtergrond: dat is een speciale editie van de A1 in de kleuren van het nationale Japanse voetbalelftal.



Ook BMW heeft een wereldprimeur bewaard voor Japan: de "Active Hybrid 5" ziet het levenslicht in Tokio. Dankzij de hybride-aandrijving (55 pk elektromotor plus een 3.0 liter zescilinder turbo benzinemotor) is deze 5-Serie 20% zuiniger dan een vergelijkbaar model.



Meer dan alleen auto's

De Tokyo Motorshow beperkt zich niet tot personenauto's. Zo zijn er ook vrachtwagens, motorfietsen, accessoires en zelfs speelgoedauto's te vinden.

Bandenfabrikant Bridgestone (tevens hoofdsponsor van het evenement) presenteert de producten op een hoogst originele manier. Bij iedere band hoort een thematische modeshow met bijvoorbeeld winterjassen voor de winterbanden. Even verderop nodigt concurrent Goodyear het publiek uit voor een virtuele ruimtereis, bestaande uit een combinatie van een 3d film en acteurs op de stand. Erg leuk gedaan!



Zeer de moeite waard is de demo die de firma Kobot geeft met eenpersoonsvoertuigjes die de functie van de fiets zouden kunnen overnemen. Tijdens de wervelende demo wordt getoond hoe de rijdende

robots met de iPhone kunnen worden bestuurd en hoe ze zichzelf opvouwen om parkeren makkelijker te maken. Kobot wordt begin volgend jaar op de Japanse markt geïntroduceerd.

Japanse markt herstelt van zowel de financiële crisis als de recente natuurramp. De 42e Tokyo Motorshow bewijst daarom dat de Japanse autoindustrie de wereld nog steeds kan veranderen. ■



Conclusie

In een groots opgezet tentoonstellingscomplex vindt van 3 t/m 11 december 2011 een relatief kleine autoshow plaats. Wanneer alleen naar de oppervlakte van de show wordt gekeken, stelt de Tokyo Motorshow niet veel meer voor dan de Nederlandse AutoRAI. Gezien het enorme belang van de Japanse auto-industrie is de nieuwsaarde echter heel veel groter.

Alle aanwezige merken brengen zonder uitzondering spectaculaire studiemodellen mee. Bovendien toont de Tokyo Motorshow op overtuigende wijze hoe de

