

„Peugeot Scooters“ statt „Peugeot Motocycles“

Der Löwe lässt die Muskeln spielen

Seit 1858 brüllt der Löwe als Wappentier von Peugeot. Jetzt, nach 152 Jahren und passend zum 200. Geburtstag der französischen Traditionsmarke, lässt die stolze Raubkatze so richtig die Muskeln spielen: Im neuen Peugeot-Logo ist der Löwe nicht mehr auf blauer Hintergrundfarbe festgehalten, sondern schwebt frei im Raum, wobei raffiniert voneinander abgesetztes Hochglanz- und Mattsilber das Relief kraftvoller und jugendlicher zur Geltung bringen als je zuvor.

Wir bleiben im Rampenlicht, heißt das Signal, denn für die Zukunft hat sich Peugeot viel vorgenommen und will die Entwicklung besonders dynamischer und dabei besonders umweltfreundlicher Fahrzeuge mit bahnbrechenden Ideen vorantreiben. Scooter spielen bei dieser Strategie eine wichtige Rolle: Schon in diesem Jahr startet die Serienproduktion des abgasfreien E-Vivacity, der mit einem Aktionsradius von 80 bis 100 Kilometern und einer Ladezeit von maximal vier Stunden voll alltagstauglich ist und dabei nur ein Zehntel dessen an Strom kostet, was an der Benzin-Zapfsäule fällig wäre. Nächstes Projekt ist dann ein dreirädriger Hybrid-Scooter mit den Beschleunigungswerten eines Sport-Motorrads, aber dem bescheidenen Verbrauch eines Mopeds.

Doch auch schon jetzt ist die Zweirad-Flotte von Peugeot mit kraftvollen, sparsamen Motoren, überlegener Fahrwerkstechnik und pfiffigen Design-Ideen auf der Überholspur. In Zukunft heißen die Roller aus Frankreich „Peugeot Scooter“ – einfach, klar und prägnant.

(PMD 21.01.2010)