

Peugeot Motocycles feiert die Premiere des „V-Clic“

Viertakt-Technik zum Zweitakt-Preis

Peugeot Motocycles sprüht vor neuen Ideen. Hebt sich der französische Zweiradhersteller schon mit der verführerisch schlanken „Ludix“-Rollerserie zu Kampfpreisen ab 999 Euro wohltuend von der Masse der Scooter-Hersteller ab, so zielt der neue „V-Clic“ trotz ähnlicher Preisgestaltung auf eine ganz andere Marktlücke. In den Farben blau, orange und schwarz zu haben, reiht sich der neue Allround-Roller mit seinem Hubraum von 50 ccm zwar nahtlos in das breit gefächerte Angebot anderer Scooter mit kleinem Versicherungskennzeichen ein. Trotzdem ist an der Motorisierung des V-Clic alles anders: Das kleine Triebwerk pocht nicht mit zwei, sondern mit vier Takten, was dank sonorem Auspuffgeräusch und souveräner Laufkultur ein besonders entspanntes Mitschwimmen im Verkehr ermöglicht.

Auch die anderen Vorteile des Viertaktprinzips sind überzeugend: Wegen des geringen Verbrauchs muss der Besitzer seltener eine Tankstelle ansteuern, und dort ist es dann mit ein paar Litern Sprit aus der Zapfsäule getan. Das regelmäßige Nachfüllen von Zweitaktöl ist kein Thema mehr, ebenso wenig wie der charakteristische Geruch von Zweitaktmotoren, der im Stadtverkehr mit vielen Ampelstopps vor allem für den Beifahrer störend werden kann. Nachteile hat der kleine Viertakt-Motor nicht: Dank munterer 2,7 PS strebt der V-Clic genauso emsig der zulässigen Höchstgeschwindigkeit von 45 km/h entgegen wie seine Zweitakt-Konkurrenten, und die Ausstattung mit Kick- und Elektrostarter, Scheibenbremse vorn und geräumigem Staufach entspricht bestem Klassenstandard.

Den Peugeot V-Clic gibt's trotzdem für besonders günstige 1049 Euro – ein Tiefstpreis, der durch die neue Kooperation mit dem chinesischen Hersteller Jinan QingQi Motorcycle möglich wurde. „Peugeot Motocycles ist ein langfristiges Joint Venture mit QingQi eingegangen. Wir werden dort ein gemeinsames Produktionsunternehmen

etablieren,“ erklärt Dieter Scholz, Geschäftsführer von Peugeot Motocycles Deutschland. „Ziel der Zusammenarbeit ist nicht nur, günstige Fahrzeuge in Europa anbieten zu können, sondern gemeinsam neue Märkte im asiatischen und südamerikanischen Raum zu erschließen.“

(PMD 19.04.2007)