Mobile Club-Lounge für junge urbane Trendsetter

Mobile Club-Lounge für junge urbane Trendsetter

Mercedes-Benz Vision Tokyo: Connected Lounge
Der Vision Tokyo ist die neueste richtungsweisende Raumerfahrung von Mercedes-Benz: Mit seinem monolithischen Körper, der futuristischen Designsprache und der einzigartigen Lounge-Landschaft im Innenraum ist er luxuriös, jung und progressiv - er erweist damit der modernen Megacity und Trendmetropole Tokyo seine Reverenz. Raumeffizient, wandlungsfähig und intelligent vernetzt ist der wahlweise autonom fahrende Vision Tokyo ein Urban Transformer, der die Verjüngung der Marke Mercedes-Benz widerspiegelt. Zugleich setzt der innovative Fünfsitzer die Reihe der visionären Design-Showcars wie Vision Ener-G-Force (Los Angeles, November 2012), AMG Vision Gran Turismo (Sunnyvale, 2013) und G-Code (Peking, November 2014) fort.
In Japans Hauptstadt Tokyo leben rund neun Millionen Menschen auf 622 Quadratkilometern - eine Fläche kleiner als Paris, aber mit mehr als viermal so vielen Menschen. Die Megacity kombiniert auf eine faszinierende Weise Tradition mit Hightech-Moderne und erfindet dabei ständig neue Trends - damit bildet sie den idealen Premierenort für den Mercedes-Benz Vision Tokyo. Auf der Tokyo Motor Show (30. Oktober bis 7. November 2015) zeigt er sich erstmals der Weltöffentlichkeit.
Gorden Wagener, Leiter Design Daimler AG: "Der Mercedes-Benz Vision Tokyo verkörpert das Konzept einer automobilen Lounge für eine zukünftige Generation von Megacities. Das klare, sinnliche Design des Vision Tokyo definiert eine neue Ausprägung des modernen Luxus von Mercedes-Benz." Mit seiner konzeptionellen Botschaft spiegelt das Fahrzeug die Verjüngung der Marke Mercedes-Benz und die Wahrnehmung als stilprägende Designmarke wider. Entworfen haben den Vision Tokyo die Designer des globalen Advanced Design Studio-Netzwerks von Mercedes-Benz.
Nach dem Forschungsfahrzeug F 015 Luxury in Motion als autonom fahrender Luxuslimousine zeigt Mercedes-Benz jetzt mit dem Vision Tokyo, wie das Auto der Zukunft zu einem hippen Lebensraum wird - zu einer Chill-Out-Zone im quirligen Straßenverkehr von Megacities.
Der Vision Tokyo ist eine Hommage an die urbane Generation Z, die nach 1995 geboren und mit den neuen Medien groß geworden ist. Für diese globale Generation hat das Fahrzeug einen neuen Stellenwert: Es ist nicht nur Fortbewegungsmittel, sondern vielmehr ein digitaler, automobiler Begleiter. Und der Vision Tokyo geht noch einen Schritt weiter: Dank innovativer Algorithmen entwickelt er sich ständig weiter, bei jeder Fahrt lernt er dank Deep Machine Learning und einer intelligenten Predictive Engine seine Insassen und deren Wünsche und Vorlieben besser kennen. Damit ist der Vision Tokyo ein perfekter Gefährte für die Generation Z.
Mit seinem großen Fahrzeugvolumen ist der Vision Tokyo ein neues Konzept für Mercedes-Benz Cars. Betont werden diese Proportionen durch die monochrome Lackierung in Alubeam und die im Siebdruck-Verfahren in Wagenfarbe bedruckten Seitenscheiben. Diese sorgen für eine private Atmosphäre, lassen gleichzeitig aber genügend Licht in den Innenraum und gewähren so den freien Blick nach draußen.
Beleuchtete blaue Flächen und Linien - unter anderem den 26 Zoll großen Felgen und den Seitenschwellern - setzen überraschende farbige Akzente und signalisieren den emissionsfreien Elektroantrieb der Studie. Einen Hinweis auf den möglichen autonomen Betrieb und die dazu nötige umfangreiche Umfeldsensorik, unter anderem mit einer 360-Grad-Kamera, gibt die Finne auf dem Fahrzeugdach.
Statt einer klassischen Frontscheibe besitzt der Vision Tokyo eine durchgehende Glasfläche - ähnlich der Cockpitverglasung eines Powerboats. Wie beim AMG Vision Gran Turismo sind die Frontscheinwerfer weit nach außen gerückt und schräg gestellt. Auf dem Feld an der Front des Fahrzeugs können unterschiedliche Leuchtfunktionen dargestellt werden. Läuft Musik im Fahrzeug, visualisiert das Display beispielsweise wie ein Sound-Analyser das Klangbild. Die Heckscheibe ist mit roten LED-Kuben ringförmig umrandet, was für eine optische Tiefe sorgt. Auch hier lässt sich das LED-Feld - zur Anzeige des Blinkers oder der Analyser-Funktion - nutzen.
Die Abmessungen des Vision Tokyo (Länge/Breite/Höhe: 4.803/2.100/1.600 mm) entsprechen denen eines Mittelklasse-Fahrzeugs. Die bis zu fünf Passagiere gelangen über die nach oben schwingende Türe auf der linken Seite in den Innenraum - ideal für den Linksverkehr in Japans Megacity. Die klassische Sitzordnung in Reihen ist somit aufgehoben, auch ein "vorne" und "hinten" gibt es nicht mehr: Platz genommen wird stattdessen auf einer großen oval geformten Couch. In dieser einzigartigen Lounge-Landschaft können alle Passagiere die Vorteile des autonomen Fahrens genießen. Denn auch wenn die "Generation Z" häufig die sozialen Medien nutzt, bevorzugt sie, so möglich, den persönlichen Kontakt. Und für diese Face-to-Face-Kommunikation wurde die Sitzanordnung optimiert. Als moderne Club-Lounge bringt der Vision Tokyo Menschen zusammen. Im autonomen Fahrmodus können sie entspannen und chatten, ohne sich um die Fahrt durch den dichten Verkehr kümmern zu müssen.
Hinter den Passagieren befinden sich große LED-Bildschirme im Wrap-around-Design. Die perforierten Sitze sind hinterleuchtet, was ein High-Tech-Ambiente erzeugt, ein gewollter Kontrast zur weichen Oberfläche des hellen Leders. Apps, Landkarten und Anzeigen des Entertainment-Systems werden mit einem Projektor als dreidimensionale Hologramme im Raum dargestellt.
Soll der Vision Tokyo nicht autonom fahren, sondern von Hand gesteuert werden, lässt sich in Fahrtrichtung vorne mittig ein Sitz aus der Couch herauslösen, ähnlich dem "Jump Seat" in Flugzeug-Cockpits. Auch das Lenkrad wird aus der Standby-Position in Fahrlage gebracht.
Zudem wurde die Karosserie des Vision Tokyo so konzipiert, dass ein Elektroantrieb mit Brennstoffzelle aufprallgeschützt integriert werden kann. Dieser basiert auf dem wegweisenden F-CELL PLUG-IN HYBRID des F 015 Luxury in Motion und kombiniert die Stromerzeugung an Bord mit einer besonders leistungsfähigen und kompakten Hochvoltbatterie, die berührungslos per Induktion aufgeladen werden kann. Zur Wasserstoffspeicherung sieht das Konzept Drucktanks aus CFK vor. Die Gesamtreichweite dieses Elektro-Hybridsystems beträgt 980 Kilometer, davon können rund 190 Kilometer mit der Batterie gefahren werden und ca. 790 Kilometer mit dem on-board generierten Strom aus der Brennstoffzelle.
Der Vision Tokyo setzt die Reihe der visionären Design-Showcars wie Vision Ener G-Force (Los Angeles, November 2012), AMG Vision Gran Turismo (Sunnyvale, 2013) und G-Code (Peking, November 2014) fort. Dank des weltweit aufgestellten Mercedes-Benz Designs greifen diese Studien lokale Design-, Kultur- und Mobilitätstrends auf und stellen sie in den Fokus der Mobilitätskonzepte. Zugleich blicken diese Showcars weit über die nächsten Fahrzeuggenerationen hinaus.
Globales Advanced Design - die Mercedes-Benz Design Studios
Mit seinem Advanced Design setzt Mercedes-Benz auf ein globales Netzwerk: In insgesamt fünf Advanced Design Studios in Carlsbad (USA), Sunnyvale (USA), Como (Italien), Peking (China) und Sindelfingen (Deutschland) arbeiten Designer und Modelleure an den Fahrzeugen von morgen und übermorgen.

Ansprechpartner:
Koert Groeneveld
Globale Produkt-Kommunikation Mercedes-Benz Cars,
Telefon: +49 (0)711 17-92311
koert.groeneveld@daimler.com
Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar:
 www.media.daimler.com und www.mercedes-benz.com
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=597340" width="1" height="1">

Pressekontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Firmenkontakt

Daimler AG

70546 Stuttgart

Über DaimlerDie Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen, Geldanlagen und Kreditkarten sowie innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität: Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DAI). Im Jahr 2013 setzte der Konzern mit 274.616 Mitarbeitern 2,35 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 118,0 Mrd. ?, das EBIT betrug 10,8 Mrd. ?.