

Caravan-Salon 2013: 25 Jahre Zweitwohnung von VW

Von Alexander Voigt

Reisemobile? Die gibt es doch bei Volkswagen schon seit den 1950er Jahren, oder? Es dürfte die Macht der Bilder sein, die bei vielen Menschen für diesen Irrglauben sorgt. Motive von Ausflügen mit dem T1 oder Familienreisen bis nach Italien mit dem T2. Vielleicht aber auch die Aufnahmen von „Love, Peace and Happiness“ aus den farbenfrohen 70er Jahren des letzten Jahrhunderts. Volkswagen Nutzfahrzeuge, der Hersteller der Fahrzeuge, die von Hannover aus die Welt unter ihre Räder nahmen, hatte damit jedoch herzlich wenig zu tun. Die Kunden selbst bauten neue wie alte Transporter mit viel Liebe zu Detail um zu Reise- und vor allem Wohnmobilen.

Und im Laufe der Zeit übernahmen Ausrüster wie Westfalia diese Arbeit. Als Modell „Berlin“ beim T2 und dann entstand schließlich der legendäre „Joker“ auf Basis des T3. Diese Umbauten wurden jedoch immer umfangreicher und daher für „Ottonormalverbraucher“ irgendwann unerschwinglich. Das war der Ausgangspunkt für die Überlegungen von Volkswagen ein eigenes Reisemobil auf den Markt zu bringen. Und so stand im heißen Sommer 1988, in dem sich die Bonner Republik zum letzten Mal mit der DDR packende Duelle bei Olympischen Sommerspielen liefern sollte, zum ersten Mal ein „California“ auf dem VW-Messestand auf der „Caravan“. Er war knapp 10 000 Mark preiswerter als ein vergleichbares Modell aus dem Hause Westfalia.

25 Jahre und 100 000 gebaute Reisemobile später nimmt Volkswagen das Jubiläum zum Anlass, auf dem diesjährigen Caravan-Salon in Düsseldorf (- 8.9.2013) das Sondermodell California Comfortline Generation vorzustellen. Neben umfangreichen Ausstattungsmerkmalen ist es vor allem der Preisvorteil von knapp 2000 Euro, den die Kunden schätzen werden. Das Sondermodell verfügt über anthrazitfarbene 17-Zoll-Leichtmetallräder. Die abgedunkelte Privacy-Verglasung, die grauen Sitze in Leder-Alcantara-Kombination, die Komfortschlafauflage und der bereits verbaute Fahrradträger verleiten dazu, gleich vom Hof des VW-Händlers in den Urlaub zu starten.

Eckhard Scholz, Sprecher des Markenvorstandes Volkswagen Nutzfahrzeuge, betont:

„Die Fahrer unserer Reisemobile gehören zu unseren anspruchsvollsten Käufern. Ihnen geht es nicht nur um Leistung und Qualität des Fahrzeuges, sondern auch um die Einrichtung ihrer mobilen Zweitwohnung.“ Die erneute (noch prognostizierte) Steigerung der Verkaufszahlen 2013 gegenüber 2012 macht den California zu einem „profitablen Geschäftsmodell“, meint Scholz.

Das Schauspielerehepaar Elena Uhlig und Fritz Karl wussten am Vorabend des Caravan-Salons von ihren ganz eigenen Erlebnissen zu berichten. Karl Senior und Junior sind passionierte Fliegenfischer und schätzen die große Anzahl an Staufächern. Noch nie seien ihnen ihre Köder in einem Volkswagen durcheinander gefallen. Elena Uhlig weiß die Flexibilität des California zu würdigen: „Wir sind einfach spontaner und schneller unterwegs als mit einem großen Campingmobil. Und nachdem unsere Kinder das Aufstelldach entdeckt haben, wollen sie im Urlaub kaum mehr in ein normales Hotelzimmer.“

Begeisterung bei den Kunden von morgen, was will man als Hersteller mehr?
(ampnet/av)