

Citroen DS – eine Marke im Übergang

Von Jens Meiners

Große Ziele verfolgt Citroen mit dem Nobel-Ableger DS. Was mit dem DS 3 als Gegenentwurf zum Mini, dem Crossover DS 4 und dem von der Studie C-Sportlounge abgeleiteten DS 5 begonnen hat, soll sich zu einer international erfolgreichen Premium-Marke entwickeln. Als Hebel dafür dient der chinesische Markt, gefolgt von Europa. Um den klassischen Luxusmarkt USA wollen die Franzosen man unterdessen einen weiten Bogen schlagen.

In China ist Citroen auch schon etwas weiter: Der dort angebotene Crossover DS 6 gilt vielen Betrachtern als das gelungenste Modell, und die relativ konservative Stufenheck-Limousine DS 5 LS verfügt immerhin schon über das neue DS-Gesicht. Es verzichtet auf den klassischen Citroen-Doppelwinkel – eine etwas kuriose Entwicklung, nimmt man doch mit dem Markennamen DS explizit Bezug auf jene ikonische Limousine, die der Philosoph Roland Barthes in einem hymnischen Text als „Boten der Übernatur“ bezeichnete.

Mit rund einem Jahr Verzögerung kommt das neue DS-Gesicht ab 2015 auch nach Europa; den DS6 wird hier allerdings nicht geben, weil bei der Entwicklung kein passendes Diesel-Aggregat vorgesehen wurde.

Zum Jahresausklang 2014 gibt es für den DS 3 und DS 3 Cabriolet ein Facelift, zu dem aufwändige Xenon-Scheinwerfer und „wischende“ Blinker gehören – und der einst gemeinsam mit BMW entwickelte 1,6-Liter-Turbomotor leistet jetzt 121 kW /165 PS, zehn PS mehr als zuvor. Damit geht der sportliche Kleinwagen nochmals agiler ans Werk. Der auf dem Citroen C4 basierende DS 4 wiederum erhält einen 1,2-Liter-Dreizylinder-Ottomotor mit 96 kW / 130 PS, der erstaunlich kräftig antritt. Dank guter Schallisolierung stört der Dreizylinder den Komforteindruck nicht. (ampnet/jm)

Bilder zum Artikel



Citroen DS 6.



Citroen DS 3.



Citroen DS 4.
