# Geely und Volvo bauen eine neue Marke: Lynk&Co

Von Peter Schwerdtmann

China ist ein großes Land und Volvo eine große Marke. Dennoch: Der Plan hat es in sich. Inmitten der vielen hundert Marken auf dem weltweiten Automobilmarkt will Geely, die chinesische Mutter von Volvo, nun eine neue schaffen. Da steckt Ehrgeiz dahinter, denn der Auftrag von Geely-Chef Conghui An verlangte von Entwicklern und Designern nicht weniger als die besten Autos der Welt für eine wirklich globale Marke, die für ein neues Denken steht. Seit dem Big Bang gestern in der Volvo-Heimatstadt Götebörg kennen wir auch den Namen. Und schon der ist ungewöhnlich: Lynk&Co.

Wir sahen das erste Auto mit dem Namen Lynk&Co 01 – gesprochen ohne „&“ wie eine Zusammenziehung von Link und der Kurzform von Connectivity. Alain Vissser, der Senior Vice President von Lynk&Co, und sein Chef-Designer Peter Horbury fanden große Worte: Lynk&Co wolle nicht dem Trend folgen, sondern den Trend setzen. Der 01 soll als kompaktes SUV für das urbane Publikum antreten, also in einem Markt, wo auch andere alles geben, weil das Segment nicht nur in Europa zu den am schnellsten wachsenden gehört. Mindestens jedes fünfte neu zugelassene Fahrzeug ist heute in dieser Klasse unterwegs,

Auf einem weißen Blatt Papier habe man 2013 mit der Entwicklung begonnen, hörten wir immer wieder. Diese Chance hat offenbar alle Beteiligten in Entwicklung und Design sehr beflügelt, ihr Ziel eines neu gedachten Autos zu erreichen. Deswegen würde jeder Vergleich mit existierenden oder nicht mehr präsenten Fahrzeugen in Göteborg sicher als unfreundlich empfunden. Beschränken wir uns deswegen aufs Beschreiben.

Das Gesicht ist geprägt von einem schwarzen Kühlergrill, der sich bis in die Seiten hineinzieht. Hinter dessen Lamellen verbergen sich die Scheinwerfer, die nur zu sehen sind, wenn sie eingeschaltet werden. Dennoch hat der 01 Augen. Die sitzen oben auf den Kotflügeln auf dem früheren Platz der Begrenzungslichter. Jetzt bilden dort zwei große Tagfahrlichter mit jeweils zwei Reihen LED die Hingucker. Vom Tagfahrlicht an beginnt eine Kante der Motorhaube, die sich über die gesamte Seite hinzieht. Die Schnauze selbst ist rund ausgebildet, und die Haube schwingt sich in sanfter Kurve nach oben.

Die Seite wird von drei weiteren geraden Linien gegliedert, sodass der Wagenkörper trotz recht hoher Gürtellinie nicht massig wirkt. Die Oberkante der Seitenfenster wird von einem sich nach hinten hin verbreiternden Chromelement begrenzt. Am Heck zitiert ein schwarzer Streifen über die gesamte Breite den Kühlergrill. Die Heckleuchten ziehen sich in die Heckklappe hinein.

Der Innenraum gefällt durch harmonisch geschwungene Linien und einen Materialmix, der Hochwertigkeit symbolisiert. Die Mittelkonsole – hier lässt sich der Vergleich nicht vermeiden – erinnert an die bekannter Volvo-Modelle: zwei ebene Flächen, die von starken Chromränder umschlossen werden. Im unteren der beiden Flächen sitzt der große Touchscreen mit dem die Themen Infotainment und Konnektivität abgehandelt werden. Hier investieren die Entwickler offenbar viel, um in dieser Wagenklasse ganz vorn dabei zu sein. Das gipfelte in der Aussage über einen der Kernwerte der neuen Marke. Was für Volvo die Sicherheit bedeute, sei für den 01 und seine schon in der Entwicklung befindlichen Markenkollegen die Konnektivität.

Natürlich nutzen die neuen Fahrzeuge auch das komplette Know-how der Schweden in Sachen Sicherheit. Das gilt sowohl für die passive, als auch für die aktive Sicherheit. Das Angebot an Fahrer-Assistenzsystem wird komplett sein.

Der Lynk&Co 01 soll im vierten Quartal des kommenden Jahres zunächst in China auf den Markt kommen. Damit aber für die Wartezeit klar bleibt, wie ernst es Geely mit dem neuen Ansatz meint, fuhren sie in Göteborg eine Studie auf die Bühne: breit, flach, schnell aussehend und mit Flügeltüren.

Bei dem Know-how der Schweden, dem Elan der Chinesen und der hinter dem Plan stehenden wirtschaftlichen Kraft wird dieser Anlauf, ein in China gebautes Auto in die Welt zu setzen, funktionieren, wenn es China verlässt. Das gefällt auch Volvo. Das wurde schon bei der Begrüßung vor dem Big Bang klar, als Volvo-Chef Haakan Samuelsson sagte: „Eine starke Marke Lynk&Co wird auch für Volvo gut sein.“ (ampnet/Sm)

## Bilder zum Artikel

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely

Lynk&Co
01.

Foto: Geely