

---

## Byton auf Kurs: Elektrische Erlebniswelt

Von Matthias Knödler

Die Investorengelder fließen. Die Phalanx der vollelektrischen Premium-Mobile aus China ist deshalb inzwischen fast unüberschaubar. Klar ist allerdings: Nur die besten werden überleben. Eine Firma, die gute Chancen hat, den Selektionsprozess erfolgreich zu überstehen, ist das Startup Byton. Geführt vom Vater des BMW i8, dem früheren BMW-Manager Carsten Breitfeld, verfügt es inzwischen über Kapital in Höhe von über 300 Millionen Euro.

Schon auf der CES in Las Vegas gab es das Byton Concept zu sehen, einen Crossover-SUV von 485 cm Länge, der auf 22-Zoll-Rädern steht und mit einem sehr futuristischen Design glänzt, das aus der Feder des ehemaligen BMW-Designers Benoit Jacob stammt. Jetzt erlebt das Byton Concept seine Europapremiere, und zwar auf der Messe „Design Week“ in Mailand. Der Ort passt gut zu der Marke, die vieles anders machen will als klassische Autohersteller.

Zwei Varianten sollen auf den Markt kommen: Das Einstiegsmodell verfügt über Heckantrieb, einen Antrieb mit 272 PS (200 kW) und eine 71-kWh-Batterie für 400 Kilometer Reichweite. Es soll nur 45 000 US-Dollar kosten (umgerechnet weniger als 37 000 Euro). Darüber rangiert eine Variante mit Allradantrieb, 476 PS (350 kW, davon 200 kW an der Hinterachse) und einer 95-kWh-Batterie für 520 Kilometer Reichweite. Ein Preis für diese Variante steht noch nicht fest.

China zuerst

Mit der Einpreisung für Europa kann sich Byton allerdings auch noch Zeit lassen. Zunächst lanciert Byton das Serienmodell 2019 in China, Mitte 2020 folgen die USA mit Schwerpunkt Kalifornien. Erst in der zweiten Hälfte 2020 will Byton in Europa auf den Markt kommen. Deutschland ist für das Prestige der Marke besonders wichtig, „auch wenn man dort nicht unbedingt viel verdient“, wie ein Insider verrät. Insgesamt wird Europa wohl weniger als 25 Prozent des Gesamtvolumens ausmachen.

Das Byton Concept entspricht bereits zu 80 bis 90 Prozent dem Serienstand. Elemente wie Kameras und Außenspiegel, Türgriffe, Ablagekonzepte sowie der Einstieg hinten hängen teilweise von den Regularien und Vorlieben auf den Einzelmärkten ab. Klar ist allerdings: Man will sich nicht verzetteln. „Wir wollen ein gutes Auto bauen ohne Schnickschnack wie Flügeltüren“, sagt ein Byton-Manager.

Und es setzt noch einen zweiten Seitenhieb auf Tesla: Die Leistung soll bei Byton ohne Einbußen mehrfach abrufbar sein. Allerdings will man „keinen Sportwagen bauen“, schließlich wolle Byton hohe Stückzahlen erreichen und im Preis erschwinglich bleiben.

Mehrere Varianten

Auf der sauber durchkonstruierten Plattform, die sich teilweise an den Baukästen im VW-Konzern orientiert, können mit überschaubarem Aufwand mehrere Varianten gebaut werden. Nach dem mittelgroßen Crossover-SUV wird es eine Raumlimousine mit sieben Sitzen geben.

Zu den spannendsten Elementen im Byton gehört der horizontale 49-Zoll-Bildschirm im Cockpit, der sich beinahe über die gesamte Fahrzeugbreite spannt. Amazon Alexa ist integriert, zudem verfügen die Modelle über Systeme zur biometrischen Identifizierung.

---

Beim autonomen Fahren lässt Byton die sprichwörtliche Kirche im Dorf: Zunächst kommt das Auto auf dem Level 3. Level 4 ist erst später vorgesehen, Level 5 ist „utopisch und kommt nicht in absehbarer Zeit“.

Auch auf ein Batteriewechselsystem wird verzichtet: „Teuer und ökologisch nicht sinnvoll.“ Stattdessen wird gemeinsam mit Kooperationspartnern ein Ladenetz aufgebaut.

#### Innovatives Vertriebskonzept

Beim Vertrieb gehen die Chinesen innovative Wege und konzentrieren sich auf das Konzept der Byton Brand Stores. Sie werden ab Ende 2018 als „Markenerlebnisräume“ in Metropolen in China, Europa und den USA eröffnet. Dort sollen in verschiedenen Themenwelten unter anderem die Bereiche Vernetzung und Autonomie erlebbar werden.

Über die reine Technik können sich Kunden auch im Internet informieren, und deshalb soll dem, der sich auf den Weg in einen Byton Brand Store macht, auch etwas mehr geboten werden: „Er soll eine 'enjoyable time' erleben und in Themenwelten eintauchen, in denen Byton zuhause ist“, formuliert Marketingchef Henrik Wenders. Dabei will man, so der frühere BMW-Manager weiter „klar unsere Werte und Haltung rüberbringen“. Der Vertrieb soll dann über ein Agenturmodell mit Retailpartnern organisiert werden. Diese Partner stellen Infrastruktur und Personal, Byton bleibt allerdings Vertragspartner der Endkunden.

Schon zwei bis drei Jahre nach Markteinführung erwartet Byton den Break-Even-Point. Man darf also gespannt sein auf die innovativen Elektroautos aus der chinesischen Provinz Nanjing. (ampnet/mkn)

---

## Bilder zum Artikel



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler

---



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler

---



Tonmodell des Byton Concept.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler



Byton.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Matthias Knödler

---