

Toyota AG

Schürmattstrasse
5745 Safenwil
T +41 (0)62 788 88 44 F +41 (0)62 788 86 20
pressrelease@toyota.ch
www.toyota.ch



Info Media

16. Februar 2007
04/07 PR/MD

Happy Birthday: Toyota AG wird 40-jährig

Zwei Kulturen – ein Erfolg: Am 17. Februar 1967 landet Toyota mit einem erfolgreichen Sprung, dem legendären Sprung von Adliswil, auf dem Schweizer Markt. Die Gründer, die Herren Emil und Walter Frey, besiegeln damit den Markteintritt der Automarke Toyota in die Schweiz. Damit beginnt der steile Aufstieg von Toyota in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Zum Geburtstag glänzt Toyota im Rampenlicht und darf für ihre umfassende Modellpalette die Attribute höchste Qualität und Kundenzufriedenheit, fortschrittlichste, umweltfreundliche Technologien (u.a. Hybrid-Synergy-Drive® und Clean Power Diesel) sowie Sicherheit, Langlebigkeit und Zuverlässigkeit auf sich vereinigen.

Am 17. Februar 1967 wurde in Adliswil beim Restaurant Grütfarm im Beisein der Schweizer Medien die Importgesellschaft Toyota gegründet. Die Ueberraschung des Medienanlasses war ein unbekanntes Automobil, das über eine Rampe jagte, eine Japan-Flagge durchstieß und alsdann auf Schweizer Boden landete. Das spektakuläre Ereignis war Toyotas Einstand auf dem Schweizer Markt. In Urdorf nahm 1967 eine zehnköpfige Belegschaft den Importbetrieb auf. Was damals wohl niemand inner- und ausserhalb der Branche für möglich gehalten hatte, sollte bald zur Gewissheit werden: der „Sprung von Adliswil“ war der Beginn einer aussergewöhnlichen Erfolgsgeschichte. Aeusseres Zeichen für den steilen Aufstieg der Toyota AG war der bereits 1972 notwendig gewordene Umzug nach Safenwil, wo das Unternehmen mit dem neuen, seither immer wieder um- und ausgebauten Importcenter jene Infrastruktur erhielt, die zur Befriedigung des wachsenden Markterfolges nötig wurde. Innert fünf Jahren steigerte Toyota ihr jährliches Verkaufsvolumen von 500 auf über 22'000 Einheiten. So schnell war zuvor und nachher nie wieder eine Marke gewachsen – und dies im bekanntermassen anspruchsvollen Schweizer Markt. Handfeste Hinweise auf die hohe Marktakzeptanz der von Toyota Schweiz vertretenen Automobile lieferten andererseits die Absatzzahlen und das Vorrücken der Importgesellschaft in vorderste Positionen der Markenrangliste. Eine Tatsache, die übrigens auch für die seit 1970 bzw. 1973 eingeführten Industriemaschinen (z.B. Gabelstapler) respektive leichten Nutzfahrzeuge zutrifft. In der Zeit von 1980 bis 1995 belegten die Toyota Nutzfahrzeuge vierzehn Mal den ersten Rang in der Nutzfahrzeug-Absatzstatistik. In der Zeitspanne von 1967 bis 2006 war Toyota in der Markenrangliste der Personenwagen 36 Mal in den Top Ten vertreten. Seit 1990 ist der Premiummarke Lexus auf dem Schweizer Markt. 2006 durfte Lexus mit einem Zuwachs von 95,6 % gegenüber Vorjahr den grössten prozentualen Zuwachs aller Marken in der Schweiz verzeichnen.

Welches sind die Erfolgsgeheimnisse von Toyota?

Den Grundstein zum Erfolg bildet der Toyota Way, das ist die Toyota Unternehmenskultur. Der Toyota Way beinhaltet die Werte Challenge, Kaizen, Genchi Genbutsu, Respekt und Teamwork. Challenge bedeutet eine langfristige Vision konzipieren und Herausforderungen mit Mut und Kreativität meistern. Dabei geht es um die Einstellung und die Geisteshaltung. Kaizen bedeutet die Geschäftsabläufe ständig verbessern und immer wieder nach Innovationen und Weiterentwicklung streben. Uebersetzt heisst dies, in einer Kultur leben, in der Toyota jeden Tag danach strebt, besser zu sein als gestern. Genchi Genbutsu entspricht der Toyota Philosophie, zur Quelle zu gehen, um die Fakten für die richtigen Entscheidungen so schnell wie möglich zu finden. Respekt steht dafür, dass Toyota andere respektiert und versteht. Teamwork fördert die persönliche und berufliche Weiterentwicklung, nutzt gemeinsame Entwicklungsmöglichkeiten und maximiert die Leistung der einzelnen Teams. Aus der oben beschriebenen Toyota Philosophie resultieren die folgenden Technologien: Mehrventiltechnologie, verstellbare Einlassnockenwellen VVT-i, Dual VVT-i, Clean Power-Diesel- und Hybridtechnologie.

Zudem hat Toyota schon in der Gründungszeit ihre Fahrzeuge vollständig mit allen Extras ausgerüstet, die man anderswo mit hohen Aufpreisen bezahlen musste. Darüber hinaus gewährte die Emil Frey Organisation für Toyota bereits 1976 eine 3-Jahres-Multigarantie auf ihre Fahrzeuge, was anno dazumal ein absolutes Novum darstellte. Dies hat eine regelrechte Erfolgswelle ausgelöst.

Ein weiteres Erfolgsgeheimnis ist ein starkes und kompetentes Netz ausgewählter, verlässlicher Toyota Partner, die sich mit gut ausgebildeten, engagierten Fachleuten um die Kundenbedürfnisse kümmern. Diese wiederum garantieren das oberste Credo von Toyota, die Kundenzufriedenheit.

Markterfolg mit Podestplatz von Toyota in der Schweiz per Ende 2006

Das Geschäftsjahr 2006 schloss Toyota AG auf einem Podestplatz ab. Per Ende Jahr belegte Toyota mit 17'023 verkauften Einheiten den 3. Rang in der Absatzstatistik des Gesamtmarktes und erzielte damit ein Absatzplus von 1% im Vergleich zum Vorjahr. Die zunehmende Sensibilisierung der Schweizer Bevölkerung für verbrauchs- und emissionsarme Fahrzeuge und die nach wie vor hohen Benzinpreise führen dazu, dass die Hybridfahrzeuge, die sparsamen und sauberen Dieselmotoren und die energieeffizienten und leistungsstarken VVT-i-Benzin-Aggregate von Toyota beliebt sind.

Zum erfreulichen Resultat per Ende 2006 trugen auch das stark wachsende A-Segment mit dem Toyota AYGO, das B-Segment mit dem pfiffigen Toyota Yaris, der beliebte Kompakt-SUV RAV4 sowie die saubere und umfassende Diesel- inkl. Clean Power-Modellpalette bei. Kontinuierlich wächst auch die Akzeptanz und damit die Anhängerschaft für den Hybridpionier Toyota Prius, welcher mit 1'174 verkauften Fahrzeugen zum 3. Mal in Folge zulegen konnte.

Perspektive für das Jahr 2007: Im Jubiläumsjahr strebt Toyota erneut ein Wachstum an. Dies vor allem dank einem kompetenten Händlernetz und einer höchst attraktiven Produktpalette wie dem neuen Vertreter im C-Segment, dem Toyota Auris und dem lange erwarteten Yaris TS, die soeben lanciert wurden. Die für das Jubiläumsjahr in der Schweiz konzipierten Sondermodelle „Swiss Edition“ werden Toyota im Bestreben nach Wachstum ebenfalls unterstützen. Voraussichtlich wird das Kleinwagensegment zusammen mit dem Toyota AYGO weiter wachsen. Der Hybridpionier Prius wird wiederum ein wichtiger Erfolgsfaktor sein und ebenso die umfassende Diesel- und Clean Power-Modellpalette von Toyota. Auch der Begründer des Kompakt-SUV-Segments, der Toyota RAV4, ist 2007 eines der wichtigsten Modelle und ein gefragter Trendsetter. Höchste Kundenzufriedenheit ist auch im 2007 oberstes Ziel.

Die 1990 eingeführte Premiummarke Lexus verzeichnete ein sehr gutes Resultat und lag kumuliert per Ende 2006 mit 1381 verkauften Einheiten 95,6 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Diese positive Entwicklung verdankt Lexus vor allem dem Hybrid-Modellangebot, das eine einzigartige Verbindung von Treibstoff-Effizienz und hohen Fahrleistungen bietet. Es handelt sich dabei um die Hybrid-Geländelimousine Lexus RX 400h und die Premium-Hybridlimousine Lexus GS 450h. Aber auch das Lexus Einsteigermodell, die neue IS-Baureihe, gefällt dank modernem und dynamischem Karosserie-Design sowie beeindruckenden Fahrleistungen.

□

Perspektive für das Jubiläumsjahr: 2007 wird für Lexus ein wichtiges Jahr. Es geht darum, das im Vorjahr gesteigerte Volumen zu halten. Die Marktneuheiten bündeln sich im 2. Halbjahr. Die Hybrid-Offensive wird fortgeführt. Mit Markteinführung im Sommer folgt der Lexus LS 600h, das Hybridmodell auf Basis des Flaggschiffs Lexus LS 460, mit Allradantrieb, einer Leistung von ca. 450 PS und einem Durchschnittsverbrauch von lediglich ca. 9,5 Liter. Ende 2007 wird die IS-Baureihe mit einem kraftvollen 5.0 V8 ergänzt.

Jubiläumsmodelle „Swiss Edition“ und „Limited Swiss Edition“

Zum 40-jährigen Bestehen von Toyota in der Schweiz rollen vorteilhafte Modelle mit spezieller Ausstattung und attraktivem Mehrwert auf den Markt. Es werden zwei verschiedene Jubiläumsausstattungen „Swiss Edition“ und „Limited Swiss Edition“ angeboten. Der Preisvorteil beträgt je nach Modell bis zu CHF 6'250.--. Die Grundlage zu den Sondermodellen bilden bei allen Modellen die Top-Versionen „Sol“ oder „Premium“.

Die „Swiss Edition“ ist zusätzlich mit einem Navigationssystem, Leichtmetall-Rädern, abgedunkelten Scheiben sowie Spezial-Bodenmatten ausgerüstet – und dies zu einem höchst attraktiven Jubiläumspreis.

Die „Limited Swiss Edition“ bietet noch mehr Exklusivität. Die Innenausstattung aus auserlesenem Leder oder komfortablem Leder/Alcantara strahlt solide Eleganz aus.

Die Jubiläumspalette besteht aus den Modellen Aygo, Yaris, Auris, Corolla Verso, Avensis, Prius, RAV4 und LandCruiser.

Zudem bietet Toyota auf allen Neuwagen ein 3,9 % Jubiläums-Vorzugsleasing. Ausgenommen davon sind die „Swiss Edition“- und „Limited Swiss Edition-Modelle“.

Radio Geburtstag

Am 17. Februar findet das Toyota Radio Gewinnspiel statt. Dieses wird auf 29 Sendern mittels einem Live-Gewinnspiel gefeiert. Es gibt Sofortpreise und als Hauptpreis den brandneuen Toyota Auris 1.6 Linea Luna zu gewinnen. Erstmals in der Schweizer Radiogeschichte beteiligen sich so viele regionale Radiostationen an einem solchen Event und die Sendung erfolgt zeitgleich.

