

Presseinformation

Kyocera präsentiert sein Concept Car „Moeye“

Das Konzeptfahrzeug stellt die stets dynamische Beziehung zwischen Mensch und Auto in den Vordergrund. Neben einem futuristischen Display und der innovativen Camouflage-Technologie überzeugt das Gefährt mit neuartigem Sound, Licht und Geruch.

Kyoto/Neuss, 19. Oktober 2020. Mit der Entwicklung des Concept Cars II „Moeye“ präsentiert Kyocera neue, einzigartige Technologien, die das Fahrerlebnis verbessern. Dabei werden die menschlichen Sinne Sehen, Hören, Fühlen und Riechen mit einbezogen.



Konzeptfahrzeug „Moeye“

Das Fahrzeug im Überblick

Mit Hinblick auf weitere Entwicklungen beim autonomen Fahren und MaaS (Mobility as a Service) hat Kyocera sich bei der Entwicklung von „Moeye“ vor allem auf den Innenbereich des Autos konzentriert. Dabei wurde ein Cockpit entwickelt, das neue Innovationen mit einem originellen Fahrzeug-Design kombiniert. Durch die Kooperation mit Prof. Masahiko Inami vom Research Center für angewandte Wissenschaft und Technologie der Universität Tokio konnte Kyocera eine einzigartige Camouflage-Technologie in das Konzeptfahrzeug implementieren. Dabei wird die Sicht der Passagiere erweitert, indem das Cockpit transparent wird. Zusätzlich ist „Moeye“ mit den neuesten Technologien von Kyocera ausgestattet, um sowohl die Sicherheit als auch den Komfort, zwei essenzielle Aspekte im Automobildesign, zu erhöhen.

Technische Highlights

1. Visuelle Funktionalität und Eleganz

I. Aerial Display (Original Kyocera Technologie)



„Mobisuke“ unterstützt die Passagiere

Die exzellente Bildqualität wird durch eine hochleistungsfähige Flüssig-Kristallanzeige erzielt. Eine kleine Figur namens „Mobisuke“ erscheint bei der Benutzung über dem Dashboard und erklärt den Passagieren beispielsweise Navigationshinweise.

II. Camouflage-Technologie



Camouflage-Technologie von „Moeye“

Mit der Camouflage-Technologie sehen die Passagiere ein virtuelles 3D-Bild der Straße, das direkt auf das Dashboard projiziert wird, wodurch es funktionell transparent gemacht wird, und das Sichtfeld des Fahrers erweitert sich immens.

III. CERAPHIC LED Lichter (Original Kyocera Technologie)¹



CERAPHIC LED Lichter

Die Ober- und Türlichter sind mit einer biologisch freundlichen Beleuchtung ausgestattet, die sich dank Kyoceras CERAPHIC LED Lichter besser an das Spektrum anpassen kann und subtilere Farbunterschiede als konventionelle LED-Technik ermöglicht. CERAPHIC ähnelt dem Spektrum von natürlichem Sonnenlicht und auch die Lichtverhältnisse am Morgen und Abend werden berücksichtigt. Dadurch entsteht ein noch angenehmeres Fahrerlebnis.

IV. Der „Kyoto Opal“ (Original Kyocera Technologie)¹



Kyoto Opal

Um das Innenleben des Konzeptfahrzeugs auszuschnücken, wird der firmeneigene Kyoto Opal bei der Türverkleidung verwendet. Zudem ziert ein Edelstein, der im Labor gezüchtet wurde, das Zentrum der Mittelkonsole.

¹ „CERAPHIC“ und „Kyoto Opal“ sind registrierte Handelsmarken von Kyocera in Japan.

2. Haptisches Feedback und taktile Reaktions-Technologie

HAPTIVITY® (Original Kyocera Technologie)²

Das Armaturenbrett sowie die Mittelkonsole sind mit der patentierten taktilen Rückmeldungstechnologie HAPTIVITY® ausgestattet. Mit der Berührung löst der Druck der Fingerspitze kleine Vibrationen aus, die das Gefühl imitieren, einen Knopf zu drücken. HAPTIVITY® revolutioniert das Interface von Menschen und Maschine, indem es den Passagieren erlaubt, das Armaturenbrett natürlich und intuitiv zu nutzen. Dies kann mit einem herkömmlichen Touch-Display nicht nachgeahmt werden.

3. Verbesserung von Audio

Piezo-integrierte Vibrations-Lautsprecher (Original Kyocera Technologie)

Im Konzeptfahrzeug sind Vibrations-Lautsprecher integriert, die dank piezoelektrischer Elemente den Schall im gesamten Innenraum verteilen und eine angenehme Hörumgebung schaffen. So entsteht eine fürs Ohr angenehme Klangwelt. Auch in den Kopfstützen befinden sich Vibrations-Lautsprecher, die die Passagiere mit klarem und direktem Sound versorgen.

4. Anpassbarer Geruch für den Innenraum

Fünf verschiedene Düfte werden in den Innenraum des Concept Cars versprüht, um eine gemütliche Atmosphäre, je nach Laune des Passagiers, zu schaffen.

Die Intention von „Moeye“

Die Hintergründe zu „Moeye“ erklärt der leitende Designer Ryuhei Ishimaru, Präsident und repräsentativer Direktor von Fortmarei Inc.: „Das Designtema von Moeye ist ‚Zeit‘. Dieses Konzeptfahrzeug wurde dazu designt, die Automobil-Geschichte von ‚traditionell‘ zu Kyoceras ‚Auto der Zukunft‘ zu verkörpern. Das äußere Profil erscheint wie ein klassisches Coupé, während die Details und die geometrischen Formen eine klare futuristische Entwicklung aufzeigen. Der Innenbereich, der mit neusten Technologien ausgestattet ist, hat neue Formen und warme Texturen, die an eine Ära von handgefertigte Handwerkskunst erinnert. Das Cockpit besteht aus einem minimalistischen Design mit futuristischem Feeling, angelehnt an eine Virtual Reality Experience. Man spürt, wie die Zukunft aus der Tradition des Automobils entsteht, und zwar auf eine Weise, die mehrere der fünf menschlichen Sinne anspricht und nicht nur über Form und Design erfolgt.“

² „HAPTIVITY“ ist eine registrierte Handelsmarke von Kyocera in Japan.



„Mit Moeye hat Kyocera eine überraschende, spannende und unvergleichliche neue Mobilitäts-Erfahrung mit futuristischem Cockpit und originellem Fahrzeugdesign erschaffen. Kyocera kombiniert eine Vielzahl an einzigartigen Geräten und Technologien, um ein Concept Car zu erschaffen, das die verschiedenen menschlichen Sinne anspricht – Sehen, Berühren, Hören und Riechen. Wir werden weiterhin mit unserer Forschung und Entwicklung an Geräten und Technologien arbeiten, die zur Sicherheit und zum Komfort im Bereich automatisiertes Fahren und MaaS (Mobility as a Service) beitragen“, kommentiert Masahiro Inagaki, Corporation Senior Executive Officer und General Manager der Corporate R&D Group.

Kyocera wird auch weiterhin einen Beitrag für die Verwirklichung einer sicheren, geschützten und komfortablen Automobilgesellschaft durch die Entwicklung einzigartiger Geräte und Systeme im Mobilitätssegment leisten. Nur so können neue Automobilkonzepte und verbesserte Fahrerlebnisse geschaffen werden.



Für weitere Informationen zu Kyocera: www.kyocera.de

Über Kyocera

Die Kyocera Corporation mit Hauptsitz in Kyoto ist einer der weltweit führenden Anbieter feinkeramischer Komponenten für die Technologieindustrie. Strategisch wichtige Geschäftsfelder der aus 298 Tochtergesellschaften (31. März 2020) bestehenden Kyocera -Gruppe bilden Informations- und Kommunikationstechnologie, Produkte zur Steigerung der Lebensqualität sowie umweltverträgliche Produkte. Der Technologiekonzern ist weltweit einer der erfahrensten Produzenten von smarten Energiesystemen, mit mehr als 40 Jahren Branchenfachwissen. 2020 belegte Kyocera Platz 549 in der „Global 2000“-Liste des Forbes Magazins, die die größten börsennotierten Unternehmen weltweit beinhaltet.

Mit etwa 75.500 Mitarbeitern erwirtschaftete Kyocera im Geschäftsjahr 2019/2020 einen Netto-Jahresumsatz von rund 13,33 Milliarden Euro. In Europa vertreibt das Unternehmen u. a. Drucker und digitale Kopiersysteme, Halbleiter-, Feinkeramik-, Automobil- und elektronische Komponenten sowie Druckköpfe und keramische Küchenprodukte. Kyocera ist in Deutschland mit fünf eigenständigen Gesellschaften vertreten: der Kyocera Europe GmbH in Neuss und Esslingen, der Kyocera Fineceramics Precision GmbH in Selb, der Kyocera Fineceramics Solutions GmbH in Mannheim, der Kyocera Automotive and Industrial Solutions GmbH in Dietzenbach sowie der Kyocera Document Solutions GmbH in Meerbusch.

Das Unternehmen engagiert sich auch kulturell: Über die vom Firmengründer ins Leben gerufene und nach ihm benannte Inamori-Stiftung wird der imageträchtige Kyoto-Preis als eine der weltweit höchstdotierten Auszeichnungen für das Lebenswerk hochrangiger Wissenschaftler und Künstler verliehen (umgerechnet zurzeit ca. 828.000 Euro*).

Medienkontakt

Kyocera Europe GmbH
Daniela Faust
Manager Corporate Communications
Hammfelddamm 6
41460 Neuss
Tel.: 02131/16 37 – 188
Fax: 02131/16 37 – 150
Mobil: 0175/727 57 06
E-Mail: daniela.faust@kyocera.de
www.kyocera.de

Serviceplan Public Relations & Content
Benjamin Majeron
Haus der Kommunikation
Brienner Straße 45 a-d
80333 München
Tel.: 089/2050 – 4193
E-Mail: b.majeron@serviceplan.com