

# CLASSIC DRIVER

## Fünf Fragen an: Adrian Hallmark, Jaguar-Markenchef



**Jaguar wetzt die Krallen. Adrian Hallmark, Markenchef von Jaguar gibt Classic Driver Auskunft, zum neuen XF Sportbrake und zu Plänen, die Markenhistorie noch erlebbarer zu machen.**

***Herr Hallmark, wie sieht die neue Britishness bei Jaguar aus, was zeichnet einen modernen Jaguar aus?***

Zunächst einmal ganz eindeutig das Jaguar-Design. Ich selbst war immer der Auffassung, dass die Marke Jaguar dann besonders stark gewesen ist, wenn sie wegweisendes Design hervorbrachte. Denken Sie an klassische Jaguar wie den E-Type, den Mk II oder den ersten XJ. Das Fahrzeug dieser Fahrzeuge wies in die Zukunft, niemals zurück. Unter der aktuellen Design-Leitung von Ian Callum, übrigens ein Schotte, hat die Marke einen enormen Schritt nach vorne getan – und zwar so weit, dass man schon beinahe von einer Revolution, denn von einer Evolution sprechen könnte. Als Beispiel nenne ich nur den aktuellen [Jaguar XJ](#). Wenn Sie den aktuellen Wagen mit seinem Vorgänger vergleichen, wird der gewaltige Sprung schlagartig deutlich. Der zweite Aspekt ist High-Technologie. Und das hat dann doch einige erstaunt, da viele annahmen, dass Jaguar eben nicht Leading-Edge sein würde. Irrtum! Denken Sie auch hier wieder an den XJ, dessen gesamte Karosserie aus Aluminium besteht. Der dritte Punkt ist die Fahrdynamik. Auch hier sind wir einen enormen Schritt gegangen. Selbst eingefleischte BMW-Fahrer sind irritiert, wenn sie einen Jaguar fahren und Ihnen der Claim „The ultimate driving machine“ in den Sinn kommt. – Eben diese drei Punkte: Design, Technik, Fahrdynamik zeichnen einen modernen Jaguar aus.

***Reden wir über den neuen Jaguar XF Sportbrake: Er tritt in einem enorm umkämpften Segment an und trifft hier auf härteste Konkurrenten. Ist er diesen überhaupt gewachsen?***

Ja, ich denke schon und ich habe auch eine Begründung dafür: Als Limousine behauptet sich der XF hervorragend und erobert Marktanteile. Warum sollte er dies nicht auch als Kombi können? Wir bearbeiten hier ein Marktsegment, welches wir sehr wohl kennen. Zum Zeitpunkt des Launches der Limousine gab es im Markt kein vergleichbares Fahrzeug. E-Klasse, 5er BMW oder Audi AG wirken gegen den XF doch eher traditionell und sehr dicht beieinander positioniert. Der XF Sportbrake bietet nun den für einen Kombi wichtigen Nutzwert, Stichwort Ladekapazität. Er zeigt zudem ein starkes Design und bietet leistungsstarke und gleichermaßen effiziente Motoren. Also: warum nicht? Ich bin hier sehr optimistisch, dass der XF Sportbrake sich seinen Marktanteil erobern wird.





***Lassen wir uns überraschen und blicken derweil zurück: Als Classic Driver interessiert mich natürlich auch, welchen klassischen Jaguar Adrian Hallmark favorisiert?***

Die Antwort fällt mir leicht: Der [Jaguar C-Type](#) ist mein Favorit. Es ist vielleicht nicht der schönste klassische Jaguar, aber eine absolute Fahrmaschine. Der C-Type ist wahnsinnig schnell. Und das nicht nur auf der Geraden, sondern auch in kurvigem Terrain. Er ist leicht, kraftvoll, sehr gut ausbalanciert. Schon nach zwei, drei Minuten liegt der Wagen wie ein moderner Sportwagen in der Fahrerhand und man kann voll aufs Gas gehen. Wir werden den Wagen in diesem Jahr voraussichtlich wieder bei der Mille Miglia zum Einsatz bringen.

***Spielt die Markenhistorie zukünftig wieder eine größere Rolle bei Jaguar?***

In der Tat. Wir werden zukünftig unsere eigene Geschichte stärker nutzen, um die Jaguar-Faszination auszubauen. Das Stichwort lautet: Jaguar Heritage. Wir haben bereits ein Jaguar-Wettbewerbs-Team gegründet, mit welchem wir unter dem Label „Jaguar Heritage“ an jährlich sechs bis acht verschiedenen Veranstaltungen wie der Mille-Miglia, Silvretta-Classic oder auch in Goodwood teilnehmen werden und dabei auch dichter an unsere Kunden heran wollen. Wir arbeiten hier mit dem schon seit vielen Jahren bestehenden [Jaguar Heritage Trust](#) zusammen und werden in Kürze in London weitere Details bekannt geben.



***Und wo steht Jaguar in fünf Jahren im Hinblick auf Fahrzeugmodelle, Markenpositionierung und Design?***

Ich kann hier keine Modelle nennen, wohl aber Prinzipien. Zunächst zu den Produkten: Wir müssen das ausbauen, was wir bereits haben und was gut läuft. XF, XK und XJ bieten noch mehr Potenzial. Hier denke ich an neue Antriebseinheiten, die wir in den nächsten zwei bis fünf Jahren liefern werden. Die neuen Aggregate werden noch effizienter sein und uns neue Segmente und Märkte eröffnen. Zweitens: die Marke. Diese werden wir weiter aufladen und noch begehrtlicher gestalten. Das Design spielt dabei eine zentrale Rolle, denn es zählt eindeutig zum Markenkern. Bei allem, was wir tun, werden wir auf eine klare unverwechselbare Designsprache achten. Ein Jaguar soll auch zukünftig sofort als Jaguar erkannt werden.

*Interview: [Mathias Paulokat](#)  
Fotos: Nick Dumbleby / Jaguar*

**Galerie**



**Source URL:** <https://www.classicdriver.com/de/article/f%C3%BCnf-fragen-adrian-hallmark-jaguar-markenchef>  
© Classic Driver. All rights reserved.