

CLASSIC DRIVER



Tage der Unabhängigkeit: Als Marken noch frei waren

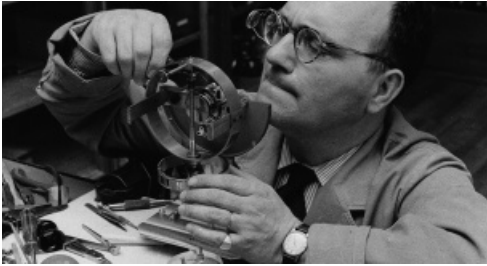
28. Februar 2014 | Simon de Burton

Ohne Großkonzerne wie VW, Richemont oder Swatch würden so einige Automarken und Uhrmacher, die wir bei Classic Driver lieben, heute sehr wahrscheinlich nicht mehr existieren. Und doch gibt es Grund genug, den Tagen der Freiheit hinterher zu trauern.

Weder Bentley noch Lamborghini hätten ohne Volkswagen im Rücken jemals so viele Autos verkauft. Aston Martin wäre vermutlich längst von der Bildfläche verschwunden, wenn nicht Ford investiert hätte. Und was ist mit Rolls-Royce? BMW rettete sie. So wie es der bayerische Konzern auch mit Mini tat – und jüngst Tata mit Land Rover.

Kreativität erstickt in Wirtschaftlichkeit





Uhrenseitig betrachtet bezweifle ich, ob wir heute noch eine neue Breguet, Blancpain, Glashütte oder Hamilton kaufen könnten, wenn die Swatch Group sie nicht übernommen hätte. Sogar Omega und Longines hätten alleine vermutlich nicht überlebt. Auch A. Lange und Söhne, IWC, Vacheron Constantin und Jaeger-LeCoultre würden ohne Markenmutter Richemont heute vielleicht nicht mehr existieren.

Doch viele Leute glauben, dass etwas Wichtiges verloren ging, wenn eine Marke, die einst für individuelle Produkte stand, zur Marionette eines gewinnorientierten Konglomerats wurde. Das größte Problem ist meist, dass freies Denken und Kreativität zugunsten einer Design-Ethik ersticken, bei der es mehr um Produktionskosten geht als darum, etwas wirklich Besonderes zu entwickeln. Denken Sie nur an die strengen Sicherheitsstandards im Automobilbereich – dann brauchen Sie sich nicht Wunder, warum Kreationen wie Jaguar E-Type und Lamborghini Espada oder, aktueller, der Land Rover Defender nicht mehr gebaut werden.

Individualität ist wieder gefragt



Könnten die heutigen Teams aus „Wirtschaftsprüfern“ mit ihrer ach so cleveren CAD-Software eine Uhrenikone wie die Jaeger-LeCoultre Reverso, die Omega Speedmaster oder die IWC Portugese kreieren, die allesamt entstanden, als Marken noch unabhängig waren? Im Kontrast zum Effizienz-Zwang steht, dass Individualität heute wieder das Modewort der Luxusbranche ist. Deshalb machen derzeit etwa kleine Hersteller von High-End-Motorrädern ein Bombengeschäft.

Die Ironie dahinter



Der in Kopenhagen lebende Nicholas Bech, Mitgründer des sehr erfolgreichen Custom-Shops Wrenchmonkee, berichtete mir kürzlich, dass Kunden extra zu ihm kommen, weil sie etwas haben wollen, das kein anderer hat. Sie möchten lieber ein individuelles Motorrad haben, als ein universelles der großen Hersteller. „Wir haben schon für alle möglichen Kundentypen Motorräder gebaut, für Studenten ebenso wie hochrangige Geschäftsleute, Ärzte, Anwälte und Künstler. Alle hatten eines gemeinsam: Sie wollten etwas Individuelles haben. Die Ironie daran ist, dass nun, da die Café-Racer-Bewegung rasant wächst, die großen Hersteller auch dabei sein wollen. Doch der einzig wahre Weg für sie ist, Underground-Werkstätten wie uns damit zu beauftragen, One-Off-Motorräder für deren Promotionszwecke aufzubauen.“

Fotos: Getty / Manufacturers / Jaeger LeCoultre

<https://www.classicdriver.com/de/article/autos/tage-der-unabh-ngigkeit-als-marken-noch-frei-waren>

© Classic Driver. All rights reserved.