

CLASSIC DRIVER

Italienisch für Fortgeschrittene bei Joe Macari in London

Lead

Als Rennfahrer besaß Joe Macari immer das große Glück, das ihn vor Ungemach schützte. Aber vielleicht lag es auch an seiner Leidenschaft für Ferrari. Seit mehr als 15 Jahren verkauft, pflegt und restauriert er die schönsten Exemplare. Und endlich durfte Joe mit einem Ferrari in Le Mans starten.



Wenn man Joe Macaris Showroom im Südwesten Londons betritt, ist man als Besucher erst einmal sprachlos. Was einen erwartet, ist ein riesiger, von Licht durchfluteter Raum, und darin geparkt reihenweise automobiler Kostbarkeiten, die mehrheitlich ein springendes Pferd als Emblem tragen. Was für ein Unterschied zu Macaris früherem winzigen Showroom in der Wandsworth High Street und ein sichtbarer Beleg für den Erfolg des Unternehmens, das jetzt auch offiziell Ferrari vertritt. Gleich nebenan ist ein ultramodernes Service Center, wo gerade etliche Schätze nach allen Regeln der Kunst restauriert werden. Macari ist stolz darauf, auch hier aktiv dabei zu sein. Wir haben uns mit Joe getroffen, um zu erfahren, wie alles anfing, was ihm wichtig ist, welches Konzept hinter dem Showroom steckt, und natürlich wie es war, beim diesjährigen Goodwood Revival auf die Rennstrecke zurückzukehren.



Was sind Ihre frühesten Erinnerungen ans Auto?

So weit zurück reicht mein Gedächtnis nicht mehr! Vermutlich wollte ich schon als Kind Rennfahrer werden. Leider hatte ich einen Autounfall in den frühen Neunzigern, der meine Motorsportkarriere beendete. Ich war vierzehn Monate in der Klinik und musste danach wieder mit allem von vorne anfangen.

Ist das der Grund, weshalb Sie sich im Handel wiederfanden?

Nein, ich hatte mich schon vor dem Unfall mit klassischen Fahrzeugen beschäftigt, aber ich arbeitete von zuhause aus mit Händlern und erledigte einige Reparaturen. Als ich immer mehr in London zu tun bekam, eröffnete ich auch meinen eigenen Showroom. Weil ich mit der Wartung und dem Service woanders nicht zufrieden war, baute ich auch noch meine eigene Werkstatt auf. Im Jahr 2005 bot mir Ferrari an, für sie und Maserati als vertraglicher Service- und Aftersalespunkt zu fungieren. So entstand das Zentrum in Wandsworth.



In Ihrem ehemaligen Showroom in Wandsworth High Street war nur Platz für neun Autos - warum haben Sie sich für die großen Räumlichkeiten entschieden?

Ich wollte einen Showroom bauen, der ein angenehmer Aufenthaltsort sein sollte, ein Raum, wo sich unsere Kunden wirklich entspannen können. Die Fläche hat hohe Decken für ein großzügiges Raumgefühl und große Fenster, weil nichts besser ist, als natürliches Licht. Diese tollen Bilder hängen hier, weil sie ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Es gibt einen Gastlichkeitsbereich für geschäftliche oder private Events und manchmal übertragen wir am Wochenende einen Grand Prix und laden Gäste zum Frühstück oder Lunch. Ich habe mir auch einen Sitzungsraum gegönnt, weil J.R. so etwas in der TV-Serie „Dallas“ hatte. Aber ich benutze ihn nie, weil ich dafür einfach nicht erwachsen genug bin. Das Feedback war bisher fantastisch.

Sie sagen, dass Ferrari 80 Prozent Ihres Geschäfts ausmacht. Fühlten Sie sich immer von dieser Marke angezogen?

Meine erste Liebe galt klassischen Sportwagen. Obwohl ich andere Marken schätzte, zog es mich immer wieder zu Ferrari. Egal, ob das Exemplar in den Fünfigern oder heute gebaut wurde: Man steigt ein und grinst wie ein Kind, das sich die Schlüssel zu einem Candy Shop gesichert hat. Deutsche Autos sind zwar beeindruckend, aber irgendwie teutonisch - man spürt keine Leidenschaft.



Können Sie sich für moderne Technik begeistern?

Da ist schon einiges dabei, aber wenn es nicht zwölf Zylinder hat, ist es nicht mein Ding. Mein Auto für jeden Tag ist ein FF, der für mich zu den alltagstauglichsten Modellen auf der Welt gehört. Ich fahre mit geringem Tempo durch den Londoner Verkehr und es fühlt sich an, als wäre ich mit einem Honda Civic unterwegs. Wenn ich den Hooligan in mir wecken will, drehen wir Runden auf der Teststrecke. Mein FF ist ein kräftiges Mädchen, aber wenn es darauf ankommt, lupft sie ihren Rock und rast los.

Erzählen Sie uns doch von Ihrer Motorsportkarriere und wie es dazu kam.

Ich war Rennfahrer, bevor ich Geschäftsmann wurde. Das war mein Traum, der schlagartig mit meinem Unfall 1993 sein Ende fand. Man sagte mir, ich würde nie wieder Auto fahren oder Golf spielen. Ich hatte noch nie Golf gespielt, also kaufte ich mir einen Schläger. Sie hatten Recht, ich konnte es nicht. Nicht, weil ich physisch dazu nicht mehr in der Lage war, sondern, weil mir die Fähigkeit dazu fehlte. Man sagte mir, dass ich in meinen Händen nur mehr 20 Prozent Beweglichkeit besaß. Folglich feuerte ich den Arzt und suchte mir einen, der mir das erzählte, was ich hören wollte.



Wie bald waren Sie wieder hinterm Steuer?

Ich musste wieder lernen zu gehen. Es dauerte noch einmal ein Jahr, ehe ich fahren konnte, und dann noch sechs weitere Jahre, um in einem Sportwagen zu sitzen. Diese Erfahrung werde ich nie vergessen. Ein Freund rief mich an, um zu fragen, ob ich Lust hätte, mit ihm einen BMW-Tourenwagen auf der Rennstrecke von Donington zu testen. Ich habe den halben Tag in diesem Auto verbracht und mich nie so lebendig gefühlt. Das Fieber hatte mich wieder gepackt und ich fuhr mit diesem Auto Rennen bis zum Ende der Saison. Es war dennoch eine Lernkurve: Ich war nicht mehr so mutig, aber technisch besser als vorher. Wenn einem so etwas widerfährt, wird man es nie wieder ganz los.

Haben Sie darüber nachgedacht, wieder mit dem Rennen zu beginnen?

Man verliert nie seinen Wettkampfgeist, aber ich habe sehr schnell begriffen, dass ich nicht gleichzeitig ein Unternehmen führen und dann auch noch Zeit fürs Training wie die Profis erübrigen kann. Ich musste mich zwischen dem Motorsport und dem Business entscheiden. Ich wählte letzteres. Ich hatte das Glück, mich als Rennfahrer auf einem hohen Level zu bewegen, deswegen erfüllte ich mir 2005 den Lebenstraum, mit einem Ferrari in Le Mans anzutreten. Das war außergewöhnlich, denn nur Monate zuvor musste ich mich Operationen unterziehen. Beim zweiten Anlauf 2007 erreichten wir sogar den vierten Platz.



Kürzlich fuhren Sie beim Goodwood Revival einen tollen Sieg heraus. Erzählen Sie uns, wie es war?

Goodwood war schon etwas Besonderes. Ich habe das Auto selbst vorbereitet und den Vergaser auf der Autobahn südlich von London getestet. Wir haben an einer Bushaltestelle gewartet, bis jemand über die Straße ging. Der anhaltende Verkehr gab uns ein Zeitfenster von 80 Sekunden. Von dort konnten wir Vollgas hoch in den vierten Gang starten, ehe uns der Radar erwischte. Der Kreisel am Tibbett's Corner war auch ein guter Test für das Fahrwerk.

Wir hatten in Goodwood bisher nur 12 Testrunden absolviert und waren uns deshalb nicht sicher, ob wir uns überhaupt für das Rennen qualifizieren würden. Hätte mir vorher jemand gesagt, dass wir von der Pole Position starten, hätte ich ihn für verrückt erklärt. Tom Kristensen hatte vor dem Rennen nur ein paar Modifikationen vorgenommen. Unsere Strategie war, dem Auto anfangs nur wenig abzuverlangen und die Reifen und die Bremsen zu schonen. Weil Tom pro Runde etwa 1,5 Sekunden schneller als die anderen war, wusste ich, dass ich ihm eine halbe Stunde im Auto geben musste, und zwar mit 20 Sekunden Führungsabstand. Er war schließlich acht Sekunden schneller als das Feld. Es war eine Ehre, mit ihm zu fahren.

Was dürfen Kunden von Ihnen erwarten, dass sie woanders nicht finden?

Ich versuche Kunden das zu geben, was ich selbst erwarten würde. Ich versetze mich in ihre Position. So entstehen faire Bedingungen. Wir sind sehr offen und sagen auch, wenn wir finden, dass Fahrzeug und Interessent nicht zusammenpassen. Wir wollen nicht, dass Kunden mit einem unguuten Gefühl losfahren. Sie sollen glücklich und zufrieden mit ihrem Kauf sein.



Wie wählen Sie ein Auto für Ihren Bestand aus?

Der Kilometerstand spielt eigentlich keine Rolle, es sei denn es handelt sich um *Delivery Miles*. Ob ich mir jetzt zum Beispiel ein Fahrzeug von 1963 vornehme, dass entweder 20.000 oder 120.000 Meilen auf dem Tacho hat: Wenn ich es restauriert habe, dann ist es, als hätte es letztlich keine Meilen absolviert. Für mich beginnt die technische Historie eines Autos mit dem Tag, an dem die Restaurierung abgeschlossen ist. Dasselbe gilt für die Lackfarbe - wenn ein Kunde ein Auto in einem Ton besitzt, der ihm nicht gefällt, denn er aber zur Werterhaltung behält, dann sollte er sich lieber gleich trennen. Herkunft ist sehr wichtig. Wenn wir mit den großen Rennwagen handeln, dann bemisst sich ihr Wert an ihrer sportlichen Karriere und an den Platzierungen.

Wie entscheiden Sie, ob sich eine Restaurierung lohnt?

Wir müssen erst untersuchen, ob das Auto überhaupt Potenzial besitzt. Ist es ein feines Exemplar mit quasi intaktem Skelett, dann weiß ich, dass ich es in ein perfektes Fahrzeug verwandeln kann. Unsere Instandsetzungen basieren auf der *Classiche*-Zertifizierung und das bedeutet, dass wir auf Anfang gehen. Mit diesem grundlegenden Ansatz steigen auch die möglichen Kosten. Wir bauen es bis auf das Chassis auseinander und inspizieren jedes Teil. Das Auto soll nicht nur grandios aussehen und klingen, es soll sich auch wunderbar fahren lassen. Unsere Kunden sind Enthusiasten, die mit ihrem Wagen Rennen fahren und zum Einkaufen unterwegs sind. Ich will, dass sie Freude haben.



Wie hat sich der Sammlermarkt in den letzten zehn Jahren verändert?

Weil viele Leute vorher keine Erfahrung mit klassischen Fahrzeugen gemacht hatten, fehlte ihnen auch das Verständnis. Menschen haben jahrelang nicht begriffen, welchen Spaß es macht, Autos zu fahren, die älter als sie selbst sind. Das ist der Grund weshalb die Autos so lange niedrig bewertet wurden. Aber im Lauf der letzten Dekade haben das Internet, die sozialen Plattformen und die wachsende Zahl an historischen Events Klassiker bekannt gemacht. Beim diesjährigen Goodwood Revival habe ich Kunden aus Argentinien, Brasilien, Kanada und Mexiko getroffen - die Begeisterung für die Klassik ist zu einem globalen Phänomen gereift. Es ist wunderbar, immer mehr historische Autos auf der Straße zu entdecken.

Menschen haben auch verstanden, dass sie auch Freude machen, wenn man sie pflegt - statt sie am Straßenrand zu bestaunen. Man mochte den Daytona Spider nicht, weil die Ausfahrt aus einer Tiefgarage wirkte, als hätte man gerade eine Begegnung mit einem wirklich bösen Personal Trainer gehabt. Seit wir jetzt Servolenkung, neue Dämpfung und Bremsen einbauen, sind Interessenten auch weniger in Sorge. Die aktuellen Marktwerte sind, gemessen an was sie sind, fair. Es gibt nur 350 Lussos, mehr wurden nicht gebaut. Dass ihre Preise astronomisch sind, ist nur gerecht, denn sie waren außerordentlich.

Gibt es Autos, deren Verkauf Sie bedauern?

Jede Menge! Ich habe einen California Spider für 480.000 Dollar verkauft und konnte einfach nicht fassen, wie ich mir diesen sensationellen Deal geleistet habe. Einige Jahre später bot ich dem damaligen Käufer acht Millionen Dollar, um den Ferrari wiederzubekommen. Hätte ich den Spider behalten, hätte ich diese fünf Jahre lang nicht mehr arbeiten müssen.



Was ist Ihr Lieblingsklassiker für eine Ausfahrt am Sonntagmorgen?

Jeder offene Ferrari mit zwölf Zylindern. Dieser grandiose Lärm lässt mich geradezu wie ein Psychopath lächeln.

Unabhängig vom Budget: Was ist Ihr Traumauto?

Das ist, als müsste man zwischen seinen Kindern wählen. Der 250 GT California Spider zählt unbedingt dazu, wie auch der 250 GT „SWB“ und der Testarossa aus den Fünfzigern. Als ich sah, wie Kris Kristofferson im Film „A Star is Born“ mit seinem Daytona Spider - Musik vom Eight-Track - davonfuhr, war es um mich geschehen. Was für ein tolles Auto. Es hebt seine Nase an, wenn man das will, und bevor es jemals ausbrechen würde, würde es dich schriftlich benachrichtigen.

Fotos: Tom Horna / Autohouse London für Classic Driver © 2016

Galerie

