

Mercedes-AMG: Weniger ist mehr

Von Jens Meiners

Mercedes-AMG nimmt die Power zurück, um bei den Stückzahlen Vollgas zu geben: Mit Einführung der AMG-Sportmodelle wird die Edelschmiede aus Affalterbach ihr jährliches Volumen mehr als verdoppeln. Mehr als 40 000 Einheiten wird man heuer verkaufen, 2017 sollen es über 80 000 sein - und auch das dürfte nicht das letzte Wort sein.

Die Sportmodelle werden als neue Produktebene zwischen den Fahrzeugen der Marke Mercedes-Benz und den sehr sportlich profilierten, genuinen AMG-Modellen lanciert. Sie zeichnen sich durch eine modifizierte Optik, höhere Motorleistung auf Basis der Mercedes-Benz-Motoren, Modifikationen an Fahrwerk und Bremsanlage sowie durch stets serienmäßigen Allradantrieb aus. Die Modellbezeichnungen folgen dem Muster der regulären Mercedes-Modelle, ergänzt um den Zusatz „AMG“. Das für den Detroit Salon erwartete, auf den Mercedes-Benz C 400 aufsetzende Derivat der C-Klasse dürfte beispielsweise auf die Modellbezeichnung Mercedes-Benz C 450 AMG hören.

Zur Abgrenzung von der neuen Produktlinie unterwerfen sich die klassischen AMG-Typen einer neuen Nomenklatur, die ihre Eigenschaft als Submarke betont. Die – lediglich noch ungefähr angedeutete – Hubraumziffer wird weiterhin und nur hier um eine Null verkürzt. Dementsprechend heißt das künftige Topmodell der C-Klasse Mercedes-AMG C 63. Im Gegensatz zu den AMG-Sportmodellen behalten die klassischen AMG-Modelle eigenständige Motoren, die nach dem Prinzip One-Man-One-Engine gefertigt werden und in Sachen Leistung weit höher angesiedelt sind. Sie sind teilweise mit einer deutlich verbreiterten Karosserie ausgerüstet – und es wird sie, je nach Modell, neben dem Allradantrieb auch weiterhin mit klassischem Hinterradantrieb geben.

Die neuen AMG-Sportmodelle schließen große Lücken im Programm von Mercedes-Benz. So liegen zwischen C 400 (245 kW / 333 PS) und C 63 AMG (350 kW / 476 bzw. 375 kW / 510 PS) über 103 kW / 140 PS Leistungsdifferenz. Übrigens kann sich AMG mit der neuen Linie auch experimentierfreudiger geben; man hat sich in der Vergangenheit restriktiv

gezeigt, um das Image der Submarke zu pflegen. So durfte ein 103 kW / 140 PS starkes Derivat der ersten A-Klasse, das als AMG geplant war, wegen einer zu geringen Leistungsdifferenz zur Basis nur ohne das Edel-Logo auf den Markt kommen – als A 210 Evolution. Einen Diesel gab es nur ein einziges Mal, man hat seit dem C 30 CDI AMG Coupé die Finger vom Selbstzünder gelassen. Dabei dürfte es auch bleiben.

Der neue Ansatz scheint geeignet, die Präsenz der von Tobias Moers geleiteten Submarke nachhaltig zu steigern und auch ihre Flottenverbrauch erheblich zu senken. Nur ein Wermutstropfen stört den strategischen Coup: Man kann in Affalterbach nicht für sich reklamieren, das Rad neu erfunden zu haben. Mit den AMG-Sportmodellen vollzieht AMG lediglich nach, was kürzlich BMW mit den M-Performance-Modellen und Cadillac mit seiner V-Sport-Serie vorgemacht haben. Urvater des Gedankens ist Audi – dort gibt es schon sehr lange jene S-Modelle, die zwischen den regulären Typen und den von der Neckarsulmer Quattro GmbH verantworteten RS-Boliden figurieren.

Gleich zwei AMG-Sportmodelle wird man auf der Detroitter Automesse zeigen, danach dürfte es in rascher Folge weitergehen. Es lebe der Sport. (ampnet/jm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-AMG-Sportmodelle.



Mercedes-AMG-Sportmodell (links) und Performance-Modell (rechts).



Markenemblem der AMG Sportmodelle.
