

Neuengland und die Engländer von heute

Die neuen Modelle der britischen Traditionsmarke rollen durch Neuengland nach New York zur New York International Auto Show, die noch bis Sonntag, 12. April 2015, die Massen anziehen wird. Mehr Symbolik geht kaum. Pilgerväter, die Siedler des Neuanfangs, Kolonialherr und Kolonie, Boston Tea party, die Gründung eines trotzigsten Nationalstaates und nun der spektakuläre Reichtum längs der Ostküste. Hier passen die Jaguars und Land Rover-Modelle hin, erst recht die Range Rover - sie alle als erfolgreiche Produkte eines Neuanfangs und hier mitten in der Zielgruppe.

Am besten passt hier natürlich der Range Rover Autobiography, von dem der Land Rover-Designchef Gerry McGovern sagt, bei dem gehe es nicht etwa nur ums Bessermachen, vielmehr wolle man dem Kunden die Wahl lassen, höher zu greifen: „Er sieht teuer aus, weil er teuer ist“, sagt er und weist auf die verwendeten feineren Materialien, deren handwerkliche Verarbeitung und die Exklusivität der kleinen Stückzahlen hin.

In einem Gespräch mit Journalisten äußert er sich vorsichtig auch zum Nachfolger des Defenders. Er werde die dritte Säule in der Strategie von Land Rover darstellen. Die Range Rover-Modelle seien exklusiv, die Discovery-Modelle „inklusiv“ als nützliche und leistungsfähige Fahrzeuge und der neue Defender als Gegenpol zum Range Rover vor allem hart im Nehmen sein, und er werde es wert sein, das Logo von Land Rover-Logo zu tragen. Auch der neue Defender werde die Essenz der Marke weitertragen.

Von der Essenz der Marke ist dann wieder die Rede, als die Frage nach dem ins Haus stehenden Wettbewerber auf dem Luxus-SUV-Markt ins Haus steh, ausgerechnet von einer weiteren britischen Marke, die sich ebenfalls Sportlichkeit auf die Fahne geschrieben hat und dem Begriff Luxus sogar näher kommt als ein Range Rover. Das kann McGovern nicht erschüttern. Die DNA unserer Marke in dieser Produktfamilie ist eindeutig und deutlich. Bentley habe eben keine, sagt McGovern. „Lass sie ruhig antreten.“ Land Rover werde in Zukunft durch alle Produktfamilien das Niveau anheben. „Als eine Marke befinden wir uns auf der Reise. Wir haben den Hafen gerade verlassen.“

Das Signal zum Auslaufen in die Reise zu mehr Stückzahl, ohne dabei die Exklusivität zu verlieren, gab einst der Jaguar XF, der zum Schrecken vieler Jaguar-Freunde der alten Zeit mit vielem brach, was bisher als unverzichtbar galt. Nicht nur bei Land Rover- auch bei Jaguar-Kunden hörten die Briten immer wieder: „Ändern sie nichts, machen sie es nur besser!“

Mit Hilfe des Jaguar-Chefdesigners Ian Callum gelang der Neustart. Dabei muss man allerdings wissen, dass Callum bereits unter Ford den Auftrag hatte, das Neue zu wagen. Das war der XF, der die alte Linie verließ und nur ein paar Designelemente mit an den Start brachte. Dieser erste Schritt erlebt mit dem Facelift, das erstmals jetzt in New York zu sehen ist, eine Auffrischung, die dem alten Credo folgt, es möglichst nur besser zu machen. Dennoch tritt er mit den neuen, erstmals von Jaguar selbst entwickelten Vierzylindern an, die mit günstigen Verbrauchswerten und viel Kraft überzeugen. Er ist 80 Kilogramm leichter als sein Vorgänger, weil die Karosserie zu drei Vierteln aus Aluminium besteht. Mit längerem Radstand bietet er auch den Passagieren mehr Raum. Sogar die Kopffreiheit über der Rückbank nahm um 27 Millimeter zu, die Sitzriesen besonders zu schätzen wissen.

Natürlich kann ein Vierzylinder bei Jaguar nicht das Ende der Fahnenstange darstellen. Die reicht bis hoch zu 550 PS aus Achtzylinder-Kompressor-Motoren. Diese Vielfalt arbeitet auch in Land Rover-Modellen, der Spitzenmotor auch in dem Range Rover Autobiography. Und sie werden auch im ersten Jaguar-SUV unter der Haube stecken. In New York gab Jaguar Land Rover jetzt offiziell bekannt, das der Crossover F-Pace im September auf der IAA in Frankfurt stehen werde. Das klingt nach Synergie: das Motoren-Know how vorwiegend von der Jaguar-Seite, die Offroad- und Allradtechnik mehrheitlich von Land Rover. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Gerry McGovern.



Gerry McGovern und Fiona Pargeter.



Designdirektor Gerry McGovern stellt den neuen Range Rover vor.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.



Range Rover Autobiography in New England.
