Mercedes-Benz C-Klasse: Der verlorene Stern

Von Jens Meiners

Mercedes-Benz, das ist das Symbol für eine deutsche Premium-Marke schlechthin, die Marke genießt Weltruf. Und damit gehen Privilegien einher: So können es sich die Untertürkheimer erlauben, ihre Motorhauben mit einem ornamental aufragenden Stern zu krönen – ein Element, das bei jedem anderen Konkurrenten als prätentios empfunden würde. Einem Mercedes-Benz hingegen verleiht er Würde und Eleganz.

Doch das aufrecht stehende Markensignet ist auf dem Rückzug. Dies zeigt sich jedenfalls bei der neuen C-Klasse, die in diesen Tagen auf den Markt kommt. Während die ersten drei Modellgenerationen (inclusive des 190er) ausschließlich mit klassischem Kühler versehen waren und Modifikationen der einst naserümpfend behandelten Tuner-Zunft überlassen wurden, gibt es seit 2007 ab Werk einen mittig im Kühlergrill angebrachten Stern – allerdings abhängig von der Ausstattung. Bis Anfang 2021 war eine C-Klasse alternativ mit Haubenstern lieferbar.

Doch diese Ära ist jetzt zu Ende gegangen. Die neue Modellgeneration, die technologisch abermals einen großen Sprung repräsentiert, ist nur noch mit dem großen, im Kühlergrill montierten Stern lieferbar – ganz wie die kleinen Fronttriebler und der SL.

Der klassische Grill mit Haubenstern ist während der Serienentwicklung zu einem relativ späten Zeitpunkt gestrichen worden. Denn die Verkaufszahlen waren beim Vorgänger zuletzt enttäuschend und die Marketing-Abteilung der Auffassung, dass der aufgeständerte Stern nicht mehr zur C-Klasse passe.

Allerdings war die Arbeit der Designer am Haubenstern nicht völlig vergebens: Für den chinesischen Markt gibt es auch die neue C-Klasse noch mit dem klassisch-eleganten Grill. Die dort hergestellte Langversion verfügt darüber hinaus über ein Komfortfahrwerk, eine erweiterte Geräuschdämmung und zahlreiche Extras für die Fondpassagiere. Ein Blick auf das neue China-Modell bestätigt, dass es sich dabei um eine besonders harmonische stilistische Lösung handelt.

So präsentiert sich der größte Markt der Welt als Hort typischer Mercedes-Tugenden. Denn die dortige, übrigens deutlich jüngere Kundschaft schätzt nicht nur saubere und sparsame Verbrennungsmotoren, sondern offenbar auch weiterhin eine traditionelle Ästhetik. (ampnet/jm)

Bilder zum Artikel

Mercedes' China-Chef Hubertus Troska präsentiert die Mercedes-Benz C-Klasse.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler

Mercedes-Benz C-Klasse als Langversion.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler

Mercedes-Benz C-Klasse als Langversion.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler

Mercedes-Benz C-Klasse als Langversion.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler