Ein „Gedankenspiel“ – Wie würde VW die Marke Lancia innerhalb des Konzerns positionieren?

Seit Tagen hält sich das Gerücht, dass VW Fiat übernehmen möchte. Ich will nun einen Schritt weiter rund um dieses Thema gehen: Wie würde VW, bekannt für seine gute und weitsichtige Markenführung, die „Neuzugänge“ neben seinen bereits vorhandenen Marken positionieren? Sofern Ferrari und Maserati in der „Übernahmemasse“ wären, würden sie ihren (erfolgreichen) Weg sicherlich weiter beschreiten (und sich nicht mit Lamborghini ins Gehege kommen, weil dort eine „extremere“ Strategie – nicht zuletzt beim Design – verfolgt wird). Ebenfalls keinen Grund etwas zu ändern gäbe es bei Jeep. Marken wie Abarth, Ram, SRT oder GEM können vernachlässigt werden. Dodge und Chrysler sind zu einem guten Teil auf den amerikanischen Heimatmarkt ausgerichtet, so dass hier bestenfalls eine Abstimmung mit der US-Strategie von VW nötig wäre. Fiat ist die Rolle als Einstiegsmarke geradezu auf die „Karosserie geschneidert“ (ich verkneife mir hier den Ausdruck „Billigmarke“). Alfa Romeo hingegen wäre prädestiniert für die sportliche Speerspitze und könnte zusammen mit Audi BMW in die Zange nehmen. Aber was würde aus Lancia werden?

Um die Rolle, die Lancia bei der (Weiter-) Entwicklung des Automobils spielte, zu verstehen, muss man weit ins letzte Jahrhundert zurückgehen. Wie so viele Automobilhersteller durchlebte das 1906 gegründete Unternehmen vor dem zweiten Weltkrieg eine wechselvolle Geschichte mit Höhen und Tiefen. Während dieser Zeit gab Lancia mit dem 1923 vorgestellten Lambda ein beeindruckendes Zeugnis über die Innovationskraft des Unternehmens ab, denn es war das erste Fahrzeug mit selbsttragender Karosserie und Einzelradaufhängung vorn mit hydraulischen Stoßdämpfern. Nach 1945 bearbeitete Lancia nicht den Wachstumsmarkt einfacher und billiger Autos, sondern setzte weiter auf teure Modelle. So erhielt die Aurelia 1950 nicht nur den ersten in Serie gebauten V6 überhaupt, sondern auch die weltweit erste Schräglenkerachse. Namen wie Flaminia, Flavia und Fulvia – gehobene Modelle, die in den Jahren 1957 bis 1963 auf den Markt kamen – klingen für Autoliebhaber noch heute wie Musik in den Ohren. Trotz dieser qualitativ hochwertigen Fahrzeuge machte Lancia aber über Jahre hinweg Verlust und wurde schließlich 1969 von Fiat übernommen.

Dem schmeichelnden Ruf als „Marke der Ingenieure“ wurde Lancia in der Folge nicht mehr gerecht, denn viele neue Modelle basierten auf eher einfacher Großserientechnik von Fiat. Tolle Erfolge feierten die Italiener aber noch im Rallyesport: In den 1970er-Jahren mit dem Stratos und in den 1980er-Jahren mit dem Delta Integrale. Für einen Paukenschlag sorgte Lancia nochmals 1986, als der Thema 8.32 mit Ferrari-Motor erschien. Außerhalb des italienischen Marktes konnte Lancia aber zu keinem Zeitpunkt die ihr innerhalb des Fiat-Konzerns übertragene Rolle als Nobelmarke mit Leben erfüllen. Modelle wie der Thesis oder der Delta III fielen zwar wegen ihres gewagten Designs auf, waren aber kein Erfolg. Und so kam es, dass erst amerikanische Chrysler-Modelle als Lancia in Europa verkauft wurden, und nachdem dies die Marke – völlig überraschend … – ebenfalls nicht in die Erfolgsspur zurückbrachte, wird jetzt eben nur noch der Ypsilon in Italien verkauft. Tut einem irgendwie leid, dass es mit einer so innovativen und stolzen Marke so bergab gegangen ist!

Aber zurück zur Ausgangsfrage: Welche Rolle könnte eine Marke wie Lancia mit dieser Geschichte und Tradition innerhalb des VW-Konzerns übernehmen? Sicherlich eine gehobene, aber wie genau positioniert zwischen Audi und Porsche sowie Alfa Romeo und Maserati? Nachdem diese Marken nicht allzu viele Nischen offenlassen, sehe ich nur eine auf dem Kleinwagen Ypsilon aufbauende Strategie, die bis in die (obere) Mittelklasse reichen könnte: (Etwas) Höher bauende Modelle mit überragendem Platzangebot, feinem Innenraum, guter Ausstattung, souveräner Motorisierung und einem edlen Design (gerne auch mit „Retro-Anklängen“). Damit könnte ich mich anfreunden …

Bildquelle: Lancia