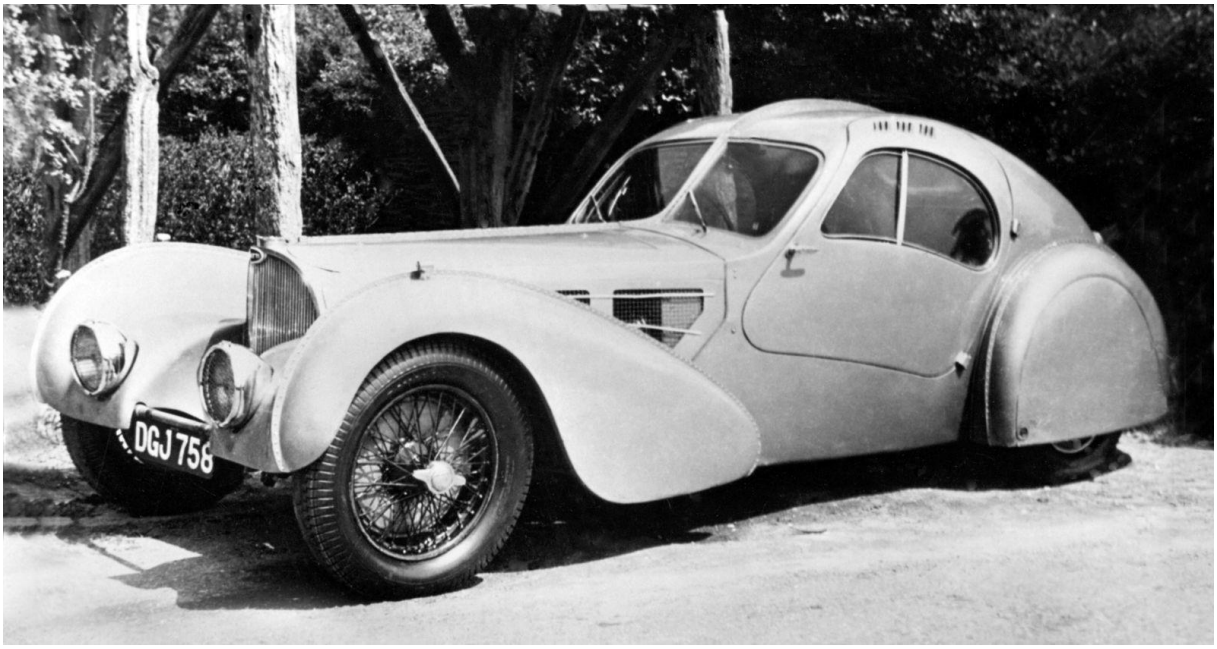
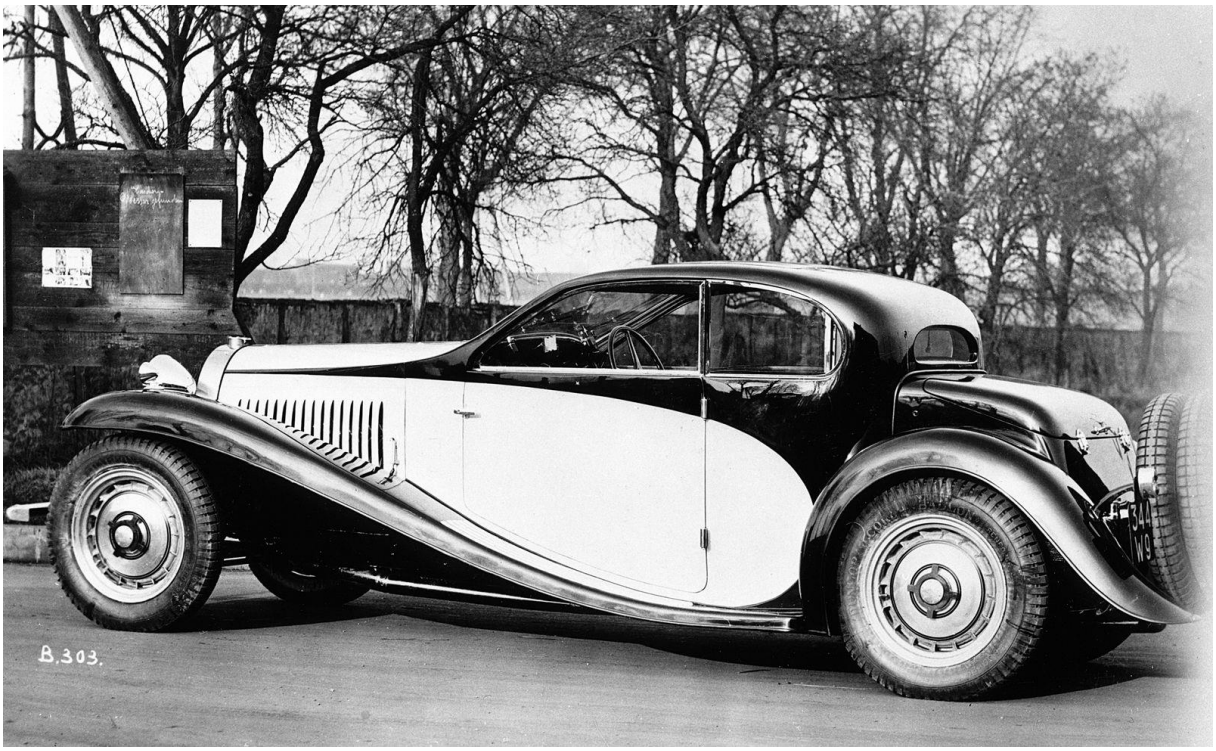
110 Jahre Bugatti – „Wenn es vergleichbar ist, ist es nicht mehr Bugatti“



Bugatti gehört zweifellos zu den wohlklingendsten Namen in der Automobilbranche, dennoch ist es eine der Marken, über die viele Automobilisten am wenigsten wissen. Dafür gibt es mehrere Gründe: Für 99 Prozent der Bevölkerung sind Modelle von Bugatti aufgrund ihres Preises unerreichbar. Beinahe ebenso hoch dürfte die Quote derer liegen, die nie einen Bugatti auf der Straße oder einer Messe sehen werden. Und dann ist da auch noch die emotionale Komponente, dass es sich bei einem Bugatti um ein absolutes Luxusgut für die oberen Zehntausend handelt (siehe Preis!). Nichtsdestotrotz feiert der im elsässischen Molsheim beheimatete Automobilhersteller dieses Jahr als Mitglied des Volkswagen-Konzerns sein 110. Jubiläum.

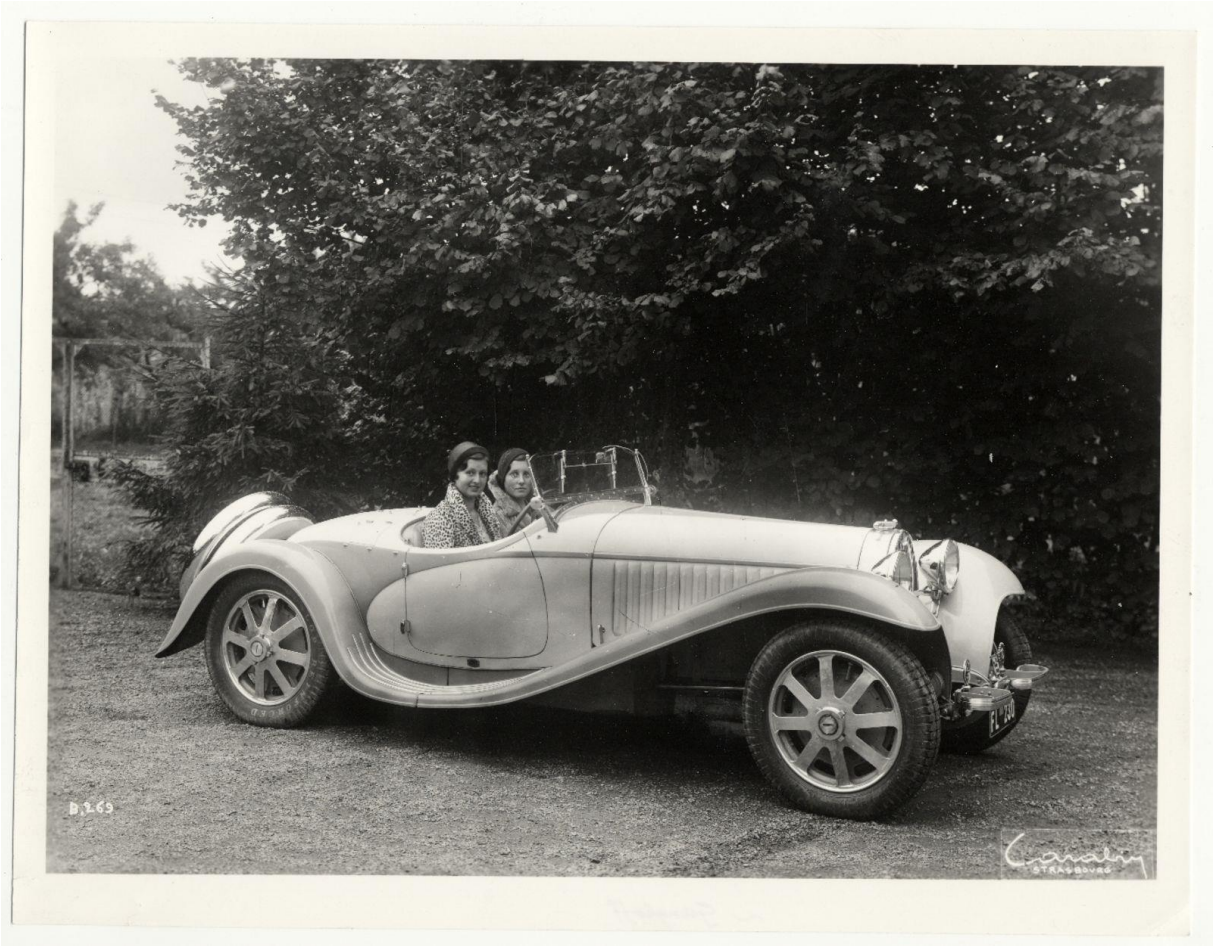


„Wenn es vergleichbar ist, ist es nicht mehr Bugatti“ – dieser Satz von Unternehmensgründer Ettore Bugatti sagt mehr über den Anspruch der Marke aus als Fahrleistungen oder PS- und Zylinderzahlen. Deshalb unterbreitete Bugatti seinen Kunden schon früh ein exklusives Angebot: „Coachbuilding“ für Unikate, maßgeschneiderte Autos mit Formen nach dem individuellen Geschmack. Die Kunden konnten also entscheiden, ob sie ihr Auto mit einer ab Werk angebotenen Karosserie wollten oder lediglich Fahrgestell und Antrieb kauften, um ihr Fahrzeug von einem Karosserieschneider gestalten zu lassen und dann eine Einzelanfertigung zu besitzen. So konzentrierte sich Bugatti bis Anfang der 1920er-Jahre auf die Technik wie Motoren und Fahrwerke.

„Ein Auto ist erst dann perfekt, wenn es vom ästhetischen Standpunkt her perfekt ist“. Diesen Anspruch zu erfüllen, war die Aufgabe von Bugatti’s Sohn Jean, der dafür sorgte, dass dem Design der Karosserie eine größere Bedeutung im Unternehmen eingeräumt wurde. Dank seines Gefühls für Proportionen und fließende Konturen schuf er 1932 als 23-Jähriger die elegante Roadster-Karosserie des Luxuswagens Type 41 Royale, heute bekannt als ‚Royale Esders‘. Vom 300 PS starken, von einem 12,8-Liter-Reihenachtzylindermotor angetriebenen Type 41 Royale entstanden übrigens nur sechs Exemplare – jedes mit einer anderen Karosserie. Der Type 57 hingegen bildete mit seinem Grundmodell quasi ein Baukasten-System für verschiedene Karosserie- und Motorvarianten.

Das absolute Meisterstück aus dieser Zeit ist der nur viermal gebaute Type 57 SC Atlantic. Das optische Highlight des über 200 PS starken Sportcoupés ist ein senkrecht vom Scharnier der teilbaren Motorhaube bis zum Heckende verlaufender Kamm, der mittig die Karosserie teilt. Die Tradition des Coachbuildings setzt Bugatti heute fort, zum Beispiel mit dem im vergangenen Jahr präsentierten Hypersportwagen Divo, einem deutlich nachgeschärften Chiron. Auf 40 Einheiten limitiert zum Preis von fünf Millionen Euro – netto! Ein Einzelstück hingegen ist die Hommage an den Type 57 SC Atlantic, die anlässlich des 110-jährigen Jubiläums in monatelanger Handarbeit für einen Bugatti-Enthusiasten entwickelt wurde. Mit 8,0-Liter-W16-Motor, vier Turboladern und 1.500 PS …

➔ „Wer Marken wie Ferrari oder Lamborghini für das Nonplusultra im Automobilbau hält, kennt Bugatti nicht.“ Auch dieser – von mir – formulierte Satz bringt den Anspruch von Bugatti zum Ausdruck: Automobile Luxusgüter für Ästheten anzubieten, die sich diese auch leisten können. Automobilisten, die eine schlaflose Nacht haben, weil sie einen Rolls-Royce oder Maybach gesehen haben, würden bei einem Bugatti möglicherweise einen Herzinfarkt erleiden. Und das bei einem Mitglied des Volkswagen-Konzerns, wo Bugatti in einer Reihe mit Seat, Skoda oder VW steht. Mit Blick darauf ist es gerade vom Marketing eine grandiose Leistung, Bugatti als exklusive Highend-Marke, von der Millionäre träumen, zu platzieren!



Bilderquelle: Bugatti