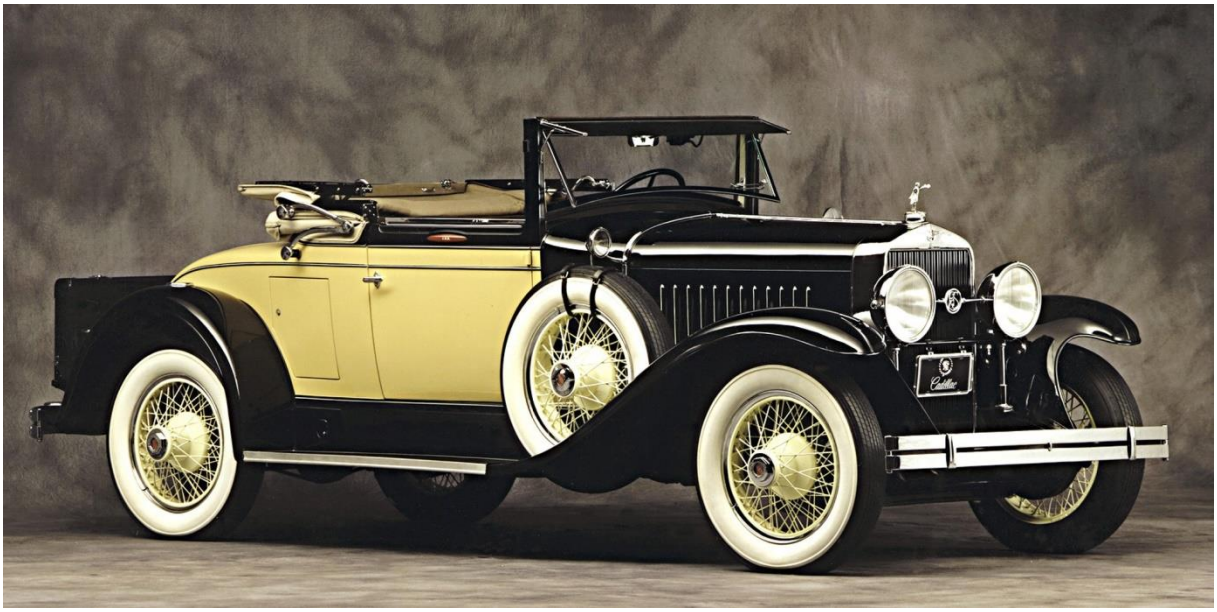
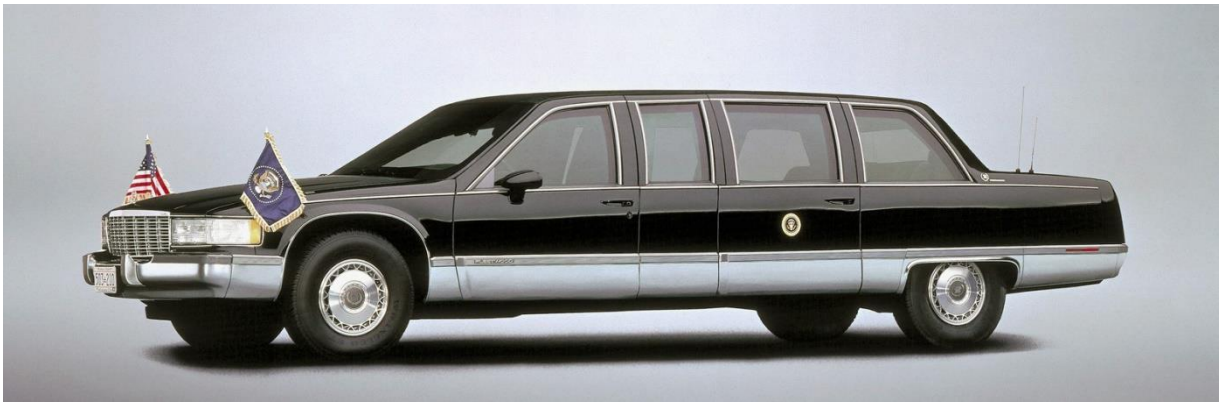
120 Jahre Cadillac – Luxus, Pomp und Glamour

Cadillac – obwohl viele noch nie ein Modell der Amerikaner auf der Straße gesehen haben, besitzen die meisten doch eine klare Meinung über die Modelle der wohlklingenden Marke: Ausladende Karosserien, große Achtzylinder-Motoren mit viel Leistung, Luxus, Pomp und Glamour. Für so manchen steht Cadillac gar als Symbol für den American Way of Life. Oder anders gesagt – für ein Leben im Übermaß, mit dem Otto Normalverbraucher so gar nichts am Hut hat. Es bleibt jedem selbst überlassen zu beurteilen, in welchem Maß Hollywood-Filme oder das Marketing von Cadillac einen Beitrag zur schillernden Traum-Welt rund um die Marke und die Modelle geleistet haben. Fakt ist jedoch im Jahr des 120. Jubiläums von Cadillac, dass die Zukunft auch dieser Marke elektrisch ist …



Im Jahr 1902 von Henry M. Leland gegründet, hat Cadillac in den letzten zwölf Jahrzehnten so manches Ausrufezeichen bei Technik, Design und Luxus-Features gesetzt: Man denke an den ersten PKW mit V16-Motor, das HydraMatic-Vollautomatikgetriebe oder das Fahrerassistenzsystem Super Cruise. Namen wie Fleetwood, de Ville oder Eldorado stehen für automobile Ikonen. In Sachen modernem Automobildesign markierte der 1927 eingeführte LaSalle einen signifikanten Schritt für Cadillac. Den Zeitgeist seiner Epoche spiegelt hingegen kaum ein Modell so gut wider wie das 1959 auf den Markt gekommene Cabrio Eldorado Biarritz mit seinen ausschweifenden Heckflossen. Der Lyriq soll nun die beeindruckende Tradition der Marke in die Elektromobilität übertragen.



➔ Cadillac und Elektromobilität – diese Kombination kann man sich nur schwer vorstellen. Schließlich prägt das Caddy-Bild ein prägnant vor sich hin blubbernder Big Block. Zur Wahrheit gehört aber auch, dass Elektro-Autos (noch?) sehr teuer sind und daher vor allem gut situierte Käufer ansprechen. Werden diese aber auch bereit sein, auf den bisher den Charakter eines Cadillac prägenden Verbrenner-Motor zu verzichten? Sicherlich eine sehr herausfordernde Aufgabe nicht zuletzt für das Marketing der Amerikaner. Wertvolle Schrittmacher-Dienste könnte hier übrigens der Wettbewerber Ford mit dem elektrischen Pick-up F-150 leisten. Bleibt zu hoffen, dass es Cadillac schafft, auch mit Elektroantrieb sein ganz spezielles Image zu erhalten …

Bildquelle: Cadillac