

März/April 2025



CLUB NEWS

JAGUARCLUB AUSTRIA





Copy Nothing - Der mutige Weg von Jaguar



Zielpublikum heute



Zielpublikum in den 1970ern



Für viele in der Jaguargemeinde - und nicht nur für die - hat der Relaunch der Marke Jaguar im vergangenen Dezember die Jaguarwelt, so wie wir sie bisher kannten, aus den Angeln gehoben. Grund genug, Dieter Platzer, seines Zeichens PR Manager bei JLR zu einer Serie von Clubabenden in Wien, Linz und Graz einzuladen, die jeweils sehr gut besucht waren, um sich der aufgebrachten und interessierten Jaguar Community zu stellen - vielen Dank dafür! Es wird Niemanden überraschen, dass das Medienecho in diesen wenigen Tagen größer war als in den letzten Jahren zusammen, so Dieter Platzer. Auch Medien, die sonst nicht über Autos berichten, haben über diesen Marken Relaunch berichtet, wie z.B. LinkedIn, YouTube oder Wirtschaftsformate, auf denen sich die Analysten geradezu überschlagen haben und das Für und Wider eines solch radikalen Neuauftritts zu beleuchten. Also, könnte man sagen, doch alles richtig gemacht, das Wichtigste ist ein großes Medienfeedback? Jaguar galt in Zeiten der frühen XJ und XJS, die rund eine Million Schilling kosteten, als Luxus Marke. In den letzten 25 Jahren hat man sich mit Modellen wie XE oder XF - die nachweislich zu den besten Fahrzeugen ihrer Klassen gehören - als Hersteller von Premium Fahrzeugen, also eine Klasse darunter, positioniert und auf Fahrzeuge wie

Audi A4 oder 5er BMW abgezielt. Dieses Segment ist von Firmenwagenkunden dominiert und da war sich Jaguar mit seinem Image als Luxus Marke selbst im Weg. Die Kundenwirkung wenn ein Aussendienstmitarbeiter oder Bereichsleiter beim Kunden vorfährt ist selbsterklärend. Die Stückzahlen von zuletzt um die 60.000 Fahrzeuge pro Jahr, verteilt auf sechs Modelle wohlgemerkt, sprechen Bände dazu.

Nun kann man also die Höherpositionierung nachvollziehen, die Diskussion über nur Elektroantrieb erspare ich uns hier, aber sollen die dargestellten Personen in den Videos wirklich die neuen Zielkunden repräsentieren? Laut Jaguar sollen diese designorientiert, extravagant und kreativ sein. Wenn man da im Vergleich die Werbesujets der 70er Jahre betrachtet könnte der Unterschied nicht größer sein. Die gleichzeitige Änderung der Markenidentität, des Logos, der Marktpositionierung, des Antriebes und des Zielpublikums auf einmal ist sehr mutig, um nicht zu sagen waghalsig. Der Spruch 'Copy Nothing' stammt übrigens von Sir William Lyons persönlich und wenn man die mutigen Designs seiner Zeit wie eines XK, eines E Type oder eines XJ-S betrachtet, hatte er damit Recht - wünschen wir unserer Herzmarke einen ähnlichen Erfolg.



Sir William Lyons



Das neue Jaguar Design
Unten: Dieter Platzer





Jaguar bei der James Bond Ausstellung - ,It's good to be bad'

In James Bond Filmen fuhren immer nur die Bösewichte Jaguar, dreimal um genau zu sein. Die Auftritte des zeitlosen XJ als Dienstfahrzeug von „M“ mal ausgenommen. Zum ersten mal im 2002er Streifen „Die Another Day“, für den neun Jaguar XKR angeschafft wurden um die Verfolgungsszenen auf dem isländischen Gletscher zu filmen, die ganze drei Wochen dauerten. Der Umbau der Autos, übrigens mit dem Allradantrieb des Ford Bronco versehen, dauerte drei Monate. Hier wurden allerlei Gadgets verbaut, wir z.B. eine Minigun, Raketenwerfer vorne, Raketenwerfer an den Seiten, ein Mörserwerfer, Rammen, ein verstärktes Fahrgerüst und Wärmebildkameras. Wobei nur das eine Exemplar, das gerade in Wien steht alle Funktionen aufwies und das durften wir ganz genau beäugeln. Daneben wird der Aston Martin V12 Vanquish gezeigt, mithilfe derer Pierce Brosnan im Stehen gefilmt werden konnte, um den Eindruck zu erwecken, er schlittete kopfüber am Eis.

Der zweite Auftritt eines Jaguar in einem Bond Film war im 2015 erschienen Film „Spectre“. Der gezeigte Prototyp CX-75, der es leider nie zur Serienreife schaffte, wurde in sieben Exemplaren dem Filmteam zur Verfügung gestellt um die Verfolgungsjagd in Rom zu filmen. Die Autos hatten allerdings technisch rein gar nichts mit dem echten Prototypen gemein, sahen ihm nur optisch sehr ähnlich. Das dritte von Bösewichten gefahrene Jaguarmodell war der XF im 2021 ertschienenen Streifen „No time to die“, wo zwei XF Limousinen Bond verfolgten, leider



war von diesem Modell nichts in der Ausstellung zu sehen.

Doch es hätte auch anders kommen können, nämlich dass der E-Type DAS James Bond Auto geworden wäre, anstatt des DB5. Gerüchte halten sich, dass Sir William Lyons sich weigerte den E-Type gratis an die James Bond Produktionsfirma zur Verfügung zu stellen, da viele Kunden auf das Auto warteten. Der E-Type sei eigentlich das Wunschauto der Bond Produktionsfirma gewesen. Wir erinnern uns, das Erscheinungsdatum des ersten Bond Filmes (1962) war nahe am Erscheinungsdatum des E Types (1961).

Ein Jaguar XK 120 OTS, Bj. 1950, im historischen Bergrennsport

Der Grazer Hans Jud hat nach seinem überragenden Klassen Sieg in der zentraleuropäischen FIA Historic Hillclimb Championship im Jahr 2023, in der 2024er Saison nur 4 Rennen bestritten und es damit etwas ruhiger angegangen. Diese waren das Heimrennen am steirischen Rechberg, ein Lauf in Strenbek, Tschechien und zwei Läufe in Italien, einmal in Pesaro, wo die wunderschöne Strecke vom Meer zu einem Leucht-

turm führt, sowie in Cividale, wo leider die Kupplung w.o. gab - nach 10 pannenfreien Jahren im harten Renneinsatz nur allzu verständlich.

In Italien ist der silberne Jaguar XK 120 übrigens ein Publikumsliebling und der pensionierte Richter wird liebevoll „judice volante“ – „fliegender Richter“ gerufen. Für 2025 ist wieder alles gerichtet und wir freuen uns über weiter gute Platzierungen.

Wir danken unseren Sponsoren



Fischbacher & Schwarzinger
Steuerberatung GmbH