

Maybach wird neu gedacht

Von Jens Meiners

Mit dem Supersportwagen GT hat Daimler eine neue Sub-Marke eingeführt: Mercedes-AMG. In gleicher Logik kehrt jetzt eine ehrwürdige Luxusmarke zurück - nämlich Maybach. Vor zwölf Jahren hatten die Stuttgarter mit dem Maybach 57 und 62 eine Baureihe eingeführt, die direkt auf Bentley und Rolls-Royce zielte. Allerdings mit mäßigem Erfolg: Die Verkaufszahlen erreichten nie die Erwartungen, und technisch wurde der Maybach rasch von der S-Klasse überholt.

Jetzt kommt Maybach als Sub-Marke zurück - als Mercedes-Maybach. Das erste Modell ist eine Ableitung der S-Klasse mit einem 20 Zentimeter längeren Radstand und einer Luxusausstattung, die im Basismodell nicht zu bekommen ist. Angeboten wird der Mercedes-Maybach als S 500 und als S 600; in China wird es sogar einen S 400 4Matic mit einem V6-Motor geben. „Das Konzept macht sich nicht an der Zahl der Zylinder fest“, sagt Daimler-Marketingchef Ola Källenius.

Bestellt werden können die Mercedes-Maybach-Modelle bei jedem Mercedes-Händler - allerdings will man die bei einigen Händler bereits etablierten S-Class-Lounges nutzen, um dem Kunden das Thema nahezubringen. Denn Maybach, so Källenius, muss „neu gelernt werden“. Man positioniert sich jetzt nicht mehr in den preislichen Gefilden der Spitzenmodelle von Bentley Mulsanne und Rolls-Royce Phantom, sondern befindet sich in Rufweite der regulären S-Klasse.

Noch ist es nicht bestätigt, aber schon im Frühjahr dürfte Daimler eine Variante der Mercedes-Maybach S-Klasse mit nochmals verlängertem Radstand vorstellen. Langfristig könnte es außerdem Varianten von S-Klasse Coupé und S-Klasse Cabriolet geben - und sogar ein Geländewagen ist theoretisch denkbar. (ampnet/jm)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Maybach.



Mercedes-Maybach S 600.



Mercedes-Maybach.



Ola Källenius.
