

PRODUKT-INFORMATIONEN
FÜR DIE MERCEDES-BENZ
VERTRIEBS-ORGANISATION

DEZEMBER 1994

IM VERGLEICH



Die S-Klasse von Mercedes-Benz und die neue Siebener Reihe von BMW.



Für einen BMW eher durchzugsschwach – die Siebener, die ersten Monate.

Seit 11. 6. dieses Jahres gibt es sie zu kaufen – die neuen 7er BMW. Der Start ist weder gut noch schlecht. Jedoch auf keinen Fall so, wie ihn sich die Manager in München vorgestellt hatten.

Die Presse schließt sich unserer Meinung an: Der Neue hat wenig, was man nicht schon kennt. Er tut sich schwer, Interesse wachzuhalten.

Trotzdem, seit Juni 94 steigen die Zulassungszahlen: Verglichen mit dem gleichen Monat des Vorjahres, werden im Durchschnitt etwa doppelt so viele Fahrzeuge mit der Nummer 7 zugelassen.

Faktum jedenfalls ist zweierlei: Zum einen sind in den ersten Monaten immer auch Händlerzulassungen enthalten. Das läßt den Start kraftvoller erscheinen, als er eigentlich ist. Zum anderen ist schon jetzt abzulesen, daß – wenn überhaupt – die Siebener nur schleppend in die Gänge kommen. Ein wirklicher deutlicher Zulassungsschub, wie er erfahrungsgemäß bei jedem neuen Modell zu erwarten ist, steht noch aus.

Kommen die Siebener auf dem deutschen Markt eher behäbig aus den Startlöchern, so fällt es ihnen auf den internationalen Märkten in West-

Aktueller Zulassungsvergleich: Januar - September 1994 in DEUTSCHLAND

Mercedes-Benz S-Klasse/BMW 7er



Aktueller Zulassungsvergleich: Januar - September 1994 in WESTEUROPA

Mercedes-Benz S-Klasse/BMW 7er



europa noch einmal merklich schwerer, auf Touren zu kommen.

Weiterhin hält die S-Klasse ihren führenden Rang im Segment – in Westeuropa wurden bis Ende September

94 16.510 Fahrzeuge der S-Klasse zugelassen. Dagegen stehen 13.397 (neue und „alte“) Siebener von BMW für den gleichen Zeitraum.

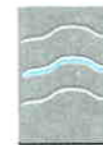
Auch in Deutschland ist der Siebener von BMW näher an die S-Klasse in absoluten Zulassungszahlen herangekommen – jedoch auch auf dem inländischen Markt sind die Fahrzeuge der S-Klasse nach wie vor weit mehr gefragt als der Wettbewerber aus München. Siebener BMW wurden bis September 9.443 zum Straßenverkehr angemeldet, Fahrzeuge der S-Klasse hingegen waren es 10.986. Vom Ziel, das man sich bei BMW noch zur Vorstellung der Reihe im ersten Quartal des Jahres machte, ist man weit entfernt. Die Erwartung ging dahin, „sicher noch einige 10.000 Fahrzeuge mehr abzusetzen“ als mit dem Vorgänger.

Die druckfrischen Zulassungszahlen „Oktober 94“ liegen vor (ams 25/94):



Die Oberklasse entdeckt die neuen automobilen Werte.

► Seite 4–5



Wie man eine 2-Milliarden-Investition unter einem alten Auto versteckt.

► Seite 6–7



Der BMW zeigt gern, was er hat, die S-Klasse, was sie kann.

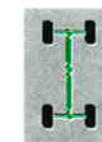
Weil der Mensch beim Fahren sitzt.

► Seite 8–11



Die kürzeste Reihe der Welt, sie endet nach drei Motoren.

► Seite 12–13



Vom sanften Gleiten und anderen Errungenschaften der Fahrkultur.

► Seite 14–15



Was ein bißchen mehr wert ist, darf auch ein bißchen teurer sein. Der Stoff, aus dem bei Mercedes-Benz die Oberklasse ist.

► Seite 16–19



3.600 Testfahrer bewähren sich im Klassenkampf.

► Seite 20–23



Es war schon immer etwas teurer, einer Oberklasse anzugehören.

► Seite 24–25



Die Seite mit den meisten Sonderwünschen und einem eigenen Satellitenprogramm.

► Seite 26–27



Über kurz oder lang die kürzeste Reihe der Welt.

► Seite 28–29



Die komplette BMW 7er Reihe auf einen Blick.

► Seite 30–31

Im Oktober wurden schon wieder weniger BMW Siebener zugelassen als in den Monaten davor – 1.053 Fahrzeuge im Oktober, nach 1.588 im September und 1.800 im August. Es scheint, als käme der Absatz schon wieder ins Stocken, noch ehe er richtig in Fahrt kam.

Die Fachpresse faßt das „Phänomen Siebener“ vermutlich treffend zusammen: in ein allgemeines Bedauern darüber, daß sich der neue Siebener so „bescheiden“ gibt. „Der neue Siebener ist sachlich . . .“ bietet aber zu seinem Vorgänger kaum optische Kauf-mich-Reize“, stellt deshalb ADAC motorwelt (8/94) kurz und bündig fest.

BMW-Fahrer, die zu 33,4% Styling als entscheidendes Kaufkriterium angeben und denen neue, ungesehene Optik wichtiger ist als alles, antworten auf den Newcomer mit Zurückhaltung.

Da die Klientel von BMW generell progressiv eingestellt ist, wird es der konservativ verpackte Neuling schwer haben, in der geplanten Menge begeisterte Käufer zu finden.



In der Oberklasse gelten besondere Maßstäbe – Form follows Klasse.



„Der Neid muß es Mercedes lassen: Wurde die S-Klasse ob ihres Kingsize-Formats und ihres Übergewichts allseits gescholten, als Transportmittel der ersten Klasse setzte sie Maßstäbe. So sieht es bis jetzt auch die Kundschaft. In der Oberklasse kauft sie – nach anfänglichem Zögern – wieder das, was sie schon immer kauft: vorwiegend Mercedes.“ ams (15/94).

Allein durch seine Präsenz hat der neue BMW die Design-Debatte in der Oberklasse wieder belebt und um den wesentlichen Aspekt bereichert:

Es wird wahrgenommen und akzeptiert, daß ein Fahrzeug dieser Klasse sicher auch – häufig auch hauptsächlich – deshalb gefahren wird, weil es etwas repräsentiert. Ein Design, wie es für die S-Klasse gefunden wurde, wird diesem Anspruch in der Mercedes-Benz eigenen, markanten Gestaltung gerecht.

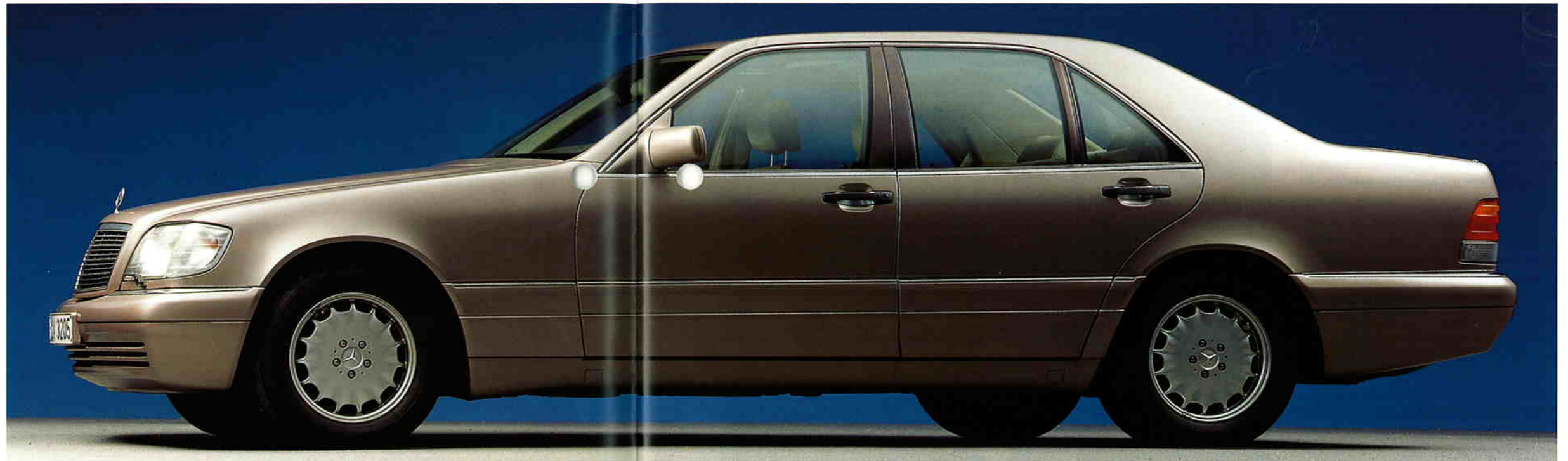
BMW hat die andere mögliche Position bezogen: ein Fahrzeug der Oberklasse zum Preis der höchsten Klasse, das sich in den Formaten der Mittelklasse tarnt.

Understatement, richtig eingesetzt, wird honoriert. Wird es jedoch überstrapaziert, verschwindet sein Reiz. Die Strategie der Bayern ging zumindest bis vor kurzem bei Fachjournalisten auf. Nun, da der direkte Vergleich erfahrbar ist, formiert sich die Gruppe derer, die es dem neuen 7er als Manko anlasten, daß er zuwenig „hermacht“.

Nachweislich nicht auf geht das Kalkül der BMW-Planer. Die Verkaufszahlen sprechen nicht für den 7er, wohl aber für die S-Klasse. Obwohl „Status“ und „Repräsentation“ selten

unter den entscheidenden Kaufmotiven genannt werden, scheinen sie wichtiges Entscheidungskriterium zu sein. Vor allem, wenn sie vermißt werden.

„Am Volant sitzt Daniel Schmidt, ein Mann mit dem Diplom der Rolls-Royce-Chauffeurschule . . . : „Der Mercedes ist das klassische Chauffeurauto, groß, hoch, würdevoll.“ ADAC Spezial '94.



Tatsächlich ist es BMW gelungen, einen neuen 7er perfekt unter einem alten 7er zu verstecken.

Es ist eine Binsenweisheit, aber offensichtlich wird sie ab und an nicht ernst genommen: Ein neues Produkt braucht einen deutlichen Neuigkeitswert, sonst ist es für Käufer uninteressant. So macht BMW vermutlich gerade die Erfahrung, daß man Neuheiten sehen muß, um sie zu erkennen.

Mehr als 2 Milliarden Mark hat man nach eigenen Angaben in die neue 7er Reihe investiert. Man hätte etwas mehr Augenmerk auf das Äußere richten müssen, um den gewünschten Erfolg bei den eigenen Fahrern zu haben.

Zu sehr ist gerade das neue Design zu einer Aktualisierung, einem Facelifting des alten Stylings geraten. Man braucht schon Insiderkenntnisse, will man auf Anhieb zwischen dem Neuen und dem Vorgänger unterscheiden.

„Wenn der Siebener sprechen könnte, würde er sagen: ‚Hey, ich bin ein völlig neues Auto, ohne daß es einer merkt.‘“ ADAC Spezial '94.

Hingegen finden die Überarbeitungen an der S-Klasse allgemein Beachtung und Wohlwollen. Sie sind mit dem Augenmaß vorgenommen, das eigentlich BMW in der neuen Werbung für sein Prunkstück reklamiert.

„Minimale Änderungen an Kühlergrill, Stoßstange, Heck und Seitenlinien lassen die S-Klasse jetzt nicht mehr so wuchtig erscheinen.“ ADAC Spezial '94.

Wenn man sich dies alles vor Augen führt, wird bewußt, daß das Design der S-Klasse auf seine Art die progressivere – weil konsequentere – Erscheinung ist.

Das Fahrzeug erscheint heute optisch leichter, wohlproportioniert und dynamischer. Das bewirken neugestaltete Stoßfänger vorne und hinten; die schlankere Linienführung entsteht



▲ Insider erkennen den neuen Siebener an der noch einmal gestauchten Doppelniere und der neuen Optik der Scheinwerfer. Sonst bleibt vieles beim alten.



▲ Durch die Überarbeitung gewonnen hat die S-Klasse. Von allen Seiten erscheint sie dynamischer und tiefer.



▲ Auch Tiefstapeln will gelernt sein: Das Heck erscheint zu wuchtig im Vergleich zur gestauchten Frontpartie.



▲ Die S-Klasse: sehen und gesehen werden.



▲ Der BMW: unzureichend gebändigte Lichtflut.



▲ In der S-Klasse: Auch bei schlechtem Wetter gute Seitensicht. Der Außenspiegel hält Spritz- und Schmutzwasser fern. Schlechtere Aussichten hingegen bei den Siebenern.



▲ Kräftige Türgriffe für alle Fälle an der S-Klasse. Trotz massiver Kritik: die BMW-„Türfallen“ auch beim neuen 7er.



durch den harmonisierten, horizontal gegliederten Seitenschutz. Die Absenkung der Karosserie um 20 Millimeter tut ein übriges, um das Fahrzeug weniger massig erscheinen zu lassen.

Die Front gewinnt durch neue Scheinwerfer. Abblend- und Fernlicht sind nun eine breite, gestreckte Einheit. Die ungetönten Blinker verbreitern die Optik der Lichtanlage zusätzlich und flachen die Frontpartie ab. Wesentlicher Faktor der neuen Harmonie in der S-Klasse ist jedoch das Heck. Es wurde der neuen Optik angepaßt und liegt nun deutlich tiefer und breiter. Diese Harmonie von Front und Heck läßt der neue 7er vermissen. Im Verhältnis zur Front wirkt das Heck zu mächtig.

Dabei bleibt die S-Klasse das, was ihren Erfolg begründet: ein stattliches Fahrzeug. Und auf den ersten Blick wie auch in jedem Detail ein Mercedes.

Details fallen in der Oberklasse bei BMW auf, allerdings störend. Wesentliche Funktionen müssen sich in das Gestaltungskorsett einzwängen. Schon häufig bemängelt und auch im neuen BMW ein Kritikpunkt – die Türgriffe. Schick integriert, aber gemeine Fallen für lange Fingernägel, und, was gravierender ist: Im Fall eines seitlichen Aufpralls ist nicht mehr sichergestellt, daß sich eine BMW-Tür ohne technische Hilfsmittel öffnen läßt.

Die Außenspiegel haben in der S-Klasse eine zweite, wichtige Aufgabe, nämlich die Seitenscheiben frei von Schmutz und Spritzwasser zu halten. Die des BMW erfüllen diese für die Sicherheit unverzichtbare Aufgabe nur im Ansatz.

„So haben sich die Stylisten des neuen 7ers sehr behutsam an die Renovierung für 1994 gemacht. Man kann auch sagen, zaghaft.“ FAZ 18. 10. 1994