

Bilder von Kaj Miessner, Ulrich Lehmann und Tim Leverton

Europapremiere in Genf 2003:

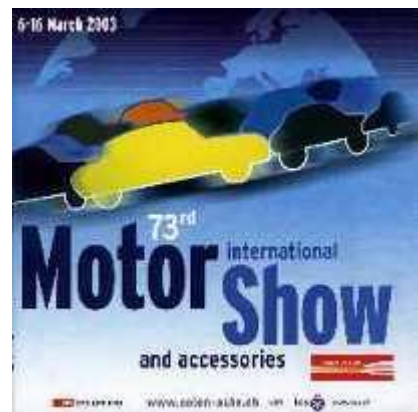


Der neue
Rolls-Royce

Phantom

März 2003 auf dem *Genfer Automobilsalon*. *Rolls-Royce* wird neues Leben eingehaucht. Nach Rangeleien um die Marke präsentiert ein neuer Eigner ein berühmtes Auto unter altem Namen: Den *Rolls-Royce 'Phantom'*.

Die Motorboys waren bei der Europapremiere dabei, trafen exklusiv Firmenchef Tony Gott, Chefdesigner Marek Djordjevic und Öffentlichkeitschef Fred Fruth. Zudem waren wir eingeladen, das Fahrzeug auf der Straße gemeinsam mit Cheffingenieur Tim Leverton zu testen.





Dienstag, halbzehn in Genf

Die hübschen Damen am Counter haben ihr schönstes Lächeln aufgesetzt. Vor ihnen lagern muschelfarbene Mappen, die von einem kunstvollen Schleifchen zusammengehalten werden. Dienstbeflissene Herren stehen in Rufbereitschaft, um Interessenten

des neuen *Mercedes*-Flaggschiffs von Zweitlackierungen und Liegesitzen vorzuschwärmen.

Daneben gähnt auf einer schiefen Ebene der *Maybach 62*. Seine sperrangelweiten Türen gewähren Einblick in ein Reich überbordenden Komforts. Dezent montierte Lampen sind zusätzlich innen montiert, um bloß kein Detail der üppig vorhandenen Spielsachen im Schatten zu belassen. Eigentlich passt alles. Doch es fehlt etwas bei *Maybachs*: Das Publikum. Dieses zieht es vor, nur fünf Meter weiter einem ganz anderen Auto seine Referenz zu erweisen...



Auf der Suche in Halle 6

Der erste Pressetag für Journalisten auf dem Automobilsalon zu Genf. Auf Einladung von *Rolls-Royce Motorcars* sind wir auf dem Weg zum neuen *Phantom*. "Wo soll der Stand denn nun bitte sein?" Kaj wedelt mit dem Hallenplan. Tatsache ist, wir stehen in Halle 6 und sehen den Wald vor Bäumen nicht. Ein Mann, beladen mit Kameras, biegt um die Ecke des *Volvo*-Standes. Hinter sich her zieht er missgelaunt den gleichen gelben Beutel auf Rädern, den man auch uns schon am Eingang in die Hand drücken wollte. "Zum leichteren Transport der Prospekte", hatte die freundliche Messedame betont. Der Mann grunzt. Eines der beiden Räder ist abgebrochen und so schleift das Behältnis auf dem Boden. "Wissen Sie, wo der *Rolls-Royce*-Stand ist?" Er schnauft, deutet in eine Richtung und zieht weiter. Geradeaus sehen wir nur den *Maybach*-Schriftzug?! Was hilft's? Wir laufen hoffnungsvoll in die angegebene Richtung, da die Zeit drängt: Schliesslich erwartet man uns.

Begrüßung bei *Rolls-Royce Motorcars*



Tatsächlich, der Tipp stimmt. Dennoch können wir es nicht glauben: *Maybach* und *Rolls-Royce* haben ihre Lager direkt nebeneinander aufgeschlagen! Nur ist der *Maybach*-Stand höher und damit auch aus der Entfernung besser sichtbar. Fred Fruth, General Manager for Public Affairs' bei *Rolls-Royce*, winkt uns freudestrahlend heran und begrüßt uns.

"Das hat die Messeleitung gemacht. Wir wussten auch nichts davon. Aber wo stehen die Leute? Bei uns, nicht bei unseren Nachbarn!" Sagt's, lacht und manövriert uns an einer Menschentraube

vorbei, die sich um einen *Phantom* in violett-metallic geschart hat.



Ich verrenke mir fast den Hals, folge aber brav. Herr Fruth beruhigt: "Hinten steht noch einer, da ist es ruhiger!"

Im Herz des RR-Messestandes

Fred ist gebürtiger Österreicher und das hört man auch sanft heraus. Bei *Rolls-Royce* ist er Chef der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit. Erst am gestrigen Tag sei er in Genf angekommen, grinst der sympathische Alpenländer. "Aus *Santa Barbara, Kalifornien*, von der Pressevorstellung für den US-Markt. Erst mal musste ich Wäsche waschen, ich hatte kaum mehr etwas anzuziehen." Vorbei an ähnlich schönen Counter-Töchtern wie bei Familie Maybach traben wir ihm in den *VIP*-Bereich hinterher. Innen angekommen müssen wir uns erst fassen: Da steht er, der neue *Phantom*. Keine *Fata Morgana*, keine Projektion. Man könnte einfach hingehen und ihn berühren... 1 Meter maximal beträgt die Distanz zwischen mir und dem Wesen. Sogleich verwerfe ich diesen Gedanken. Das wäre ja so, als träfe man erstmals auf die *Queen* und zöge sie gleich burschikos an seine Brust! Fred scheint meine Ehrfurcht zu spüren. "Nur zu, dazu haben wir die Fahrzeuge ja hier". Spricht's und macht sich auf den Weg, um uns Kaffee zu organisieren.



Da stehen wir ihm also gegenüber, Auge in Auge. Und trotz runden Nebellichtern unter rechteckigen Hauptscheinwerfern muß ich eingestehen: Er gefällt mir besser, als auf allen Bildern. Sofort sichtbar die authentischen Rolls-Proportionen: Lange Haube, langer Radstand, kurze vordere und hintere

Überhänge, eine dezente Heckscheibe sowie eine massive C-Säule, die mich auf den ersten Blick an jene der *James Young Phantom V Touring Limousine* erinnert. Auch Assoziationen mit einigen *Thrupp & Maberly Phantoms* klingen an.

Der Kühler sieht zwar immer noch wuchtig aus, aber ich merke, wie gern ich ihn betrachte... Klokk! Eine zierliche Dame drückt die Fond-Türe mühsam auf (das automatische Helferlein ist nur beim Schliessen dienstbar) und kraxelt unsicher aus der



Sänfte. Ihr Gesicht verrät Anspannung. Was darf man bei diesem Vorgang berühren, was nicht? Wir starren benommen vor uns hin, überwältigt von der Pracht.

Wir treffen Marek Djordjevic, den Chief-Exterior-Designer

Fred kommt mit einer guten Fee im Schlepptau zurück, die uns mit zwei heißen Tassen versorgt. Während wir bedächtig schlürfen, erfahren wir, wer unser erster Gesprächspartner sein wird: "Marek Djordjevic, der Chiefstylist Exterior"

hat gleich für Sie Zeit. Ein phantastischer, junger Mann! Sie werden überrascht sein."



Sind wir auch: Marek begrüßt uns freudestrahlend und in feinstem Englisch. Gerade hat er einem serbischen Fernseheteam ein Interview gegeben. "Ich komme aus Belgrad, müssen Sie wissen." Der Mann ist höchstens 36 und sieht nicht unbedingt aus wie der Designer des neben uns ruhenden Automobils.

Kaum sitzen wir im clubähnlichen Sitzmöbel, ist Marek bei der Sache: "Und? Wie gefällt er Ihnen?" Meine Antwort sorgt bei ihm für Grinsen.

"Wissen Sie, es war ja mehr zu tun, als nur das Auto zu designen. In vier Jahren mussten wir schlicht ein völlig neues Fahrzeug aus dem Nichts entwickeln und zudem auch noch die Firma bauen, in welcher wir den Wagen herstellen konnten. Dazu kam auch noch die Schaffung aller betrieblicher Strukturen, sowie die Suche geeigneten Personals. Dennoch: Das Alukleid ist mein Werk."

Bedächtig ordnet der junge Mann seine Kravatte. "Wann ging Ihre Arbeit los?", frage ich. "Nun, sobald sich die *BMW Group* die Rechte an der Marke gesichert hatte, wurden drei Teams gebildet, die Designvarianten entwerfen sollten. Das war Ende Sommer 1998. Jedes Team schuf zwei Modelle, von welchen letztlich eines ausgewählt wurden, um in voller Größe modelliert zu werden. Erst Ende 1999 entschieden wir uns für den Vorschlag meiner Gruppe." Er strahlt.

Ich gratuliere nochmal, kann mir jedoch die Frage nicht verkneifen, wie wohl ein früherer *Rolls-Royce*-Designer das Ergebnis beurteilt hätte. Marek lehnt sich erstaunlich entspannt zurück. "Das kann ich Ihnen genau sagen. Er würde sagen, es wäre ein würdiger *Rolls-Royce*." Ich blicke ihn leicht pikiert an: Was für eine Selbstsicherheit?! Marek bemerkt meine Skepsis. "Kein Grund zur Irritation. Der Grund für meine Überzeugung ist folgender: Ich traf *John Blatchley*, den Designer des *Clouds* und des *Shadows*. Nach dem Krieg hatte er bereits bei *'Gurney Nutting'* gearbeitet. John war zum Zeitpunkt dieses Gespräches um die 85, aber noch immer topfit. Stellen Sie sich das vor: Er saß in seinem Ohrensessel und blätterte langsam mein Entwurfsbuch durch. Darin enthalten war auch das Design, für welches wir uns bereits entschieden hatten. Nach einer Weile legte er das Buch wieder weg. Mein Herz schlug bis zum Hals. Er sah mich an und meinte trocken: Mr. Djordjevic, da ist nur ein *Rolls-Royce* unter diesen Entwürfen'. ... Pause! Ich wäre am liebsten aus dem Zimmer gelaufen! Da schlug er das Buch wieder auf und zeigte auf meinen Entwurf!" Marek tippelt mit den Fingern auf



dem Sessellehne herum und macht einen zufriedenen Eindruck. Ich bin gerührt, denke an meinen *Shadow II* und freue mich kurz und unauffällig, dass sein Schöpfer noch lebt.

Aber *Cloud* und *Shadow* sind lang her.... Also nehme ich allen Mut zusammen: "Gratulation. Aber der *Shadow* lief 1980 aus. Und wie ein Nachfolger des *Seraph* sieht Ihr *Phantom* nicht unbedingt aus... ", füge ich vorsichtig an. "Richtig. Das war ja das schöne. Wir mussten keinen Gedanken darauf verschwenden, den Nachfolger eines *Seraphs* zu kreieren. Im Gegenteil! Wir waren eine neue Firma, die direkt in die Fußstapfen von *Charles Rolls* und *Henry Royce* treten wollte. Dabei gab es keinen Ballast, sondern nur frische Ideen eines kleinen, hochmotivierten Teams, welches aus Überzeugung an den Nimbus der großartigen Vorkriegsfahrzeuge anknüpfen wollte.



Dieser Vergleich tatsächlich ist der von uns angestrebte, nicht der mit einem *Rolls-Royce* vergangener Jahre."

Marek blickt erwartungsvoll.

"Was war falsch am *Seraph*?", frage ich. "Ich sage Ihnen lieber, was richtig am neuen *Phantom* ist." Mareks Augen glänzen. "Es ist die Kombination aus Würde, die er ausstrahlt und zeitgemäßem Komfort, den er bietet. Da mein Job die Gestaltung seines Äusseren war, möchte ich gern auf dieses eingehen: Da ist zum einen die massive Front, zum anderen die hohe Windschutzscheibe und ein dahinter nochmals ansteigendes Dach. Dieses fällt erst relativ spät sanft nach hinten ab und trägt somit auch im Fondbereich zu viel Kopffreiheit bei. Im Gegenzug dazu verjüngen sich die Fenster bereits früher, werden quasi niedriger, um die dynamischen Proportionen zu betonen, die wiederum durch die traditionell ansteigende

Schwellerlinie ausgeglichen werden."

Marek deutet auf die C-Säule des Ausstellungswagens. "Dieser Holm ist übrigens auch ein Designmerkmal älterer *Phantom*-Modelle. Er schirmt die Passagiere so geschickt vor unerwünschten Blicken ab, dass Gardinen, Rollos oder gar getöntes Glas erst gar nicht zum Einsatz kommen müssen." Der Designer überlegt, springt auf den Ausstellungswagen zu und öffnet die hinteren Türen. "Und da! Sie öffnen nach hinten. Das ermöglicht Zu- und Ausstieg in klassischer *Phantom*-Tradition. Diese Grazie bekommen Sie mit vorn angeschlagenen Türen einfach nicht hin." Das klingt einleuchtend, denke ich und überlege, ob ich es bisher einmal geschafft habe, meinen *Rolls* würdevoll zu verlassen.

"Mr. Djordjevic, wenn Sie zu einem Vergleich mit alten *Phantoms* anregen, dann ist der neue *Phantom* aber eigentlich ein *Short Wheelbase*-Modell, oder? *Maybach* hat immerhin das Modell 62' auf Lager, welches 40 cm länger ist, als der *Phantom*. Wurmt Sie das nicht?" Marek zuckt mit den Achseln. "Die beiden Fahrzeuge sind doch grundverschieden. Allein



schon die Tatsache, dass andere Hersteller längere Fahrzeuge im Premium-Segment anbieten, stellt für uns keinen Grund dar, diese Option ebenfalls in Serie zu gießen. Unsere Überzeugung ist, dass unser Wagen mit allen Attributen versehen ist, die einen *Rolls-Royce* ausmachen. Gäbe es Kunden, die aus persönlichen Gründen einen längeren Wagen wünschten, so besäße jener das gleiche, hohe Image. Er wäre lediglich länger. Um Ihnen aber ein Signal zu geben: Die angewandte '*Space-Frame-Technologie*' ermöglicht uns, Kundenwünschen dieser Richtung problemloser nachzugehen, als es vielleicht anderen Herstellern erlaubt ist. Doch momentan haben wir diesbezüglich noch keine Anfragen".



Ich frage, wer oder was ihm persönlich denn den kreativen Zugang zur *RR*-Tradition vermittelte oder Einstiegshilfe leistete. Marek hat sofort eine Antwort parat: "Restaurationsfirmen zum Beispiel. Neben dem Besuch von Events wie *Pebble Beach* gehörten für mich die Gespräche mit den Jungs von *P&A Wood* zu den inspirierendsten überhaupt. Oder aber auch die Anlässe der *Rolls-Royce Clubs*: Gerade die *Annual*

Rallye des *RREC* zum Beispiel ist wirklich etwas ganz besonderes. Der Besucher, der von dort ohne Inspiration nach Hause fährt, muss erst geboren werden". Marek lehnt sich zurück und erhält von mir verständnisvolles Kopfnicken. Neben uns rumort es. Zwei asiatische Pressevertreter entsteigen aufgeregt dem *Phantom*. Während der eine ständig mit einer DVD-Camera herumfuchelt, notiert der andere in wildem Stakkato fernöstliche Ansichten über ein englisches Auto in sein Notepad. "Was folgt nun,



zeichnen Sie bereits an Linien eines Cabrios oder Coupés?", wende ich mich wieder Marek zu. Mein Gesprächspartner zieht die Lippen zusammen: "Langfristig werden wir kein One-Model-Hersteller bleiben. Es gibt viele Wege, die eingeschlagen werden können. Aber Timing und die Wünsche unserer Kunden wollen berücksichtigt werden. Sehr wichtig ist nun erst mal, dem *Phantom* die Zeit einzuräumen, die er braucht, um die Marke wieder dort zu etablieren, wo sie war. Bevor dieser Prozess nicht deutlich vorangeschritten ist, werden wir uns keinen weiteren Zielen widmen.



Wenn ich aber eine Vermutung äussern darf, dann könnte ich bald wieder zu tun bekommen..."

"Mister Djordjevic, herzlichen Dank für dieses Gespräch." Marek drückt meine Hand und ich drücke ihm einen Alpine-Eagle in die seine.

Mittwoch Vormittag, Genfer Salon

Gut gelaunt sind wir am zweiten Pressetag auf dem Salon unterwegs. Nicht genug damit, dass wir heute *Rolls-Royce*-Chef *Tony Gott* treffen sollen! Fred Fruth hat es sogar geschafft, uns einen *Phantom* für eine Testfahrt zu besorgen.

Während uns diese Vorstellung beschwingt und wir erneut Halle 6 zustreben, ziehen uns unsere Taschen mit Kameras und Recorder immer mehr zu Boden. Zudem wandert ein Traumwagen-Prospekt nach dem anderen in unsere Tüten bis wir aufgeben müssen: Darauf haben die Leute bei *Seat* nur gewartet. Der Stand, auf dem scheinbar eineiige Zwillinge der hübschen Damen des *Maybach* und *Rolls-Royce* Standes um die Wette lächeln, hat sich dem Leid mit der Schwerkraft gewidmet und hält für Journalisten mit besonderem Interesse an der Marke ein apartes wie praktisches Zieh-Wägelchen bereit. Pflichtbewusst inspizieren wir daraufhin das Cockpit eines *Seat Leon* und laufen alsbald mit einem zweirädrigen, roten *Seat* bei *Rolls-Royce* ein.

Der Stand ist wieder rammelvoll! Auf dem Drehteller im offenen Bereich drücken sich Fernsehteams um die besten Plätze für Close-Ups. Aufgeregte Assistentinnen schwatzen unentwegt auf Kameraleute ein, während sich die Moderatoren der verschiedenen Autosendungen um die Plätze im Fond balgen. Ein Scheinwerfer fällt um, weil ihn der Beleuchter auf die Kante der Drehscheibe gestellt hat. Und zwischendrin versucht der stets freundliche 'Regional Sales Director Europe' Ulrich Buck, dass nichts zu Bruch geht. Es ist wie ein Tollhaus.



Wir überlassen den *Phantom* mit der erstmals präsentierten 'Theatre-Configuration' (Einzelsitze hinten) den Paparazzi und suchen Obhut im *VIP*-Bereich.

Fred ist von dem Treiben unbeeindruckt. Im Gegenteil: Das Interesse am *Phantom* scheint ihn stündlich mehr zu beflügeln. Kaum haben wir uns die Tageszeit gesagt, deutet er auf eine Gruppe von 20 Herren und höchstens 2 Damen in

Anzug und Krawatte. Sie haben sich um einen *Rolls-Royce*-Mitarbeiter geschart und lauschen andächtig. "Da stehen 300 Millionen Euro". Aha? "Das sind Investoren, die sich ein Bild machen wollen, was mit Ihrem Geld passiert ist", klärt Fred mich auf. Drei ältere Herren, zur Gruppe gehörend, sitzen lachend im offenen Kofferraum und wippen wie die kleinen Kinder. Es sieht nicht so aus, als bangten Sie um Ihren Einsatz. Fred kann sich sein Lachen nicht verkeifen.

"Übrigens, Tony Gott hat jetzt für Sie Zeit!"



{

Begegnungen in Genf - Teil 2



Motorboys: Mr. Gott, Ihnen scheint es richtig gut zu gehen, Sie strahlen ja vor Zuversicht?

Tony Gott: Das stimmt! Ich komme gerade aus Kalifornien zurück, wo wir den neuen *Phantom* erstmals der Fachpresse präsentierten. Die Resonanz war überwältigend. Sie können sich sicher vorstellen, dass uns die positive Berichterstattung der Journalisten nicht kalt gelassen hat. Und so fühlen wir uns einmal mehr bestärkt, mit dem neuen *Phantom* den richtigen Weg beschritten zu haben. Ich glaube, das erklärt meine Stimmung ganz gut.

Motorboys: Nach der *Detroit Motor Show* ist der *Genfer Autosalon* die zweite Messe, auf welcher Ihr neues Prachtstück der Öffentlichkeit präsentiert wird. Zugleich ist es seine Europapremiere. Was bedeutet *Rolls-Royce* der Autosalon 2003?

Tony Gott: Oh, sehr viel! Genf fällt noch in die erste Phase der Markteinführung des Wagens und ist somit von größter Wichtigkeit für uns. In der Tat ist die Messe die erste wichtige Autoausstellung des neuen Jahres. Und da die Marke unter neuem Patronat von *BMW* gerade erst Anfang Januar das Licht der Welt erneut erblicken konnte, kam uns der Salon zur

Europapremiere des *Phantoms* natürlich wie gerufen. Zudem hat er ein sehr hohes Level erreicht. Die Qualität der Messe ist nicht nur für uns Aussteller spürbar, auch Fachjournalisten loben die Arbeitsatmosphäre gerade an den ersten beiden Pressetagen. Und um die Sache abzurunden, sei natürlich der Schweizer Markt selbst zu erwähnen: Seine Wichtigkeit schätzen wir hoch ein, da die Marke hier von jeher eine höhere Akzeptanz wie in manch anderen



Ländern erreicht.

Motorboys: Wo wir beim Markt für den neuen *Phantom* sind: Welche Überlegungen führten zu dem Ergebnis, welches wir nun vor uns haben? Schliesslich versucht der Wagen noch nicht mal ansatzweise, sich als Nachfolger eines *Spurs* oder *Seraphs* zu

Begegnungen in Genf - Teil 3



Leverton

Get into the car, get into dreams...

Mit wem wir denn auf große Fahrt gingen, hatte Tony Gott noch gefragt. 'Mit *Dr. Leverton*', hatte Fred für uns geantwortet.

Und genau der steht nun vor uns. Tim ist Brite und arbeitete vor seiner Tätigkeit im '*BMW Group Programm-Management*' für neue Fahrzeuge, wo er als Produktdirektor von *Land Rover* die Plattform für Luxus- und Full-Size-Fahrzeuge (inklusive des *Range Rover*) leitete. Von 1991 bis 1995 zeichnete er als Technischer Direktor bei *Rover Body & Pressings* die Prozesskette von der Komponentenentwicklung über die Stanz- und Umformungswerkzeuge bis hin zur Fertigung. Seine Arbeit während dieser Zeit bildete die Grundlage für ein Forschungsprojekt, für das ihm die Universität Warwick 1998 sogar den akademischen Grad "*Doktor der Ingenieurwissenschaften*" verlieh. Tim kam im April 1999 zum '*Projekt Rolls-Royce*', wo er fortan als Leiter des Fahrzeugprojektes im Einsatz war. Und mit ihm sollten wir auf die Straße!



Wir stehen am Haupteingang der Messe. Pausenlos röhren Shuttlebusse von den abgelegenen Parkplätzen heran und entlassen eine schlechte Organisation beklagende Journalisten. Die Szene ist an Tristesse nicht zu überbieten. Doch plötzlich geht ein Raunen um:

Auf 790 Millimeter großen *Pax*-Reifen wälzt sich unser *Phantom* um die Ecke. Tim winkt den Wagen heran und bedeutet uns, ihm zu folgen. Begleitet von spitzen Blicken der Umstehenden folgen wir. "Dies ist David, unser Chauffeur". Ich weiss nicht, wie ich dreinblicke, als David mich '*Sir*' nennt, aber es wirkt.



Erhaben besteigen wir das Gefährt und ich fühle mein Herz pochen. Der Knopf zum elektrischen Schliessen der Tür ist mir entfallen. Ich zerre am Verschluss. Tim drückt indessen den Kopf und grinst. Seine Tür klappt zu und schmiegt sich an die Karosserie. Keiner sagt ein Wort. Von draussen ist nichts mehr zu hören. Ein sagenhafter Duft entströmt dem Leder, das die deutsche Firma Hewa liefert. 70qm Leder sind verbaut, das entspricht etwa 16 ursprünglich glücklichen

Rindern. Die Farbe des weichen Leders ist elektronisch registriert, damit bei Reparaturen auch ja für korrekten Ersatz gesorgt werden kann.

Tim bedeutet David, die Fahrt aufzunehmen. Ich habe indes das Gefühl, draussen würden Kulissen vorbeigeschoben.

ZF Friedrichshafen hat sie geliefert, die ruckfrei schaltende Sechsgangautomatik. Unbeeindruckt von Drehzahlen zieht der *Phantom* gleichmässig auf die Autobahn. Davids Armaturenbrett hält daher keine Anzeige parat, die über diese profanen Betriebszustände informiert.

Stattdessen zeigt das Instrument 'Power Reserve' in Prozenten an, wie viel Leistung noch vorhanden ist. Während der ganzen Fahrt wird der Zeiger nicht unter 60 Prozent ausschlagen.

Während der Wagen an Fahrt gewinnt, erklärt Tim mir das Geheimnis der Ruhe.

Nicht nur die

Dämmung sei für die

Stille verantwortlich, auch die Bauweise in *Space-Frame*-Technologie. Der Wagen sei mit einer Verwindungssteifigkeit von 40.500 Nm/Grad um ein vielfaches steifer, als zum Beispiel ein Seraph. Und zudem leichter, als ein Wagen in Stahlbauweise. Ermöglicht hätte dies die Alutechnologie, welche die Karosserie nur 550 Kg wiegen lässt.

Verkleidet, gibt er Auskunft, sei sie wiederum mit Panelen aus Leichtbaualu oder

leichten Verbundmaterialien. Einzige Ausnahme: Der Kofferraumdeckel. Nur noch dort käme Blech zum Einsatz.





Ich sehe mich um, während draussen der Genfer See an uns vorbeigetragen wird. Kein schwülstiger Kardantunnel unterbricht den hinteren Fußraum. Nur ca 8 cm nivelliert er sanft in den Innenraum. Auch keine Schweller im Einstiegsbereich haben vorhin mein

Eindringen in die Wunderwelt gestört... ? Tim scheint meine Frage zu ahnen und erzählt mir vom Trick mit dem doppelten Boden. In diesem schlummern neben Dämmstoffen und dienstbaren Geistern auch zwei jeweils 16 Liter große Akustik-Resonanzkammern einer 450 Watt Stereoanlage. Und die stammt wiederum von *Lexicon*, der Studiodevison von *Harman*. 15 Lautsprecher werden von 9 Verstärkern gefüttert und als David auf Tims Geheiß die Jukebox anschmeisst, glaube ich das aufs Wort.

Leise säuselt der Wind

Mit dem Cw-Wert des *St. James Palast* kratzt David am Schweizer Tempolimit. 240 km/h wären drin. Doch das interessiert nun wirklich keinen. Dafür starrt Tim aufmerksam in Richtung Lenkrad und dreht und wendet wieder und wieder sachte seinen Kopf? Wir fahren von der Autobahn ab, um uns ein ruhiges Plätzchen zu suchen. Bei geringerer Geschwindigkeit löst Tim das Rätsel: Kleine Dinge seien noch zu tun, Feinschliff sozusagen. "Die A-Säule macht uns noch Arbeit. Dort treten noch Windgeräusche auf, die unakzeptabel sind. Aber sonst..." David leitet eine Bremsung ein, geräuschlos rollt der Wagen aus. An der Ampel dann schüchternen Kontakt zur Aussenwelt: Bauarbeiter schießen uns an. Tatsache! Der Wagen ist nichts für Show-Hansel: Wir können nach draussen sehen, aber andersrum herrscht Fehlanzeige. Wer gern im Glashaus sitzt, muss sich ein anderes Auto kaufen.



David gibt Gas, ohne dass der Phantom einzufedern scheint: Tim erklärt dies mit einer speziell modifizierten Mehrlenkerhinterachse, die mit Hilfe eines integralen Schräglenkers den von einem *Rolls-Royce* erwarteten, guten Anfahr- und Bremsknick-Ausgleich gewährleisten würde. Ach ja, die Vorderachse sei ganz neu konzipiert. Soso!

Photograf Kaj findet eine kleine Straße, auf welcher nichts los zu sein scheint. Doch die Auffahrt ist steil! Für ein mächtiges Auto wie den Phantom vielleicht zu steil? Doch kein Problem: Um Schrammen vorn und hinten zu vermeiden, betätigt David Schalter und der Wagen pumpt sich hoch. "Immerhin 2,5 cm", meint Tim. "Das wird reichen." Tim behält recht und David rangiert das Dickschiff vorsichtig die kleine Straße entlang. 260 Arbeitsstunden zur Schaffung eines *Phantoms* geziemen das. Nach wenigen Metern halten wir zum Fotostopp. Die Tür wehrt sich, ein Lakaj fehlt zum Öffnen des Verschlages. Die junge Dame vom Stand fällt mir wieder ein, die ebenfalls ihre Schwierigkeiten hatte. Zu allem Überfuss stoße ich mir den Kopf am Türrahmen. 1,63 Wagenhöhe bedeuten noch lang nicht, dass man das Hirn ausschalten kann!

Benebelt stehe ich in frischer Luft und blicke auf die Yacht auf vier Rädern. Eines der angeblich immer senkrecht stehenden *RR*-Symbole auf den Radkappen hat es sich anders überlegt und kuckt frech in den Himmel. Zum Glück sieht Tim das nicht... Doch halt, vielleicht gehört dieses kleine Detail ja auch zu den wenigen Dingen, die noch einer Feinarbeit bedürfen?





Während Tim und David uns mit dem Wagen allein lassen, um ihren Blick auf den schneebedeckten Gipfel des *Mont Colomby* zu genießen und Kaj die Fotos schießt,

beginne ich zu grübeln: Wie soll ich nur all die weiteren Superlative in meinen Beitrag pressen? Hmm... Vielleicht könnte ich ja schreiben, dass alles dran sei, was man sich in einem Luxus-Fahrzeug Baujahr 2003 wünscht? Nur alles etwas durchdachter. Ja, so könnte es gehen. Mal abgesehen von den Getrenkehaltern, denn die sind wirklich keine Zierde...

Tim mahnt zur Abfahrt: Den *Phantom* zu diesem Zeitpunkt in Europa genießen zu können, "ist etwas ganz besonderes!" Unser Wagen sei "momentan einer der ganz wenigen in Europa, die Kilometer fressen dürften". Und da nach uns ein illustrier Kunde den Wunsch zur



Probefahrt angemeldet hätte, müssten wir nun langsam... - äh - leider. Das leuchtet ein drum kommen die letzten Bilder in den Kasten.

Der Chefindenieur des *Phantoms* lässt sich sogar noch höchstpersönlich den Photoapparat aufnötigen, um ein Bild von tief bewegten Alpine-Eagle Redakteuren zu schießen. Dann summen wir davon.

Auf der Rückfahrt entlang des Genfer Meeres stellt Tim noch fest, dass es ihm eine Freude gewesen sei. Ich lächele zurück und hoffe nur, die Fahrt ginge nie zu Ende.

Ende einer Dienstfahrt

Fred empfängt uns zum letzten Mal auf dem Stand. "Wir war's?" Überwältigt schildern wir ihm, was er zuvor schon wusste: Dass uns die Fahrt begeistert hatte. "Dann haben

wir erreicht, was wir wollten." Fred sieht mich an. "Und grüßen Sie mir alle Liebhaber der Marke", trägt er auf. Das werde ich, sage ich und bereite mich mit Kaj zum Aufbruch vor.

Da kommt der Öffentlichkeitschef noch mal zurück und fragt: "Moment - und der Schirm? Ham's den denn schon fotografiert?" Nein! Fred lacht und winkt uns noch mal zu einem der beiden, ausgestellten Wagen.



Und während die letzten Fotos gemacht werden, erlebe ich vielleicht das schönste, was man sich als ein von Kind auf begeisterter *Rolls-Royce*-Fan für die Zukunft der Marke wünschen kann: Während Fred den Schirm aus dem beheizbaren Röhrchen in der Fondtür zieht, kommt ein kleiner Junge auf den Stand geschlichen, den keiner bemerkt hat.



Nach schüchternem Umherblicken läuft er langsam auf den *Phantom* zu und lässt ehrfürchtig seine Augen an dessen Linien entlanggleiten. Begeistert schaut er auf das Auto. Sofort ist Fred bei dem Bub. 'Na, g'fällt er Dir?' 'Jaaaa', antwortet der kleine ehrfürchtig. Und schon ist Fred im Verkaufsgespräch. Zeigt nicht nur den wundersamen Schirm, sondern gleich das ganze Auto.

Und während er dem Buben die ausgekugelte Tür-Automatik präsentiert, verabschiedet er uns unauffällig und murmelt:

'Schaun's - der kleine ist vielleicht unser Kunde von morgen...' Und wir nehmen alle ernst.

