

JDOST – Gazette

Issue No.31

April 2012

betreffend Jaguar – Land Rover

einst und jetzt!

Inhalt:

Jaguar für China

"Emotionale Autos werden immer geschätzt werden"

Seite 5

Jaguar F-Type - Kleiner Roadster als Porsche-Schreck

Seite 6

Jaguar E-Type Concept: Erotik am Bildschirm

Seite 7

Termine – Vorschau

Seite 8

**Zeitgenössischer JDOST-Bericht über den
JAGUAR S-Type 2.7 D,„Spätzünder“**

Jaguar für China



Jaguar Land Rover gründet ein Joint Venture mit dem chinesischen Autobauer Chery, um seine Fahrzeuge auch bald in China produzieren und besser verkaufen zu können. Jaguar Land Rover (JLR) will durch ein Gemeinschaftsunternehmen mit dem chinesischen Autobauer Chery seine Position im Reich der Mitte stärken. Beide Joint Venture-Partner bemühen sich nach Angaben von JLR um eine Genehmigung der chinesischen Behörden für das

neue Unternehmen. Geplant sei die Produktion von Jaguar- und Land Rover-Modellen sowie der Bau neuer Fahrzeuge unter dem Markennamen des Gemeinschaftsunternehmens. Der allerdings steht noch aus. Insgesamt wollen die seit 2008 zum indischen Tata-Konzern gehörenden Unternehmen Jaguar und Land Rover mit Chery 2,3 Milliarden Euro in den kommenden fünf Jahren investieren. Ein neues Werk soll allein rund 750 Millionen Euro verschlingen, die gleiche Summe wollen die Partner in die geplante neue Marke stecken. Auch für ein Forschungs- und Entwicklungszentrum soll bis zu einer Milliarde Euro bereit gestellt werden. Jaguar Land Rover geht in den kommenden Jahren von einer steigenden Nachfrage für Luxusfahrzeuge in China aus, war aber anders als andere Premiummarken wie Audi, BMW und Mercedes bisher nicht mit einem Joint Venture-Partner in China vertreten.

"Emotionale Autos werden immer geschätzt werden"

Jaguar-Chefdesigner Callum sieht weiter einen Markt für Luxuslimousinen. Doch er hätte auch Lust, einen Kleinwagen zu schaffen – mit Jaguar-Genen, sagt er im Interview.



Frage: Ian, stimmt es, dass Sie mit 14 Jahren einen Brief an Jaguar schrieben und fragten, wie man dort Autodesigner wird?

Ian Callum: Wenn ich damals Deutsch gesprochen hätte, wäre der Brief wohl an Porsche gegangen.

Frage: Wirklich?

Callum: Vielleicht. Porsche war und ist Klasse – aber Jaguar ist es erst recht, um hier nicht missverstanden zu werden! Als Junge wohnte ich in Schottland in einem ländlichen Gebiet. In meiner Heimatstadt Dumfries lebten 35.000 Menschen. Das exotischste Auto, das dort herumfuhr, war ein Jaguar. Und es gab noch einen Aston Martin, wenn ich mich nicht irre.

Frage: Ich nehme an, weder der eine noch der andere gehörte Ihrem Vater?

Callum: O nein, der hatte einen Vauxhall! In meinen jungen Jahren beeindruckte mich der E-Type von Jaguar sehr. Mein Großvater, der in Edinburgh lebte und ein Faible für Autos hatte, zeigte und erklärte ihn mir einmal bis ins kleinste Detail, als ich ungefähr sieben war.

Frage: Bekommen Sie heute Briefe von 14-jährigen Jaguar-Fans?

Callum: Nicht alle, die schreiben, sind 14. Aber ja, sehr oft bekomme ich Briefe und ich beantworte sie alle.

Frage: Dabei heißt es doch, das Auto habe als Statussymbol und Faszinosum für Jugendliche ausgedient.

Callum: Ich glaube, es hängt stark vom Alter ab. Meine Söhne sind erwachsen. Beide haben eine Leidenschaft für Autos, aber das mag auch an meinem Einfluss liegen. Ihre Freunde mögen Autos ebenfalls. Aber: Ausnahmslos alle sind Computer-Nerds. Primär ist das ihr Leben. Neulich sprach ich mit einem Zwölfjährigen, der genauso fasziniert von unserem XKR-S war wie ich damals vom E-Type. 17- oder 18-Jährige hingegen sind nicht mehr so verrückt auf Autos, wie es die vorherigen Generationen waren. Ich fürchte, das Auto wird inzwischen eher als ein Gebrauchsgegenstand gesehen.

Frage: Ist das für eine Marke wie Jaguar, die von Emotionen und Irrationalität lebt, nicht alarmierend?

Callum: Irrationale Entscheidungen sind und bleiben wichtig für unser Leben. Davon bin ich überzeugt. Insofern werden emotionale Autos immer geschätzt werden.

Frage: Was muss ein Jaguar ausstrahlen, um zu faszinieren?

Callum: Er muss schön sein. Erstrebenswert. Ein Tick anders als andere und trotzdem einfach. Rein. Er muss Spaß machen. Er muss seinem Fahrer die Möglichkeit bieten, interessante Erfahrungen zu machen. Menschen, die sich unsere Autos leisten können, wollen nicht nur von A nach B fahren, sondern sie möchten reizvolle Dinge erleben.

Frage: Es gibt eine Reihe von Automarken, die ähnlich wirken wollen. Reichen diese Attribute, um sich von anderen Herstellern abzuheben?

Callum: Das kann ich nicht gut beantworten. Das müssen Sie eher jemanden fragen, der unsere Autos gekauft hat. Ich habe nur versucht, unseren Anspruch in eine Botschaft zu packen. Der Kaufprozess ist in Wirklichkeit viel komplexer, das ist mir schon klar.

Frage: Was halten Sie davon, wenn wir noch ein Adjektiv hinzunehmen: exzentrisch?

Callum: Übertreibung ist in einer gewissen Hinsicht wichtig. Es erzeugt Reiz. Es bedeutet, sich oberhalb der Norm zu bewegen. Hier etwas mehr Glas, dort etwas mehr Sportlichkeit. Etwas Exzentrik ist gut, um zu begeistern.

Frage: Vertragen sich Exzentrik und, Sie sagten es vorhin, Reinheit?

Callum: Ja. **Unter Reinheit verstehe ich in erster Linie klare, aufgeräumte, elegante Proportion.** Exzentrik oder sagen wir besser: Ein gewisses Maß an Übertreibung darf nicht bedeuten, immer mehr in ein Auto hineinzupacken, es mit Zierrat aufzublähen. Eine Gratwanderung ist das, keine Frage.

Frage: Noch zwei Adjektive: snobistisch und teuer.

Callum: Sie meinen, ein Jaguar wirkt nicht wie ein Auto des Volkes?

Frage: Die meisten Menschen, die ich kenne, können sich jedenfalls keinen Jaguar leisten.

Callum: Das muss aber nicht bedeuten, dass die Marke so wahrgenommen wird, wie Sie es beschreiben.

Frage: Ich würde sagen, in Deutschland hat Jaguar diesen Touch.

Callum: Interessant. Hier in Großbritannien ist man Jaguar gegenüber nicht so distanziert. Die Marke wirkt hier viel erschwinglicher auf die Leute. In Deutschland, manchmal auch in Amerika und in Frankreich, haben unsere Autos den Ruf, besonders teuer zu sein. Für eine Marke wie Bentley ist das o. k., für Jaguar nicht.

Frage: Ihnen gefällt diese Assoziation nicht?

Callum: Sie führt in die Irre. Unsere Autos sind nicht teurer als die der Wettbewerber, also müssen wir verdeutlichen, dass wir erschwinglich sind. Wir sind nicht das Auto für jedermann. Wir stehen aber auch nicht für puren Luxus. Wir haben Autos, die weniger teuer sind als einige BMWs.

Frage: Gibt es ihn noch, den typischen Jaguar-Kunden?

Callum: Ich weiß es nicht. Wenn Sie mich vor zehn Jahren gefragt hätten, hätte ich gesagt, er ist 55, gehört zum Mittelstand, ein beruflicher Aufsteiger. Aber das hat sich verändert. Es ist differenzierter, unübersichtlicher.

Frage: Auch um den Preis, die angestammte Kundschaft zu vergraulen?

Callum: So schlimm war es nicht.

Frage: Aber fast. Für das Heck mussten Sie ganz schön Prügel einstecken.

Callum: Beim XJ habe ich mich selbst verändert. Wenn man älter wird, ist es nicht mehr so wichtig, sich selbst zu beweisen, dass Sie mit Ihrem Umfeld mithalten können. Sie kommen zu der Überzeugung, etwas machen zu können, was spannender, frecher und gleichzeitig anspruchsvoller ist. Und gleichzeitig sollte es richtig sein. Mag sein, dass man sich erst daran gewöhnen muss, aber ich dachte damals und ich denke heute: Es ist cool, es hat Charakter.

Frage: Schade, dass die C-Säule eine durchgehende Glasfront vereitelte ...

Callum: Ja, das wäre großartig gewesen, aber wir konnten das nicht. Zu viel sprach dagegen: Kosten, Sicherheit, diese Dinge.

Frage: Haben Sie eigentlich bestimmte Designwerte, über die Sie in Ihrem Team nie diskutieren würden?

Callum: Nein. Ich denke nicht. Ich bin kein Dogmatiker.

Frage: Das Exterieur eines Autos weckt Interesse und Begehren. Aber der Rest, zum Beispiel die Technik, muss dann auch Wort halten. Kann Jaguar auf Dauer mit den großen Konkurrenten mithalten, gerade wenn es um Hightech geht?

Callum: Ich bin da sehr zuversichtlich. Gemeinsam mit Land Rover machen wir einige Dinge sehr gut selbst. Anderes können wir zukaufen. Ich sehe uns zum Beispiel führend im Bereich Aluminium. Es ist keine Schlüsseltechnologie, aber eine Basistechnologie, die uns zu besseren Resultaten verhilft. Wir sind in dem Bereich Weltmarktführer im Moment und werden es sicherlich für eine Weile bleiben.

Frage: Wie beeinflusst Aluminium Ihre Arbeit als Designer?

Callum: Es ist ein schwieriges Metall.

Frage: Es raubt Ihnen Freiheiten?

Callum: Hinsichtlich der Formen habe ich weniger Freiheiten. Ein Modell aus Aluminium herzustellen, ist eine heikle Aufgabe. Sie können mit Stahl einfacher zeichnen. Stahl lässt sich so formen, wie Sie es möchten. Aluminium macht nicht immer, was es machen soll. Es bricht gerne. Aber ich beschwere mich nicht. Probleme sind da, um sie zu lösen.

Frage: Als Designer bevorzugen Sie gleichwohl Stahl?

Callum: Aus Designersicht bevorzuge ich Stahl. Aber als Designer der Marke Jaguar bevorzuge ich Aluminium. Ich lebe mit den Konsequenzen, denn unterm Strich sind sie für unsere Produkte gut. Aluminium ist leicht. Das ist gut für den Verbrauch, gut für unser Image und die Kunden schätzen es. Das Gewicht muss runter. Sehen Sie, alleine die Sitze sind so schwer geworden. Das ist übrigens eines meiner nächsten größeren Projekte bei Jaguar: Die Sitze mindestens um drei Viertel leichter zu machen als die derzeitigen.

Frage: Bei anderen Technologien haben Sie gegenüber der Konkurrenz einen Rückstand. Die Fahrerassistenzsysteme und deren Bedienbarkeit zum Beispiel gelten als zu umständlich.

Callum: Im Telematikbereich haben wir Nachholbedarf. Aber wir wissen das und wir sind hier sehr aktiv. In unserer Elektronik-Abteilung arbeiteten vor fünf Jahren 50 Leute, heute sind es mehr als 500. Wir sprechen mit möglichen Partnern in der Telematikindustrie oder auch in der Telefonindustrie.

Frage: Auch bei der E-Mobilität haben andere die Nase vorn.

Callum: Noch stehen wir bei Hybridfahrzeugen hinter anderen Akteuren zurück. Bei dem Thema sind wir keine Innovationsführer. Aber das muss auch nicht so sein. So zahlen wir jedenfalls kein Lehrgeld. In naher Zukunft werden wir einige sehr gute, sehr moderne Hybridfahrzeuge anbieten. Außerdem bauen Jaguar und Land Rover gerade am Standort Solihull ein neues 400 Millionen Euro teures Motorenwerk. Das ist ein sehr guter Schritt.

Frage: So gut, dass beide Marken zusammen im Jahr 2018 weltweit 750.000 Autos verkaufen werden?

Callum: Oha, woher haben Sie denn diese Zahl? Ich werde die hier jedenfalls nicht bestätigen. Die genauen Details kenne ich doch gar nicht.

Frage: Kommen Sie, das nehmen wir Ihnen nicht ab.

Callum: Unsere Pläne sind ehrgeizig, aber ob es am Ende 750.000 oder 500.000 sein müssen, das kann ich nicht sagen.

Frage: Wenn wir von mindestens 500.000 Autos ausgehen, müsste Land Rover rund 360.000 Einheiten pro Jahr verkaufen und Jaguar etwa 140.000. Derzeit sind es gerade einmal 55.000. Bereitet Ihnen das keine Sorgen?

Callum: Jaguar muss groß genug sein, um eine gewisse Wirtschaftlichkeit zu erzielen. In Zusammenarbeit mit Land Rover wird uns das auch gelingen. Ansonsten ginge es zurück in Richtung der Größe von Aston Martin, die aber mit einem ganz anderen Businessplan arbeiten.

Frage: Wenn Sie 140.000 Fahrzeuge pro Jahr verkaufen wollen, brauchen Sie neue Modelle. Allen voran eine Limousine im D-Segment, ein Herausforderer von BMW 3er und Audi A4. Kommt das Fahrzeug?

Callum: Ja. Aber Jaguar muss sich noch weiter in Richtung Downsizing bewegen. Ich bin da sehr offen. Wir müssen an Fahrzeuge denken, die volumenorientierter sind. Wir wissen, dass die Zukunft von Downsizing bestimmt sein wird, sowohl hinsichtlich der Maße als auch der Größen. Wenn Sie mich persönlich fragen, würde ich sagen: Wir sollten über ein Fahrzeug nachdenken, das kleiner ist als die klassische Limousine im D-Segment. Ein kleines Fahrzeug würde mir Spaß machen.

Frage: Ein Stadtauto?

Callum: Etwas in dieser Richtung, vielleicht auch etwas zwischen B- und C-Segment, aber das ist meine persönliche Sichtweise. Das haben wir im Moment nicht geplant. Ich werde die Idee vorantreiben und versuchen, sie zu realisieren. Wir werden sehen, ob es am Ende sinnvoll und machbar ist.

Frage: Sie erwähnten Aston Martin. Dort hat man sich mit dem **Cygn**et in das Stadtauto-Segment vorgewagt. Gefällt Ihnen das Auto?

Callum: Nein, es gefällt mir nicht.

Frage: Warum?

Callum: Er hat nicht die technischen Feinheiten eines Aston Martin. Ein kleineres Auto von Jaguar würde alle Eigenschaften eines Jaguars haben. Es wäre nicht gerade billig, aber es würde ausreichend viele Leute ansprechen, die in London leben oder in Manchester oder in München. Wo auch immer. Ein exklusives Zweitauto.

Frage: Als reines E-Auto oder eher als Hybrid oder Range Extender?

Callum: Letzteres ist der richtige Weg. Wir beschäftigen uns damit.

Frage: Was ist mit dem schönen CX-16, den Sie zuletzt als Showcar gezeigt haben? Ab wann kann man ihn kaufen?

Callum: Das darf ich Ihnen nicht sagen. Aber Sie werden es in nicht allzu langer Zeit erfahren.

Frage: Sehen Sie bei Jaguar Platz für einen Sportgeländewagen?

Callum: Nicht einen SUV als solchen, eher einen Crossover. Außerhalb von Europa wird das Segment immer beliebter. Wenn Sie in China oder in Amerika Geld verdienen wollen, brauchen Sie einfach einen Crossover. Das erwarten die Kunden dort. Ich denke, wir sollten diese Chance nicht ungenutzt lassen.

Jaguar F-Type - Kleiner Roadster als Porsche-Schreck



Mit dem Jaguar F-Type wird die britische Marke Mitte 2013 einen kleinen Roadster unterhalb der XK-Familie auf den Markt bringen. Seine Publikumspremiere wird der Zweisitzer auf dem Pariser Auto Salon feiern.

Neuer Jaguar F-Type zwischen Cayman/Boxster und 911

Auf der Detroit Motor Show 2001 präsentierte Jaguar erstmals eine F-Type-Studie, zehn Jahre später auf der IAA 2011 folgte die

spektakuläre Coupéstudie C-X 16, die den künftigen Jaguar F-Type erstmals näher skizzierte. Das Modell wird ab dem kommenden Jahr zwischen Porsche Cayman/Boxster und Porsche 911 positioniert und soll auf einer neuen Aluminium-Plattform aufbauen, die auch die nächsten Generationen von XK und XF ihr Eigen nennen werden.

Preise zwischen 40.000 und 50.000 Euro

Für den Antrieb des zwischen 60.000 und 80.000 Euro teuren Jaguar F-Type auf Basis des C-X16 soll ein V6-Motor wahlweise auch als Turbo-Version sorgen. Die Leistungsausbeute wird im Bereich von 275 bis 350 PS liegen. Inwieweit eine Hybrid-Version die Showrooms erreicht, steht noch in den Sternen.

Exklusiv konnte unser Erlkönig-Fotograf auch einen Blick in den Innenraum werfen. Dort zeigen sich Sportledersitze und ein typisches dreispeichiges Jaguar-Lenkrad. Dahinter befindet sich ein Cockpit mit Rundinstrumenten, die in angeschrägten Tuben liegen. Die Mittelkonsole wird von einem riesigen Navigations- oder Multimedia-Bildschirm dominiert.

Optisch kommt der Jaguar F-Type mit kurzen Überhängen, einer kurzen Windschutzscheibe und einem knackigen Heck, inspiriert vom Jaguar XF daher. Am Heck ragen die doppelten Auspuffrohre mittig aus der Schürze. Augenfällig ist der sich leicht nach unten neigende Kofferraumdeckel sowie der kantige Heckabschluss mit schmalen Leuchten. Kräftige hintere Kotflügel geben dem Jaguar F-Type einen dynamischen Touch. Gebaut wird der Jaguar XF im britischen Jaguar-Werk Castle Bromwich.



Jaguar E-Type Concept: Erotik am Bildschirm



Ein Auto als Sexsymbol - das war der Jaguar E-Type. Seit dessen Produktionsende in den Siebzigern warten die Fans auf eine Neuauflage der Ikone. Ein ungarischer Designstudent wollte wissen, wie der E-Type bei einer Wiedergeburt im Jahre 2012 aussähe - und hat eine schöne Antwort gefunden.

Als Jaguar 1961 den E-Type vorstellte, stand die Autowelt augenblicklich Kopf. Einen Sportwagen wie diesen hatte es noch nicht gegeben - vor allem nicht in dieser Form. Die Motorhaube war so unverschämt lang, dass der Wagen unverzüglich als Phallussymbol galt und praktisch aus dem Stand zur Automobil-Ikone wurde.

Roy Orbison fuhr einen, Brigitte Bardot, Tony Curtis und Steve McQueen ebenso. Für Enzo Ferrari, der sonst kein gutes Haar an Produkten der Konkurrenz ließ, war der britische Sportwagen gar "das schönste Auto der Welt". Tausend Exemplare sollten ursprünglich gebaut werden, die britische Marke Jaguar fertigte bis 1974 mehr als 72.000 E-Type in etlichen Versionen bis hin zum Zwölfzylindermodell.

Seither gibt es unter Sportwagenfans - und ganz besonders unter den Jaguar-Enthusiasten - nur eine Frage: Wann erlebt der E-Type ein Comeback? Vor ein paar Tagen gab es eine Antwort darauf, denn Jaguar veröffentlichte erste Bilder eines neuen Sportwagenmodells namens F-Type, das im nächsten Jahr auf die Straße kommen soll. Doch bis auf die Namensgebung, die im Alphabet einfach um einen Buchstaben weiter gerückt ist, ähnelt der Sportwagen der Vollgas-Legende aus den Sixties kaum.

Das ist bei einer aktuellen Computerstudie aus Ungarn ganz anders. Designstudent Laszlo Varga von der Universität für Technologie und Wirtschaft in Budapest, der bislang Lampenschirme, Wasserhähne und einen Stuhl entwarf, hat sich des Allzeitklassikers angenommen. Jaguar E-Type Concept nennt Varga die Renderings, die den E-Type optisch in die Jetztzeit beamten, und ein Auto zeigen, dessen Anblick bei den Allermeisten einen "Den will ich haben"-Reflex auslösen dürfte. Inspiration Oldtimertreffen

Schon als kleiner Junge machte Varga Bekanntschaft mit der Kultkarre aus den sechziger Jahren. "Damals nahm mich mein Vater häufig mit zu Oldtimertreffen in ganz Ungarn", sagt er. "Da habe ich auch einen E-Type zum ersten Mal gesehen." An eine Neuinterpretation der Sportwagen-Ikone habe er sich gemacht, weil deren Design zeitlos und auf gewisse Weise bisexuell sei. "Die Proportionen sind männlich, die Form jedoch ist eindeutig weiblich."

Kontakt zwischen Varga und Jaguar gibt es bislang noch nicht. Der Nachwuchsdesigner will in den nächsten Wochen eine Tonskulptur seines E-Type-Entwurfs im Maßstab 1:5 modellieren. Und dann? Vielleicht hofft er auf einen Anruf des aktuellen Jaguar-Designchefs Ian Callum. Denn auch wenn es am klassischen E-Type in Sachen Stil eigentlich nichts mehr zu verbessern gab - die Übersetzung der unwiderstehlichen Form ins neue Jahrtausend ist Varga, das muss man ehrlich sagen, schon ziemlich gut gelungen.



©JDOST - Berichte im Zeitraum March - April 2012 by Wolfgang Schöbel

Termine – Vorschau:

**05.05.2012 - JDOST-Saisonauftakt
Frühjahrsausfahrt 2012
ins nördliche Niederösterreich
Organisation: Claudia & Karl Schwoiser
Anmeldungen unter: office@jdost.at**

**10.5.2012 ab ca. 19:30h
wegen Feiertag am 17.5. vorgezogen!
JDOST – Clubabend
Marina Wien
Handelskai 343
1020 Wien**

**19. - 20.05.2012
JDOST - Präsentationsstand auf der
24.Int.Oldtimermesse in Tulln/Donau
Messegelände Tulln Halle Nr.10
3430 Tulln an der Donau**

**23. – 24.6.2012
JDOST/JEC 2-Tagesausfahrt ins Großglocknergebiet
Freie Anreise bereits am Freitag den 22.Juni 2012 möglich
Achtung! Begrenzte Zimmeranzahl!!!
Start Samstagfrüh Ende Sonntagabend
Anmeldung unter: office@jdost.at**

Impressum: Herausgeber & Druck: JDOST

A-2201 Gerasdorf/Wien ZVR: 667443775

Redaktion: Wolfgang Schöbel & Karl Schwoiser office@jdost.at

Layout: Karl Schwoiser karl@jdost.at

Erscheinungstermin: monatlich

Zeitgenössischer JDOST-Bericht über den JAGUAR S-Type 2.7 D

„Spätzünder“



Das „D“ im Typenschild des Jaguar S-Type kauert auf halber Höhe neben der Hubraum-Bezeichnung 2.7. Ein verschämtes Buchstäbchen als Hinweis auf die wichtigste Neuigkeit aus dem englischen Hause – den ersten Sechszylinder-Diesel. Zufall oder Absicht? Hat Jaguar Angst, die Nase auf ein jahrelanges Versäumnis zu stoßen? Zu lange setzte die Aristokraten-Abteilung innerhalb des Ford-Konzerns auf den Ottomotor. Doch selbst standesbewusste Limousinen-Käufer reiten längst auf der Diesel-Drehmomentwelle.

Heutige Cleverle am Steuer, die Smart-Driver, verlangen nach dem trendigen Spritknauser. Damit lässt sich sparen und gleichzeitig überholen. Jetzt also endlich gibt es ihn, den S-Type Diesel. Passend zu einer kleinen Botox-Kur, die die Furchen der Frontschürze glättete, einem Workout, das die Muskulatur der Fronthaube stärker herausmodellerte sowie einer leichten Nasen-Korrektur, die den Grill dem griechischen Schönheitsideal näher brachte.

Eine Rundumkur, die den S Type auffrischt wie ein ausgiebiger Urlaub. Wer mit dem Benziner-Monopol die Jaguar- Tradition in der Rußfahne verschwinden sieht, sollte wissen: Ohnehin ist das Brauchtum des Hauses längst modernisiert. Die Einstiegskatze X-Type gibt es mit Front- und Allradantrieb, seit vergangenem Jahr sogar mit Dieselmotor. Warum soll da nicht auch die nächstgrößere Katze dieseln? Dann aber bitte mit Sechszylinder. Einem, der so seidig läuft, dass die Frage nach der Zündart erst gar nicht aufkommt. Nageln und Schütteln wird ohnehin als unpassend abgelehnt. Weil die Konzernmutter Ford in ihrem konzernweiten Motor-Sammelsurium nichts Adäquates zu bieten hatte, wurde ein komplett neues Aggregat konstruiert. 2,7 Liter misst der V6.

Die im 60-Grad-Winkel angeordneten Zylinderbänke verfügen über je einen kleinen Turbolader. Diese artikulieren sich zurückhaltend mit kaum hörbarem Fiepen und drängen die Ansaugluft mit maximal 1,3 bar in die Brennräume. Gewaltiger, mit bis zu 1650 bar, presst die Piezo-Einspritzung nach Common- Rail-Art. Doch obwohl hoher Einspritzdruck meist zu einer harten und lauten Verbrennung führt, tönt der Jaguar-Diesel untypisch im Pianissimo.

Ein Diesel, der sogar Benzin-Snobs bekehren könnte. Er verleugnet seine technischen Gene aufs Angenehmste. Bereits dezentes Radio-Hintergrundgeräusch reicht aus, um die Insassen im Stadtverkehr zu täuschen. Sie würden Stein und Bein schwören, von einem Sechszylinder chauffiert zu werden – Benziner, nicht Diesel. Passanten, an denen der S-Type vorbeirauscht, werden ihn nur an den zu Boden pustenden Auspuffrohren erkennen.

Es sei denn, sie erleben den Jaguar beim Ampelstart. Nur hier vermag der V6 seinen Diesel- Dialekt nicht zu kaschieren und lässt verhaltenes Selbstzünder-Knurren hören. Selbst beim morgendlichen Kaltstart besteht der V6 die klassische Nagelprobe. Kurzes vorglühes Innehalten, dann schnurrt das Aggregat vom ersten Aufflammen der Glühkerze an. Obwohl die Verbrennungsluft durch Oxydationskatalysatoren geschleust wird, genügt der Reinigungseffekt nicht höchsten Ansprüchen. Stubenrein nach der Euro 4- Norm wird die Katze nur in der Kombination Diesel mit Schaltgetriebe.

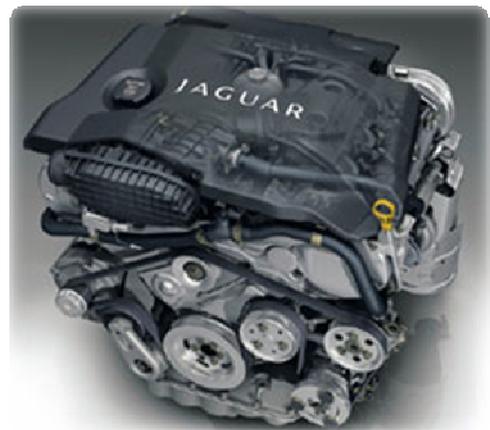


Mit dem sechsstufigen Wandlerautomaten klettern die Schadstoffe bis in die Euro-3-Region.

Erst für nächstes Frühjahr verspricht Jaguar einen Partikelfilter und damit zusätzliche Reinheit. Dennoch delegiert man das Schalten am besten in Gutsherrenart ans Auto. Wie ein seit Jahren geschulter Butler verrichtet der Automat seine Arbeit unauffällig. Ihm ins Handwerk zu pfuschen, etwa die Gänge manuell vorzuwählen oder den Sportmodus aufzurufen, ist überflüssig. Geschmeidig überbrückt der Wandler die Zeit, bis

die Lader voll bei der Sache sind; ein Turboloch im klassischen Sinne gibt es ohnehin nicht. Selbst unter 2000/min nimmt der 2,7-Liter-Motor sauber Gas an, dreht mit der Gier eines gut gehenden Benzinmotors hoch und schiebt dabei ehrerbietend gleichmäßig an. So spült einen die Drehmoment-Welle zuweilen weiter hinaus, als man wollte.

Der Umgang mit den bis zu 207 PS und 435 Nm will gelernt sein. Zumal man bald feststellt, dass Halbgas für effektives und getösefreies Überholen im hohen Gang völlig ausreicht. Die Spritrechnung dankt es: Mit knapp unter zehn Liter im Schnitt ist man schon zügig unterwegs. Selbst Werte um die sieben Liter sind realisierbar, wenn man vorwiegend dahinrollt, was im S-Type seinen spezifischen Reiz hat. Wenn alle Systeme auf Cruisen schalten, gehen Mensch und Maschine eine behagliche Symbiose ein. Man fühlt sich wohl wie im Séparée. Vorne wie hinten sind die Ledersitze bequem wie eine gut eingessene Fernsehcouch. Was leider noch immer fehlt, ist das Club-Ambiente. Zwar hat Jaguar die Instrumente auf edel getrimmt, doch nach wie vor enttäuscht die gewöhnlich aussehende Mittelkonsole die Augen des Kenners. Feudales Flair? Trotz holzvertäfeltem Armaturenbrett Fehlanzeige. Immerhin ist der S-Type gut verarbeitet und nimmt selbst Wirtschaftswege ohne unziemliche Geräusche. Mit ein Verdienst der wiegend-komfortablen Federung – sie ist ein echter Schlagloch-Schmeichler. Und das, obwohl im Testwagen das optionale Sportfahrwerk montiert ist. Das leichtgängige Steuer gibt den Kurs vor – und der schwere Wagen folgt stoisch. Wirkt das beim Gleiten noch unaufgeregt und vertrauenerweckend, so zerstört es schnell den Wunsch, mit dem Jaguar einen flotten Tanz zu wagen. Trotz der strafferen Feder- und Dämpfer-Abstimmung wehrt sich der Jaguar mit staksigen Karosseriebewegungen gegen den Versuch eines Sambas. Zwar suggerieren die sehr guten Fahrdynamik- Messwerte des S-Type eine A6-ähnliche Agilität. Schwingt der Audi jedoch geradezu spielerisch mit den Hüften, so muss der Jaguar zur schnellen Bewegung überredet werden.



Es ist vorwiegend die fehlende Präzision, die ihn phlegmatisch erscheinen lässt. Die Lenkung ist indifferent, das Fahrwerk gibt wenig Rückmeldung, und das Bremspedal ist so gefühllos, dass man sich in bei der Dosierung der Bremskraft schwer tut. Zudem fällt die Bremsanlage bei starker Beanspruchung mit nachlassender Leistung unangenehm auf. An Sicherheitsextras geizt der S-Type jedoch nicht. An Bord ist, was man bei einem Preis ab 39 900 Euro erwarten kann: Zwar fehlen hintere Seitenairbags zur Rundum-Sicherheit, doch dafür zünden die Frontairbags variabel je nach Stärke eines eventuellen Aufpralls.

Wer aber zum Preis der Basisversion bereits eine Nobelkarosse erwartet, der wird enttäuscht. Nur Klimaanlage, Tempomat, Multifunktionslenkrad und eine geteilt umlegbare Rücksitzlehne sind serienmäßig an Bord. Nahezu alles, was das Reisen darüber hinaus angenehm macht, kostet extra. Erst die Executive-Ausstattung mit Ledersitzen, Einparkhilfe und serienmäßigem Automatikgetriebe ab 45 700 Euro kommt dem nahe, was man von einem Jaguar erwartet. Nämlich in unaufdringlichem Luxus, von störenden Einflüssen unbehelligt, souverän dahinzugleiten. Und das gelingt mit dem S-



Type- Diesel vortrefflich.

Vorteile und Nachteile

Karosserie
steife Karosserie
gute Verarbeitung

Fahrkomfort
sehr guter Federungskomfort
geringer Innengeräuschpegel
bequeme Sitze

Antrieb
geschmeidiger Motorlauf
gleichmäßige Leistungsentfaltung
dieseluntypische Drehfreude
gut abgestimmte Automatik

Fahreigenschaften
gute Traktion
berechenbares Fahrverhalten
niedrige Lenkkräfte

Sicherheit
gute Sicherheitsausstattung

Umwelt
angemessener Verbrauch

Kosten
drei Jahre Garantie

Karosserie
eher knappes Platzangebot
kleiner und zerklüfteter Kofferraum
Qualitätsanmutung durchschnittlich

Fahrkomfort
starke Karosseriebewegungen

Fahreigenschaften
stößige und unexakte Lenkung
behäbiges Handling

Sicherheit
schwer dosierbare Bremsen

Umwelt
schadstoffarm nach Euro 3
Partikelfilter erst ab 2005

Kosten
hohe Festkosten

Fazit

Ein Sechszylinder-Diesel, der kaum als solcher zu erkennen ist, dazu sehr guter Federungskomfort – das ließe den S-Type in seiner Klasse vorne mitmischen, wären da nicht Schwächen bei Bremse, Handling und Qualitätsanmutung.

Technische Daten

Motor und Kraftübertragung

Bauart (Zylinderzahl): V 6

Hubraum: 2720 cm³

Aufladung: Abgasturbolader

Leistung: 207 PS (152 kW) bei 4000 U/min

Drehmoment: 435 Nm bei 1900 U/min

Antriebsart Serie: Hinterrad

Getriebe: 6-Gang Automatik

Abmessung und Gewichte

Türen: 4

Sitzplätze: 5

Radstand: 2909 mm

**Außenmaße
(Länge × Breite × Höhe):** 4892 × 1819 × 1448 mm

Leergewicht: 1734 kg

Zulässiges Gesamtgewicht: 2255 kg

Kofferraumvolumen: 400 Liter

Anhängelast gebremst: 1850 kg

Fahrleistung

Beschleunigung (0-100 km/h): 8,6 s

Höchstgeschwindigkeit: 227 km/h

Verbrauch (L/100 km ECE): 7,9

CO2 Ausstoß: 208 g/km



©by Wolfgang Schöbel JDOST 2012