

Vom Farmer Auto zum Premiumfahrzeug

Die Marke Land Rover stand im Fokus des letzten Marketing-Cafés in diesem Jahr

BMW macht sexy, VW-Fahrer sind sympathisch und Mercedes-Liebhaber bieder? Jede Automarke hat ihr Image, das sich im Laufe der Zeit jedoch stark verändern kann. Land Rover begann als Geländewagenhersteller für Farmer in England und Afrika und hat sich zu einer der erfolgreichsten globalen Premiummarken der Automobilbranche entwickelt. Im Marketing-Café der Stadtmarketing Mannheim GmbH erläuterte Christian Uhrig, Leiter Marketing Produkt und Kommunikation bei Land Rover, wie es dazu kam und wie die Zukunft der Marke aussehen wird.

Die urig, gemütliche Hüttenatmosphäre der Platzhirsch Alm war die passende Kulisse für ein Marketing-Café zum Thema „Land Rover – Vom Farmer Auto zur globalen Premiummarke“. Denn die Historie von Land Rover begann 1948 mit einem Geländewagen, dem Defender, für den die vom Krieg zerstörten Straßen kein Hindernis darstellten. Zwei Brüder entwickelten ihn innerhalb weniger Wochen und verwendeten dazu Materialien, die in der Nachkriegszeit leicht zu bekommen waren.

So entstand beispielsweise die ty-



Land Rover im weihnachtlichen Hüttenflair bot das letzte Marketing-Café in diesem Jahr.

FOTO: ANDREAS HENN / STADTMARKETING MANNHEIM GMBH

pische Alu-Verkleidung aus übriggebliebenen Flugzeugteilen. Im Laufe der Jahre kamen weitere Modelle hinzu, die nicht nur im Nachkriegs-Europa, sondern insbesondere in Afrika aufgrund ihrer Vielseitigkeit beliebt waren. Sie konnten als Krankenwagen, Militärfahrzeuge, Feuerwehrautos und vieles mehr eingesetzt werden.

Inzwischen gehört Land Rover zum Hochpreissegment und die Fahrzeuge werden fast nur noch auf gut ausgebauten Straßen gefahren. „Die Verkäufe in Afrika sind zurückgegangen; die größten Absatzmärkte sind China und Europa“, erklärt Christian Uhrig. „Der Erfolg basiert auf dem konkurrenzlosen Gefühl von Sicherheit und Souveränität, das die Gelän-

dewagen bis heute vermitteln.“

Dafür stehen auch berühmte Testimonials wie Winston Churchill und Königin Elisabeth II, die der Marke zum endgültigen Durchbruch verhalfen. Von der Königsfamilie erhielt Land Rover als eine von wenigen Automobilmarken mehrere Auszeichnungen, so genannte Warrants. Zusätzlich spielen das Streben nach Luxus und Selbstverwirklichung sowie der Megatrend „Outdoor“ der Marke in die Karten. Mit Platzierungen in Filmen wie James Bond und eigens organisierten Erlebnistouren durch die ganze Welt zeigt Land Rover kontinuierlich Präsenz und weckt Begehrlichkeiten bei der Zielgruppe.

Regelmäßige Produktanpassungen und -neuerungen sorgen dafür, dass die Marke sich angesichts der zunehmenden Konkurrenz behaupten kann. Mitte 2016 wird beispielsweise der Defender eingestellt und durch ein neues Modell ersetzt. Liebhaber können beruhigt sein, denn der neue Wagen wird die gleichen Funktionen haben wie der alte, jedoch zusätzlich die aktuellen Sicherheits- und Abgasvorschriften erfüllen. (red)