



MOBILITY SPEED LIFESTYLE

MOTORWORLD, eine Marke der MOTORWORLD Trademark Management AG



28

Projekt McLaren Viva

40

Bentley Supersports

86

Mercedes Benz Museum:
Youngtimer Ausstellung

8

Azul - Eine Resto Story

64

BYD - Neuer Weltrekord

52

AUDI Concept C

INHALT/CONTENT

TITELFOTO: McLaren

Prominenter Weihnachtsbesuch: Schauspielerin Simone Rethel – Witwe des legendären „Jopie“ Heesters († 2011) – spielt derzeit in der Komödie im Bayerischen Hof und machte einen Abstecher in die weihnachtlich geschmückte Motorworld mit der Winterworld und stoppte auch im Ameron Hotel München.

Foto: BMC-Images/Dominik Beckmann,
honorarpflichtiges Bildmaterial

Prominent Christmas visitor: Actress Simone Rethel—widow of the legendary “Jopie” Heesters († 2011)—is currently performing in the comedy at the Bayerischer Hof and made a detour to the festively decorated Motorworld with Winterworld, also stopping at the Ameron Hotel Munich.

Photo: BMC-Images/Dominik Beckmann,
image subject to fee



MOTORWORLD Bulletin
„Mobility Speed Lifestyle“

Publisher:
MOTORWORLD Consulting GmbH & Co. KG, Ferdinand-Dünkel-Straße 5, 88433 Schemmerhofen
Fon: +49 7356 933-215
Kommanditgesellschaft,
Sitz: Schemmerhofen
Amtsgericht Ulm, HRA 722238
Komplementärin: Casala Real Estate
Verwaltungs GmbH
Sitz: Schemmerhofen, Amtsgericht Ulm, HRB 641882
Geschäftsführer:
Andreas Dünkel, Felix Oberle

Motorworld – eine Marke der Motorworld Trademark Management AG

Co-Publisher/ Production:
Classic-Media-Group Munich
Verantw. i.S.d. Pressegesetzes:
Désirée Rohrer (CMG)
Chefredaktion:
Kay MacKenneth

Ressortleitung / Redaktion Motorworld
Sybille Bayer

Redaktion:
Adrian Duncan
Valery Reuter

Erscheinungsweise:
Dreiwochenlich
Auflage: 35.000
ISSN 2198-3291

Alle Inhalte dieses digitalen E-Magazins unterliegen dem Copyright der MOTORWORLD Trademark Management AG & CMG München 2023. Jegliche Formen der Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Vorführungen im öffentlichen Bereich sind untersagt. Das digitale Speichern zu privaten Zwecken ist erlaubt.

Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass es in weiter zurückliegenden Ausgaben vorkommen kann, dass extern verlinkte Videos nicht mehr verfügbar sind.

EDITORIAL ENQUIRIES

Für Anzeigen | For advertising
Bulletin@motorworld-bulletin.de

AZUL

Der Bus, der sich weigerte zu verschwinden



Es gibt Automobile, die nicht für die Ewigkeit gebaut wurden und dennoch ewig bleiben. Nicht, weil ihre Technik außergewöhnlich wäre. Nicht, weil sie selten sind oder auf dem Markt unerschwingliche Preise erzielen. Sondern weil sie eine Geschichte besitzen, die größer ist als sie selbst. Azul, der weiß-über-blau Volkswagen T2 aus dem Jahr 1977, ist genau so ein Fahrzeug. Ein Bus, der, ohne es zu wollen, zu einem Symbol wurde. Für Hoffnung. Für das Überstehen. Für das unnachgiebige Weiterleben.

Seine Geschichte beginnt nicht in einer Garage oder auf einer Rennstrecke, sondern im Feuer. Ein Foto, eingefangen von einer Pressefotografin, zeigte Anfang 2025 einen Anblick, der fast surreal wirkte: Ein Malibu-Viertel lag in Asche, rauchschwarz und leblos, doch mitten in dieser Stille stand ein alter VW-Bus. Weiß. Blau. Unversehrt. Als hätte sich die Welt um ihn herum aufgelöst und er allein stand da wie ein zufälliger Zeuge. Ein Augenblick, der viral ging – und gleichzeitig eine Frage stellte: Warum ausgerechnet er?

There are cars that were not built to last forever, yet remain eternal. Not because their technology is extraordinary. Not because they are rare or fetch exorbitant prices on the market. But because they have a history that is greater than themselves. Azul, the white-and-blue Volkswagen T2 from 1977, is just such a vehicle. A bus that, without meaning to, became a symbol. Of hope. Of survival. Of unyielding perseverance.

Its story doesn't begin in a garage or on a race track, but in a fire. A photo taken by a press photographer in early 2025 showed a scene that seemed almost surreal: a Malibu neighborhood lay in ashes, smoke-blackened and lifeless, but in the middle of this silence stood an old VW bus. White. Blue. Undamaged. As if the world around it had dissolved and it stood there alone like a random witness. A moment that went viral – and at the same time raised a question: Why this one?



Die Besitzerin, Megan, nannte ihn Azul. Und für sie war dieser Bus nichts, das man mit einer Modellbezeichnung abtut. Azul war ein Begleiter. Ein Kapitel ihres eigenen Lebens, auf Rädern, voller Erinnerungen und Fahrtwind. Als das Foto um die Welt ging, fühlte es sich für sie an, als würde jeder einzelne Betrachter einen Blick in ihr privates Herz werfen. Und vielleicht begann genau dort die zweite Geschichte dieses Fahrzeugs – die, in der die ganze Welt plötzlich Anteil nahm.

Volkswagen erfuhr von Azul, kontaktierte Megan, und was folgte, war eine ungewöhnliche, fast literarische Geste. Der Bus wurde geborgen, als wäre er ein verschollenes Artefakt. Er wurde aus dem verbrannten Viertel geholt wie ein geborgenes Relikt aus einer Ausgrabungsstätte. Ein Team von Technikern nahm sich seiner an, nicht als wäre er ein Museumsstück, sondern als wäre er ein schwer verletzter Freund, den man heilen möchte.

Der Transport zum Oxnard-Facility markierte den Beginn einer Reise, die aus einem alten Bus ein Stück Automobilpoesie machte. Dort, wo normalerweise historische VW-Modelle gepflegt werden – Busse, Käfer, Corrados und andere Erinnerungen –, wurde Azul vollständig zerlegt. Nicht um ihn zu modernisieren, sondern um ihn zurückzugeben. Ihn wieder atmen zu lassen. Ein Fahrzeug, das durch Feuer gegangen war, musste jetzt durch Hände gehen, die wussten, was sie taten.

The owner, Megan, named it Azul. And for her, this bus was not something to be dismissed with a model name. Azul was a companion. A chapter of her own life, on wheels, full of memories and wind in her hair. When the photo went around the world, it felt to her as if every single viewer was taking a peek into her private heart. And perhaps that was where the second story of this vehicle began – the one in which the whole world suddenly took an interest.

Volkswagen heard about Azul, contacted Megan, and what followed was an unusual, almost literary gesture. The bus was recovered as if it were a lost artifact. It was taken from the burned-out neighborhood like a salvaged relic from an archaeological site. A team of technicians took care of it, not as if it were a museum piece, but as if it was a seriously injured friend they wanted to heal.

Transportation to the Oxnard facility marked the beginning of a journey that turned an old bus into a piece of automotive poetry. There, where historic VW models are normally maintained – buses, Beetles, Corrados, and other memorabilia – Azul was completely dismantled. Not to modernize it, but to restore it. To let it breathe again. A vehicle that had been through fire now had to pass through hands that knew what they were doing.



Die Technik erzählte ihre eigene Wahrheit. Der Bus hatte Spuren. Versteckte Schäden. Leib und Seele eines Fahrzeugs offenbaren sich nicht in der ersten Beobachtung, und so begann eine Restaurierung, die mehr war als eine Reparatur. Man prüfte den Motor, öffnete jeden Falz, sah nach jeder Leitung. Man entfernte Ruß, richtete Bleche, konservierte, erneuerte und bewahrte. Und doch blieb etwas konstant: der Wille, Azul nicht zu entstellen.

Die Karosseriearbeiten übernahm ein Team, das sonst historische Porsches wieder auferstehen lässt. Eine Werkstatt, die Perfektion nicht als Ziel, sondern als Verpflichtung begreift. Hier wurde das Weiß-Blau neu lackiert, hier wurden Konturen mit äußerster Sorgfalt geformt, hier entstand eine Oberfläche, die nicht modern glänzen sollte, sondern vertraut wirken musste. Azul sollte nicht aussehen wie neu – er sollte aussehen, als hätte die Zeit ihm Respekt gezollt.

The technology told its own truth. The bus had traces. Hidden damage. The body and soul of a vehicle are not revealed at first glance, and so began a restoration that was more than just a repair. The engine was checked, every seam was opened, every pipe was inspected. Soot was removed, metal sheets were straightened, preserved, renewed, and maintained. And yet one thing remained constant: the desire not to disfigure Azul.

The bodywork was carried out by a team that usually brings historic Porsches back to life. A workshop that sees perfection not as a goal, but as an obligation. Here, the white and blue were repainted, here, contours were shaped with the utmost care, here, a surface was created that was not meant to shine with modernity, but had to look familiar. Azul was not supposed to look like new – it was supposed to look as if time had treated it with respect.



Während dieser Monate wuchs etwas, das man nicht planen kann: eine Beziehung. Die Techniker begannen von Azul nicht als „dem Bus“ zu sprechen, sondern als „ihm“. Sie beobachteten, wie Form und Funktion zurückkehrten. Wie der Motor wieder lief, wie das Blech wieder strahlte, wie die Seele des Fahrzeugs wieder spürbar wurde. Ein Prozess, der in modernen Fahrzeugwelten kaum noch existiert – die kunstvolle Wiederherstellung eines Autos, das niemand wegen seiner Leistung oder seines Wertes restaurieren musste. Sonstern wegen seiner Bedeutung.

Als Azul schließlich fertig war, trug er sein ursprüngliches Weiß-Blau mit einer Ruhe, die man in der Automobilwelt selten sieht. Der Bus wirkte nicht wie ein restauriertes Objekt, sondern wie ein Wesen, das eine Reise hinter sich hatte und nun bereit war für die nächste. Der erste öffentliche Auftritt nach der Katastrophe fand auf der Los Angeles Auto Show statt. Und dort, zwischen futuristischen Konzepten, digitalen Visionen und den neuen Elektrofritten, stand Azul wie ein stilles Gedicht.

Menschen blieben stehen. Nicht, weil der Bus besonders laut oder extravagant wäre. Sondern weil er eine andere Sprache sprach. Seine Linien erzählten nicht vom neuesten Designtrend, sondern von gelebten Jahrzehnten. Seine Farben erzählten nicht von aggressiven Marketingstrategien, sondern von einem einfachen, tiefen Blau – dem Blau eines Busses, der überlebt hatte. Und irgendwann, mitten im Lärm des Messetrubels, spürte man: Dieser Bus zieht nicht die Augen auf sich. Er zieht die Erinnerung auf sich.

During these months, something grew that cannot be planned: a relationship. The technicians began to refer to Azul not as “the bus” but as “him.” They watched as form and function returned. How the engine ran again, how the metal gleamed again, how the soul of the vehicle became tangible again. A process that hardly exists in the modern automotive world – the artful restoration of a car that no one needed to restore for its performance or value. But because of its significance.

When Azul was finally finished, it wore its original white and blue with a calmness rarely seen in the automotive world. The bus did not look like a restored object, but like a being that had completed one journey and was now ready for the next. Its first public appearance after the disaster was at the Los Angeles Auto Show. And there, among futuristic concepts, digital visions, and the new electric fleets, Azul stood like a silent poem.

People stopped in their tracks. Not because the bus was particularly loud or extravagant. But because it spoke a different language. Its lines did not tell of the latest design trends, but of decades of lived experience. Its colors did not tell of aggressive marketing strategies, but of a simple, deep blue – the blue of a bus that had survived. And at some point, amid the noise of the bustling trade show, you could sense it: this bus does not attract attention. It attracts memories.



Megan sah ihn dort wieder, und dieser Moment muss einer jener seltenen Augenblicke gewesen sein, in denen Vergangenheit und Gegenwart miteinander verschmelzen. Ein Bus, der verloren schien, stand nun vor ihr. Bewahrt. Berührt. Wieder ganz. Die Restaurierung hatte nicht gelöscht, was geschehen war – sie hatte es verwandelt. Der Bus war nun nicht länger ein Überlebender der Katastrophe, sondern ein Botschafter ihrer Überwindung.

Volkswagen begleitete diese Rückkehr mit einer Geste, die fast poetisch wirkt: Die Marke ließ eine kleine, hölzerne Sammler-Version von Azul anfertigen. Ein kleines Artefakt, das das große Artefakt feiert. Ein Symbol für jene Momente, in denen ein Auto aufhört, bloß Fortbewegungsmittel zu sein.

Megan saw it there again, and that moment must have been one of those rare moments when past and present merge. A bus that seemed lost now stood before her. Preserved. Touched. Whole again. The restoration had not erased what had happened – it had transformed it. The bus was no longer a survivor of the disaster, but an ambassador of its overcoming.

Volkswagen accompanied this return with a gesture that seems almost poetic: the brand had a small wooden collector's version of Azul made. A small artifact that celebrates the great artifact. A symbol of those moments when a car ceases to be merely a means of transportation.



Azul wird später weiterziehen, vom Auto Show Floor ins Petersen Automotive Museum. Ein weiterer Raum, in dem Automobile nicht als Maschinen, sondern als Zeitkapseln betrachtet werden. Dort wird er stehen, bevor er zu Megan zurückkehrt. Zur Besitzerin, deren Herz über ein Jahr lang zwischen Asche und Hoffnung balanzierte.

Was bleibt, ist eine Geschichte, die größer ist als ein Feuer, größer als ein Auto, größer als eine Marke. Azul ist ein Symbol für das, was wir in Dingen sehen, die uns begleiten. Für die Art, wie sie unser Leben reflektieren, unsere Verluste beherbergen, unsere Erinnerungen tragen. Und für die stille Kraft, die sie entfalten können, wenn sie – buchstäblich – aus der Asche zurückkehren.

Azul ist mehr als ein Bus. Azul ist ein Bekenntnis.

Ein Beweis dafür, dass manche Maschinen nicht einfach gebaut werden, sondern geboren. Und manchmal – wenn alles andere verloren geht – bleiben genau sie stehen.

Azul will later move on from the auto show floor to the Petersen Automotive Museum. Another space where automobiles are viewed not as machines, but as time capsules. It will stand there before returning to Megan. To the owner whose heart balanced between ashes and hope for over a year.

What remains is a story that is bigger than a fire, bigger than a car, bigger than a brand. Azul is a symbol of what we see in the things that accompany us. Of the way they reflect our lives, harbor our losses, carry our memories. And of the quiet power they can unleash when they return – literally – from the ashes.

Azul is more than a bus. Azul is a commitment.

Proof that some machines are not simply built, but born. And sometimes – when everything else is lost – they are the ones that remain standing.





MOTORWORLD

Inn
MALLORCA

AB
24,90€
PRO PERSON



WINTER DELIGHTS
FONDUE & GOOSE

JEDEN
MITTWOCH & FREITAG

JETZT
RESERVIEREN



WINTER DELIGHTS
FONDUE & GOOSE

HIGHLIGHTS

Jeden Mittwoch und Freitag erwartet Euch im Motorworld Inn Mallorca ein stimmungsvolles Dinner-Erlebnis mit drei köstlichen Käsefondué-Variationen zum Teilen, knuspriger Gans mit klassischen Beilagen wie Kartoffelknödel und Rotkraut sowie vielen weiteren winterlichen Highlights – begleitet von wärmendem Glühwein oder aromatischem Punsch.

Schon ab 24,90 € pro Person – nur in der Winterzeit. Sichert Euch rechtzeitig Euren Platz!



Oldtimer zu gewinnen!

31. Oldtimerspendenaktion 2025 Mitmachen, Spenden & Gewinnen!

1. Preis: Mercedes-Benz 220 S Ponton Cabriolet
 2. Preis: Chevrolet Corvette C3
 3. Preis: Mercedes-Benz 560 SEC
 4. Preis: Citroën ID 19
 5. Preis: Porsche 944 S2 Cabriolet
 6. Preis: Mercedes-Benz 230 CE
 7. Preis: MGB Roadster
 8. Preis: Opel Kadett AL
 9. Preis: Renault 4 CV
 10. Preis: Fiat 500 Topolino A
 11. Preis: BMW 318 i Cabriolet
 12. Preis: Fiat Panda
 13. Preis: VW Jetta I
 14. Preis: Honda Gold Wing GL 1100
 15. Preis: BMW R 1100 GS
- und viele weitere gespendete Preise

So können Sie bei uns teilnehmen:

Schon 5,- Euro helfen zu Gunsten von Menschen mit Behinderung!

Unser Spendenkonto bei der Sparkasse Gießen:

IBAN: DE38 5135 0025 0200 6260 00

BIC: SKGIDE5FXXX

(Zahlungsempfänger: Lebenshilfe Gießen e.V., bitte Namen und Adresse nicht vergessen!)

Aktionsende ist der 20. Januar 2026

Die Spendenerlöse fließen in diesem Jahr in den Aufbau einer Tagesbetreuung für Senioren mit geistiger Behinderung, in den Umzug unserer inklusiven Kunstgalerie23 in barrierefreie Räume, in den weiteren Ausbau unseres Begegnungsladens PlusPunkt für Menschen mit hohem Unterstützungsbedarf und weitere inklusive Projekte für Menschen mit Behinderung.

Miteinander
mehr
bewegen

Danke für die
Unterstützung an

MOTORWORLD

Uns kann man gewinnen! Alle Infos unter www.oldtimerspendenaktion.de





MOTORWORLD Manufaktur Region Zürich

BOLIDEN STATT BOULLION

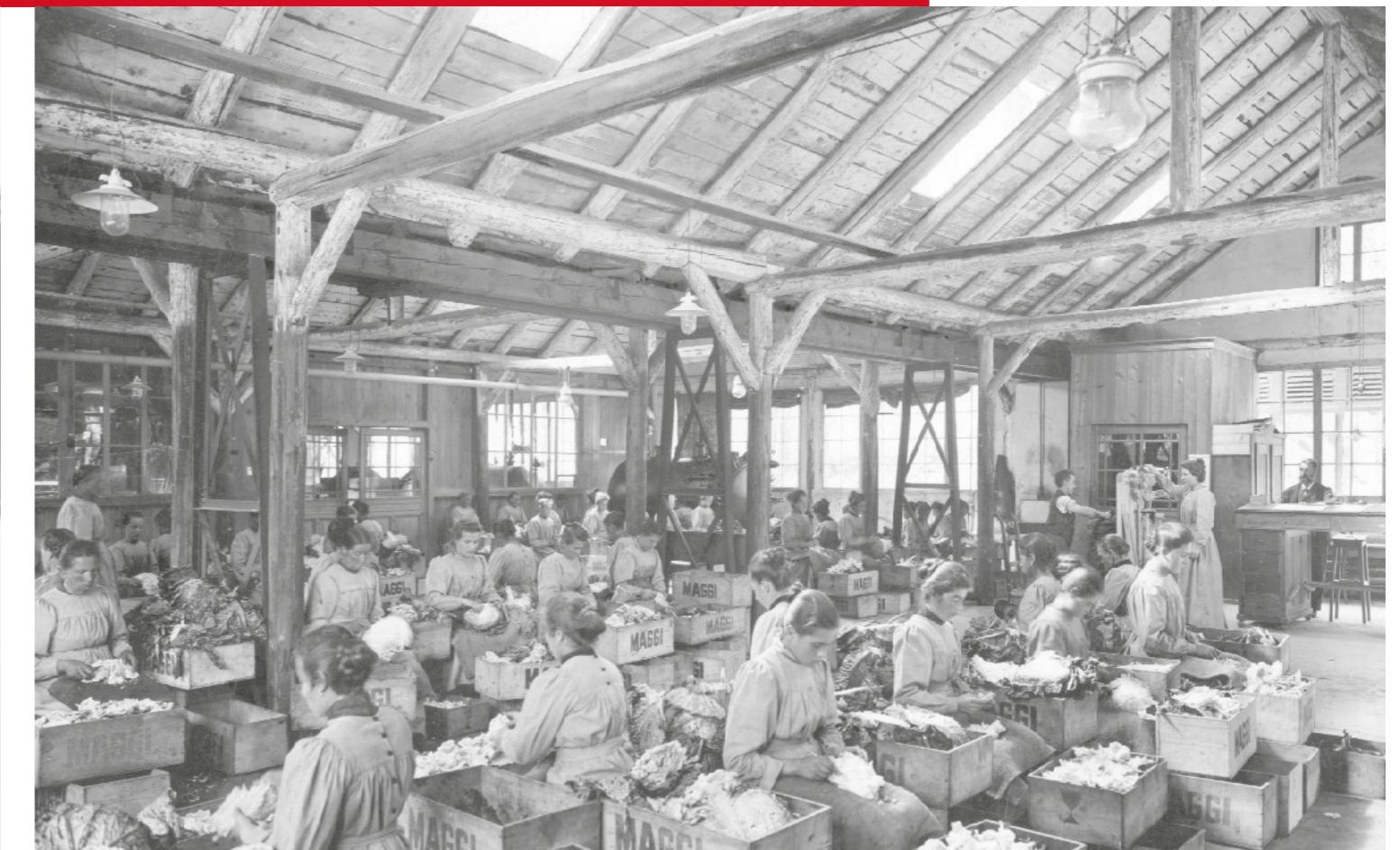
Powerful cars in place of broth

Dort, wo früher Lastwagen mit Maggi-Bouillon beladen wurden, spannt sich heute ein neues Kapitel über alte Mauern: Unter den historischen Dächern des Maggi-Areals in Kemptthal präsentiert sich die Motorworld Manufaktur Region Zürich als Treffpunkt für Automobilkultur und industrielle Geschichte. Seit der Eröffnung 2021 hat sich das einstige Produktionsgelände zu einem lebendigen Zentrum unterschiedlichster Mobilitätswelten entwickelt.

Die charakteristischen Backsteinbauten, die alten Gleise und die markanten Stahlkonstruktionen verleihen dem Ort eine Atmosphäre, in der man die Vergangenheit förmlich spürt. Gleichzeitig haben moderne Showrooms, Restaurationsbetriebe, Werkstätten, Manufakturen und Eventflächen Einzug gehalten – Orte, an denen heute geschraubt, gestaltet, verkauft und gefeiert wird. Die Verbindung mit THE VALLEY hat das Areal zusätzlich geöffnet und zu einem öffentlich zugänglichen Quartier gemacht, das Tradition bewahrt und gleichzeitig neuen Ideen Raum gibt.

Where lorries once used to be loaded with Maggi bouillon, a new chapter now spans old walls: under the historic roofs of the Maggi site in Kemptthal, Motorworld Manufaktur Region Zürich presents itself as a meeting place for automotive culture and industrial history. Since it opened in 2021, the former production plant has developed into a vibrant centre for many kinds of mobility worlds.

The characteristic brick buildings, the old rail tracks and the striking steel structures imbue the place with an atmosphere in which the past can literally be felt. At the same time, modern showrooms, restaurants, workshops, manufakturen and event spaces have moved in – places where people now work, design, sell and celebrate. The connection with THE VALLEY has opened up the area even further and turned it into a publicly accessible quarter that preserves tradition while giving space to new ideas.

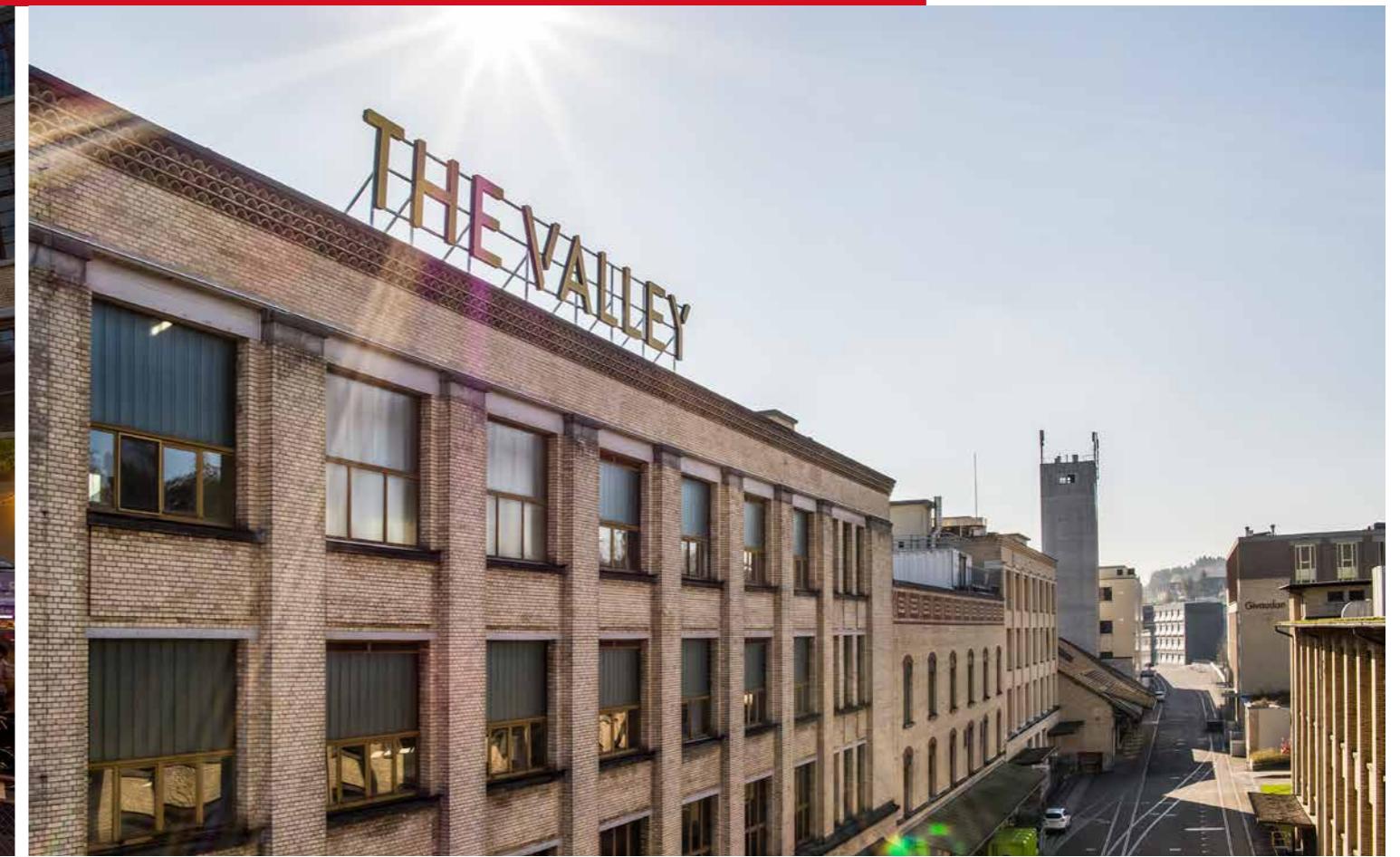


Wer durch die Hallen und Innenhöfe geht, begegnet nicht nur außergewöhnlichen Fahrzeugen, sondern auch den Menschen dahinter: Sammler mit jahrzehntelanger Leidenschaft, Marken, die automobile Ikonen zum Leben erwecken, Spezialisten für seltene Handwerkskunst und Unternehmen, die Mobilität aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln denken. Und rundherum wächst eine Community, in der sich Start-ups, Familienbetriebe, Forschungseinrichtungen und Kreative gegenseitig inspirieren.

Mehr als 140 Firmen und Institutionen sind heute auf dem Areal beheimatet – von Gastronomie über Labore bis zu modernen Veranstaltungsräumen. Diese Vielfalt prägt das Gesamtbild und lässt eine energiegeladene Mischung entstehen, die den historischen Charakter des Geländes nicht überdeckt, sondern weiterträgt.

Walking through the halls and courtyards, visitors can encounter not only exceptional vehicles, but also the people behind them: collectors with decades of passion, brands that bring automotive icons to life, specialists in rare craftsmanship and companies that think mobility from very different angles. And all around is growing a community in which start-ups, family-run businesses, research facilities and creative people inspire each other.

The site is now home to more than 140 companies and establishments – from restaurants and laboratories through to modern event rooms. This diversity characterises the overall picture and creates an energetic mix that does not mask the historical nature of the site but carries it forward.



So wird die Geschichte Kemptthals täglich weitergeschrieben: mit leisen Momenten in Werkstätten, mit großen Events, mit mutigen Projekten und leuchtenden Ideen. Die Motorworld Region Zürich und THE VALLEY schaffen gemeinsam einen Ort, an dem industrielle Wurzeln und zukunftsorientierte Mobilität selbstverständlich zusammenfinden – ein Gelände, das sich immer wieder neu erfindet und doch seine Seele bewahrt.

Kemptthal's history continues to be written every day with quiet moments in workshops, large-scale events, bold projects and bright ideas. Together, Motorworld Region Zürich and THE VALLEY are creating a place where industrial roots and future-oriented mobility come together in a natural way – a site that is constantly reinventing itself and yet retains its soul.



WELCOME

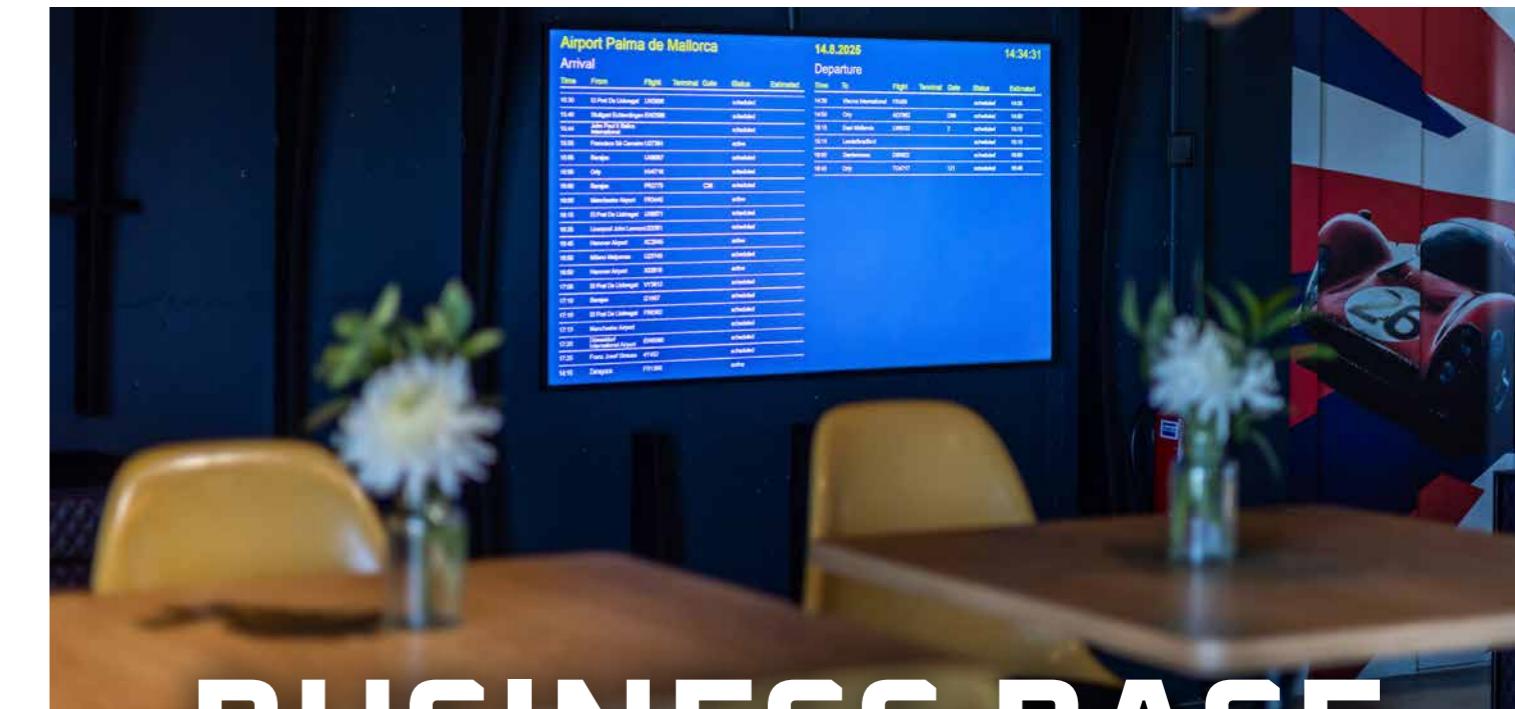
MEMBERS



 Direkt an der Flughafenautobahn MA 19, zwischen dem Airport und Palma ist die Motorworld Mallorca gestartet. In der exklusiven Drivers Lounge befinden sich moderne Business- und Coworking-Spaces – perfekt für alle, die in privater Atmosphäre konzentriert arbeiten, Meetings abhalten oder einfach produktiv sein wollen. Großzügige 300 m² mit flexiblen Arbeitsplätzen, stilischen Lounges und voll ausgestatteten Meetingräumen – ideal für das daily Business, spontane Ideenpower beim Stopp-Over oder ein kurzes Update vor dem Abflug. Hier trifft top Lage auf inspirierendes Ambiente. Ideal für Macher und Professionals, die Wert auf eine zentrale und repräsentative Lage, exzellente Ausstattung, moderne Infrastruktur und maximale Flexibilität legen. Die Location bietet perfekte Voraussetzungen für internationale Geschäftsreisende, kurzfristige Meetings und produktives Arbeiten im stilvollen Ambiente.

 Motorworld Mallorca has opened right next to the MA 19 airport motorway, between the airport and Palma. The exclusive Drivers Lounge offers modern business and coworking spaces – perfect for anyone who wants to concentrate on their work, hold meetings or simply be productive in a private atmosphere. A generous 300 sqm with flexible workspaces, stylish lounges and fully equipped meeting rooms – ideal for daily business, spontaneous brainstorming during a stopover or a quick update before departure. Here, a prime location meets an inspiring atmosphere. Ideal for doers and professionals who value a central and prestigious location, excellent facilities, modern infrastructure and maximum flexibility. The location offers perfect conditions for international business travellers, short-term meetings and productive work in a stylish atmosphere.

 Motorworld Mallorca ha abierto sus puertas junto a la autopista MA-19, entre el aeropuerto y Palma. En la exclusiva Drivers Lounge encontrarás modernos espacios de negocios y coworking, perfectos para quienes buscan trabajar con concentración en un entornoprivado, celebrar reuniones o, simplemente, ser productivos. Con 300 m² de espacios de trabajo amplios y flexibles, elegantes salones y salas de reuniones totalmente equipadas, es el lugar ideal tanto para el trabajo diario como para desarrollar ideas espontáneas durante una escala o ponerse al día rápidamente antes de un vuelo. Aquí se combina una ubicación inmejorable con un ambiente inspirador. Es la opción perfecta para emprendedores y profesionales que valoran una localización céntrica y representativa, un equipamiento de primer nivel, una infraestructura moderna y la máxima flexibilidad. Una ubicación pensada especialmente para viajeros de negocios internacionales, reuniones de última hora y para trabajar de forma productiva en un entorno elegante.



MCLAREN PROJECT VIVA



Es gibt Orte, die wirken wie elektrische Impulse. Städte, die ihre Energie nicht einfach aussenden, sondern in Menschen und Maschinen hineinschreiben. Las Vegas ist eine solche Stadt. Ein Ort, der nicht schläft, sondern pulsiert; der nicht nur leuchtet, sondern erzählt. Und genau dort, zwischen Neonflackern, Architekturenthusiasmen und der fiebrigsten Erwartung des Grand Prix, enthüllt McLaren ein Einzelstück, das mehr ist als ein Auto: Project Viva, ein McLaren 750S Spider, transformiert von McLaren Special Operations (MSO) – ein Kunstwerk, das den Rhythmus von Las Vegas in Linien, Lichtreflexen und Oberfläche konserviert.

There are places that act like electrical impulses. Cities that don't just emit their energy, but write it into people and machines. Las Vegas is one such city. A place that doesn't sleep, but pulsates; that doesn't just shine, but tells stories. And it is precisely there, amid the flickering neon lights, architectural fantasies, and feverish anticipation of the Grand Prix, that McLaren unveils a unique piece that is more than just a car: Project Viva, a McLaren 750S Spider transformed by McLaren Special Operations (MSO) – a work of art that captures the rhythm of Las Vegas in lines, light reflections, and surfaces.



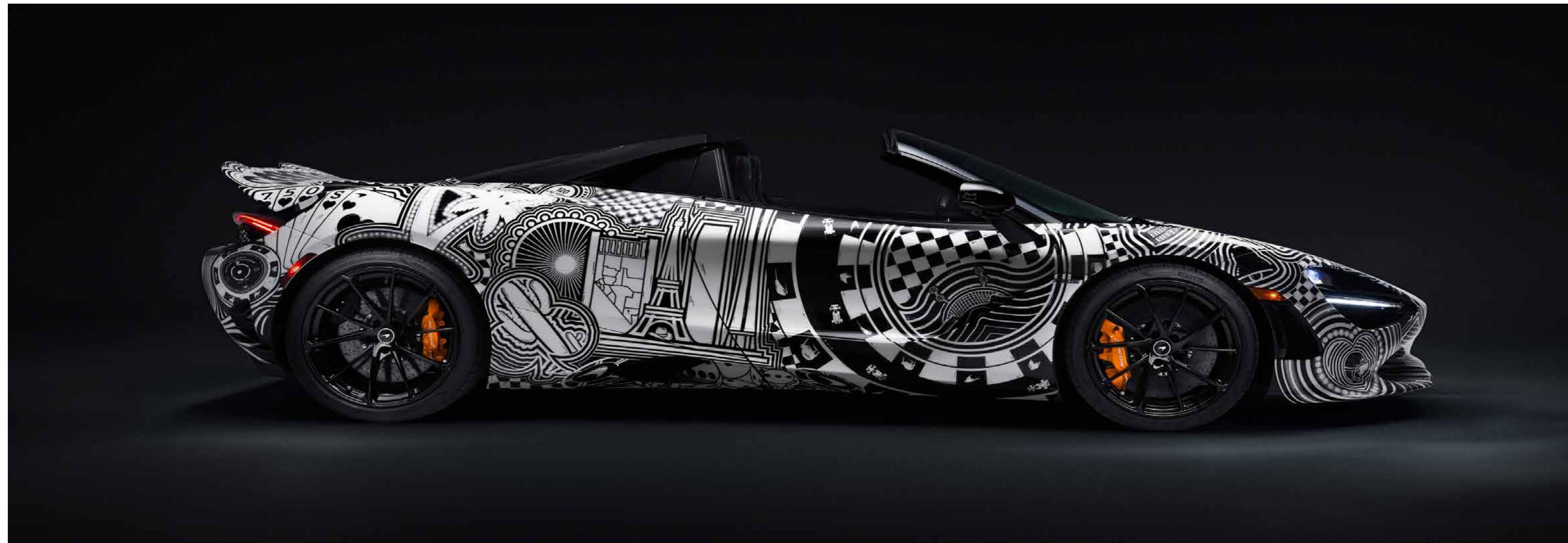
Das Besondere an diesem Fahrzeug liegt nicht in einer Spezifikation, nicht in einer Zahl, nicht einmal in einer Silhouette. Es liegt in der Idee, dass ein Auto mehr sein kann als ein Ausdruck von Geschwindigkeit. Project Viva ist ein Versuch, eine Stadt zu übersetzen. Ihre Geräusche, ihre Horizonte, ihre Mythen. Doch statt Neonfarben, Explosionen und Spektakel entscheidet sich MSO für das Gegenteil. Ein monochromes Narrativ, das die Überreizung des Ortes nicht imitiert, sondern still reflektiert. Als hätte man Vegas im Moment zwischen zwei Herzschlägen eingefangen.

Schon der erste Eindruck wirkt irritierend und gleichzeitig glasklar: Der 750S trägt keine Farbexplosion, sondern eine Art skulpturierte Stille. Die handgemalte „Sketch in Motion“-Livery lässt das Auge über Linien wandern, die nicht dekorieren wollen, sondern erzählen. Sie zitieren ikonische Elemente der Stadt – die Skyline, die berühmte Signage, die Architektur – aber immer aus Bewegung heraus. Nichts an diesem Auto ist statisch. Selbst der Lack wirkt wie eine Momentaufnahme eines tieferen Rhythmus, der dem Wagen wie ein zweiter Puls eingraviert ist. Dass MSO dafür nicht die offensichtliche Farbpalette wählt, sondern Schwarz, Weiß und Schattierungen dazwischen, ist kein Zufall. Es ist eine Herausforderung an das Auge. Eine Neuinterpretation dessen, was Las Vegas visuell sein kann, wenn man dessen Strahlkraft nicht überzeichnet, sondern in Nuancen übersetzt. „Vegas Nights“, die eigens entwickelte Farbe, ist ein Schwarz, das im Licht winzige Partikel von Cyan, Magenta und Grün zeigt – wie Lichtfragmente, die sich im Lack verfangen haben. Eine Chromatik, die erst auf den zweiten Blick spürbar wird, so wie Vegas selbst erst dann seine Tiefe zeigt, wenn man bereit ist, unter die Oberfläche zu schauen.

What makes this vehicle special is not a specification, not a number, not even a silhouette. It is the idea that a car can be more than an expression of speed. Project Viva is an attempt to translate a city. Its sounds, its horizons, its myths. But instead of neon colors, explosions, and spectacle, MSO opts for the opposite. A monochrome narrative that does not imitate the overstimulation of the place, but quietly reflects it. As if Vegas had been captured in the moment between two heartbeats.

Even the first impression is both unsettling and crystal clear: the 750S does not feature an explosion of color, but rather a kind of sculpted silence. The hand-painted "Sketch in Motion" livery allows the eye to wander over lines that are not intended to decorate, but to tell a story. They reference iconic elements of the city—the skyline, the famous signage, the architecture—but always from a perspective of movement. Nothing about this car is static. Even the paintwork seems like a snapshot of a deeper rhythm engraved on the car like a second pulse. It is no coincidence that MSO did not choose the obvious color palette for this, but instead opted for black, white, and shades in between. It is a challenge to the eye. A reinterpretation of what Las Vegas can be visually when its radiance is not exaggerated but translated into nuances. "Vegas Nights," the specially developed color, is a black that reveals tiny particles of cyan, magenta, and green in the light—like fragments of light caught in the paint. A chromaticity that only becomes apparent at second glance, just as Vegas itself only reveals its depth when you are prepared to look beneath the surface.





Die Zusammenarbeit mit Lando Norris und Oscar Piastri verleiht dem Wagen schließlich eine weitere Dimension. Nicht, weil berühmte Handschriften im Lack sichtbar sind, sondern weil sie den Narrativ erweitern. Die beiden Fahrer haben eigene Linien, Skizzen und die zehnte Konstrukteurs-WM-Sternmarkierung in das Design eingearbeitet – ein Moment kollektiver Erinnerung, eingefroren im Carbon. Es ist ein Hinweis darauf, dass Project Viva nicht nur die Stadt feiert, sondern McLarens Rennkultur, ihre Siege und ihre Ambitionen. Ein Auto als Kreuzungspunkt von Motorsport und Metropole.

Jonathan Simms, der Leiter von MSO, bringt es auf den Punkt: Project Viva ist ein Werk, in dem „Craft auf Character“ trifft. Und diese Formulierung wirkt wie der Schlüssel. Denn MSO arbeitet nicht mit der Logik industrieller Fertigung, sondern mit der Logik von Ateliers. Sie nehmen eine Inspiration, eine Stimmung, eine Geschichte – und übertragen sie in Material, Lack, Linie und Form. Dieses Auto steht nicht in der Tradition klassischer Personalisierung. Es steht in der Tradition der Kunst, die Orte in Objekte verwandelt.

Man spürt diese Haltung auch im Innenraum, obwohl der Fokus des Projekts eindeutig außen liegt. Der 750S bleibt ein Spider, dessen Architektur Leichtigkeit und Präzision verbindet. Doch der eigentliche Reiz liegt darin, wie sehr das Fahrzeug eine Bühne wird. Ein fahrbares Bild, eine Skizze, die nicht im Stillen verharrt, sondern auf der Straße weitergeführt wird. Der Luftstrom wird zur Verlängerung der Linien, das Licht zum Co-Autor, die Bewegung zum finalen Pinselstrich.

The collaboration with Lando Norris and Oscar Piastri ultimately gives the car another dimension. Not because famous signatures are visible in the paintwork, but because they expand the narrative. The two drivers have incorporated their own lines, sketches, and the tenth Constructors' Championship star marking into the design—a moment of collective memory frozen in carbon. It is a reminder that Project Viva celebrates not only the city, but also McLaren's racing culture, its victories, and its ambitions. A car as the intersection of motorsport and metropolis.

Jonathan Simms, head of MSO, sums it up: Project Viva is a work in which “craft meets character.” And this phrase seems to be the key. Because MSO does not work with the logic of industrial manufacturing, but with the logic of studios. They take an inspiration, a mood, a story – and translate it into material, paint, line, and form. This car does not follow in the tradition of classic personalization. It follows in the tradition of art that transforms places into objects.

This attitude can also be felt in the interior, although the focus of the project is clearly on the exterior. The 750S remains a spider whose architecture combines lightness and precision. But the real appeal lies in how much the vehicle becomes a stage. A moving image, a sketch that does not remain static, but continues on the road. The airflow becomes an extension of the lines, the light a co-author, the movement the final brushstroke.





Dass das Auto im Wynn Las Vegas ausgestellt wird – einem Ort, der Luxus, Theater und moderne Mythologie miteinander verschmilzt – passt zu dieser Erzählung. Der Grand Prix, das Spektakel der Stadt, das Atmen der Nacht: All das bildet den Rahmen für ein Auto, das wie ein stilles Gegenargument zur Überwältigungsästhetik von Vegas wirkt. Es ist leise – und gerade dadurch laut. Es ist monochrom – und gerade dadurch voller Farbe.

Project Viva steht aber vor allem für etwas Größeres: für die Zukunft von MSO. Für die Vision einer Automobilkultur, die nicht nur schneller, leichter, stärker werden will, sondern persönlicher, poetischer, konzeptioneller. Wo ein Auto nicht „besessen“ wird, sondern „erzählt“. Wo Design nicht Oberfläche ist, sondern Ausdruck einer Stimmung, eines Ortes, eines Moments.

MSO zeigt mit diesem Projekt, dass Luxus längst nicht mehr nur Material bedeutet, sondern Bedeutung. Bedeutung, die man fühlen und sehen kann. Bedeutung, die dem Objekt Tiefe verleiht. Der 750S wird dadurch nicht nur ein Supercar, sondern ein Medium – zwischen Fahrer und Stadt, zwischen Hersteller und Mythos, zwischen Inspiration und Bewegung.

Vielleicht ist das der wahre Kern von Project Viva. Nicht die Leistung, nicht die Exklusivität, nicht der Kontext des Grand Prix. Sondern die Tatsache, dass ein Supercar zum Erzähler wird. Dass eine Stadt zum Lack wird. Und dass aus Stahl, Carbon und Farbe ein Gedicht entstehen kann, das unterwegs ist.

The fact that the car is on display at Wynn Las Vegas – a place that blends luxury, theater, and modern mythology – fits in with this narrative. The Grand Prix, the spectacle of the city, the breath of the night: all this forms the backdrop for a car that acts as a silent counterpoint to the overwhelming aesthetics of Vegas. It is quiet – and precisely because of this, loud. It is monochrome – and precisely because of this, full of color.

But above all, Project Viva stands for something bigger: for the future of MSO. For the vision of an automotive culture that wants to become not only faster, lighter, and stronger, but also more personal, more poetic, more conceptual. Where a car is not “owned” but “told.” Where design is not surface, but the expression of a mood, a place, a moment.

With this project, MSO shows that luxury is no longer just about materials, but about meaning. Meaning that can be felt and seen. Meaning that gives the object depth. The 750S thus becomes not just a supercar, but a medium – between driver and city, between manufacturer and myth, between inspiration and movement.

Perhaps that is the true essence of Project Viva. Not the performance, not the exclusivity, not the context of the Grand Prix. But the fact that a supercar becomes a storyteller. That a city becomes paint. And that steel, carbon, and paint can create a poem that is on the move.





MOTORWORLD Köln / Rheinland

Jeck am Butz

Die Motorworld Köln hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der vielfältigsten Eventlocations im Rheinland entwickelt – ein Ort, der zwar nach wie vor für seine automobilen Klassiker, Sportwagen und den unverwechselbaren PS-Sound bekannt ist, aber längst auch kulturellen, musikalischen und gesellschaftlichen Formaten eine moderne Heimat bietet. Wie vielseitig das sein kann, zeigte sich am 31. Oktober 2025 erneut beim beliebten „Jeck am Butz – Das große Warmtanzen!“.

Ab 17 Uhr strömten rund 1.000 Gäste in die stimmungsvoll illuminierte Motorworld und verwandelten die industrielle Architektur in ein pulsierendes Bild aus Farben, Kostümen und kölscher Lebensfreude. Die Veranstaltung, die sich über die letzten Jahre zu einem festen Termin im Kölner Karnevalskalender entwickelt hat, bot ein stimmungsvolles Frühstart-Fest in die bevorstehende Session.

In recent years, Motorworld Köln has developed into one of the most versatile event locations in the Rhineland region – a place that is not only known for its classic automobiles, sports cars and the unmistakable sound of roaring engines, but has also long since become a modern home for cultural, musical and social formats. Just how diverse this can be was demonstrated once again on 31 October 2025 at the popular “Jeck am Butz – Das große Warmtanzen!” (a warm-up dance evening as a prelude to the carnival season).

From 5 pm, around 1,000 guests streamed into the atmospherically illuminated Motorworld, transforming the industrial architecture into a vibrant sea of colours, costumes and Cologne joie de vivre. The event, which over the last few years has become a fixed date in Cologne's carnival calendar, offered an atmospheric early-start party heralding the upcoming season.



Auf der Bühne sorgten Domstürmer, Eldorado, Klüngelköpp, Rabae und Big Maggas für ein musikalisches Feuerwerk, das die Halle vom ersten Ton an in Bewegung setzte. Die Besucher sangen mit, tanzten, lachten und ließen sich von der besonderen Mischung aus Tradition und moderner Eventkulisse begeistern.

Gerade dieser Kontrast – kölsches Brauchtum im Zusammenspiel mit historischem Industrieharz und automobilen Highlights – macht die Motorworld Köln zu einem außergewöhnlichen Veranstaltungsort. „Jeck am Butz“ zeigte, wie spielend leicht die Location zwischen Motorenkultur und musikalischer Lebensfreude wechseln kann.

On stage, Domstürmer, Eldorado, Klüngelköpp, Rabae and Big Maggas ignited musical fireworks that got the hall rocking right from the very first bars. The visitors sang along, danced, laughed and were enthralled by the special mix of tradition and a modern event setting.

It is precisely this contrast – Cologne tradition combined with historic industrial charm and automotive highlights – that makes Motorworld Köln such an exceptional venue. „Jeck am Butz“ showed how easily the location can switch between motor culture and musical joie de vivre.

ELEGANCE: BENTLEY SUPERSPORTS

Es gibt Automobile, die nicht einfach entstehen – sie werden erkämpft. Gegen das Erwartbare, gegen die Trägheit des Gewöhnlichen, gegen alles, was ihnen im Weg steht. Der neue Bentley Supersports gehört in genau diese Kategorie. Er ist kein Fortschreibungskapitel des Continental, kein wohltemperierter Feinschliff, sondern ein bewusstes Aufbegehren gegen Konvention, ein Manifest, das Bentley mit der Wucht von hundert Jahren Markenhistorie auf den Asphalt wirft. Das Ergebnis wirkt wie eine Antwort auf eine Frage, die lange niemand laut gestellt hat: Was passiert, wenn eine Luxusmarke beschließt, ihre Eleganz nicht länger in Komfort zu suchen, sondern in der Intensität des Moments?

There are cars that are not simply created—they are fought for. Against the predictable, against the inertia of the ordinary, against everything that stands in their way. The new Bentley Supersports belongs in precisely this category. It is not a continuation of the Continental, not a well-tempered refinement, but a conscious rebellion against convention, a manifesto that Bentley throws onto the asphalt with the force of a hundred years of brand history. The result seems like an answer to a question that no one has asked aloud for a long time: What happens when a luxury brand decides to seek its elegance not in comfort, but in the intensity of the moment?





Schon die Entstehungsgeschichte des Projekts klingt eher nach Motorjournalismus der sechziger Jahre als nach heutiger Konzernrealität. Ein kleines Entwicklerteam, eine Idee, die fast zu kühn für den internen Alltag war, und eine Frage, die man sich bei Bentley so offen lange nicht mehr gestellt hatte: Wie fühlt sich ein Continental an, wenn man ihm Gewicht nimmt, Antriebskomfort raubt und die elektronische Sicherheit durch den puren Willen des Fahrers ersetzt? Dieser gedankliche Funke führte zu einem Versuchsträger, der „Mildred“ genannt wurde – nach einer Frau, die 1929 einen Bentley 4½ Litre allein über 24 Stunden bewegte. Die Ingenieure wählten sie nicht zufällig. Mildred Mary Petre war eine Grenzgängerin, eine Ausnahmeperson, jemand, der Geschwindigkeit als Ausdruck von Freiheit begreifen konnte. Und genau dieses Prinzip scheint der neue Supersports in Metall übersetzt zu haben.

Denn dieser Bentley ist anders. Radikaler, schärfer, dichter. Ein Auto, das Bentley selbst als das fahrerfokussierteste Modell seiner Geschichte bezeichnet – und das nicht aus Marketinggründen, sondern aus technischer Ehrlichkeit. Der Supersports bricht mit der jahrzehntelangen Tradition des Allradantriebs und übergibt zum ersten Mal in der Continental-Geschichte die gesamte Kraft ausschließlich an die Hinterräder. Damit verliert der Wagen zwar eine Säule des klassischen Bentley-Komforts, gewinnt aber eine Charakterdimension zurück, die man sich in Crewe eigentlich nie zugetraut hätte: Unmittelbarkeit.

Even the story behind the project sounds more like automotive journalism from the 1960s than today's corporate reality. A small team of developers, an idea that was almost too bold for everyday internal life, and a question that Bentley hadn't asked itself so openly in a long time: How does a Continental feel when you take away its weight, reduce its driving comfort, and replace electronic safety with the pure will of the driver? This spark of an idea led to a test vehicle called "Mildred" – named after a woman who drove a Bentley 4½ Litre alone for 24 hours in 1929. The engineers did not choose her by chance. Mildred Mary Petre was a trailblazer, an exceptional person, someone who understood speed as an expression of freedom. And it is precisely this principle that the new Supersports seems to have translated into metal.

Because this Bentley is different. More radical, sharper, denser. A car that Bentley itself describes as the most driver-focused model in its history – not for marketing reasons, but out of technical honesty. The Supersports breaks with decades of all-wheel drive tradition and, for the first time in Continental history, transfers all power exclusively to the rear wheels. This means that the car loses one of the pillars of classic Bentley comfort, but regains a dimension of character that no one in Crewe would ever have thought possible: immediacy.





Unter der langen Motorhaube pulsiert ein 4,0-Liter-V8-Biturbo, der Bentley bewusst unberührt von Hybridunterstützung gelassen hat. 666 PS in einem reinen Verbrenner sind in einer Welt, die Elektrifizierung immer lauter fordert, fast schon eine Kampfansage. Doch es ist nicht die Zahl, die beeindruckt, sondern die Art, wie dieser Motor arbeitet. Er klingt nicht synthetisch, nicht generiert, nicht weichgezeichnet. Er klingt nach dem, was er ist: ein großvolumiger V8, der atmet, brüllt, zündet und knurrt – durch eine Titan-Abgasanlage, deren Klangbild gemeinsam mit Akrapovič so präzise abgestimmt wurde, dass man den Eindruck hat, Bentley habe sich selbst daran erinnert, wozu ein Motor überhaupt fähig ist.

Und dann ist da das Gewicht. Oder besser: das Fehlen davon. Der Supersports wiegt fast eine halbe Tonne weniger als der Continental GT. Eine Zahl, die man zweimal lesen muss, weil sie nicht ins Bild eines modernen Luxus-GT passen will. Doch genau hier ist der Wendepunkt. Beim Supersports wurde nicht an Komfort gefeilt, sondern Komfort bewusst geopfert. Eine Rückbank gibt es nicht mehr, sie wurde durch eine Carbonstruktur ersetzt, die eher an ein Motorsport-Exoskelett erinnert als an britische Opulenz. Das Dach besteht nicht mehr aus Aluminium, sondern aus Carbonfaser – leichter, tiefer, härter. Die Dämmung wurde reduziert, Fahrerassistenzsysteme entfernt, selbst die Audiokonfiguration verschlankt. Bentley hat den Supersports nicht verfeinert, sondern entkernt – und daraus eine neue Form von Luxus geschaffen: Luxus durch Klarheit.

Under the long hood, a 4.0-liter V8 biturbo pulsates, which Bentley has deliberately left untouched by hybrid support. 666 hp in a pure combustion engine is almost a declaration of war in a world that is increasingly calling for electrification. But it's not the number that impresses, it's the way this engine works. It doesn't sound synthetic, generated, or softened. It sounds like what it is: a large-volume V8 that breathes, roars, ignites, and growls – through a titanium exhaust system whose sound has been so precisely tuned in collaboration with Akrapovič that you get the impression Bentley has reminded itself of what an engine is capable of.

And then there's the weight. Or rather, the lack thereof. The Supersports weighs almost half a ton less than the Continental GT. A figure that you have to read twice because it doesn't fit the image of a modern luxury GT. But this is precisely the turning point. With the Supersports, comfort has not been refined, but deliberately sacrificed. There is no longer a rear seat; it has been replaced by a carbon structure that is more reminiscent of a motorsport exoskeleton than British opulence. The roof is no longer made of aluminum, but of carbon fiber – lighter, lower, harder. Insulation has been reduced, driver assistance systems removed, even the audio configuration streamlined. Bentley has not refined the Supersports, but gutted it – and created a new form of luxury: luxury through clarity.

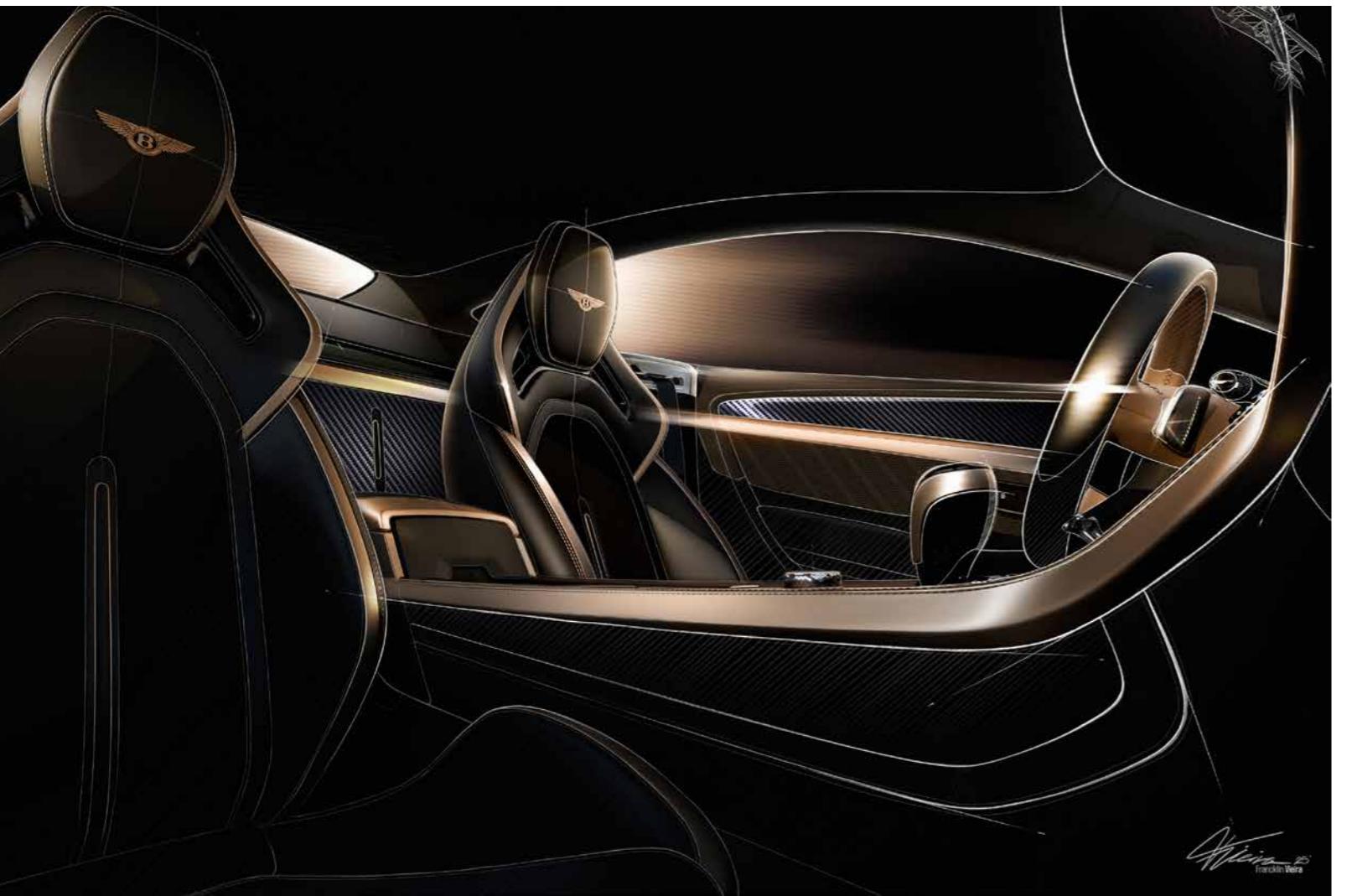
Under the long hood, a 4.0-liter V8 biturbo pulsates, which Bentley has deliberately left untouched by hybrid support. 666 hp in a pure combustion engine is almost a declaration of war in a world that is increasingly calling for electrification. But it's not the number that impresses, it's the way this engine works. It doesn't sound synthetic, generated, or softened. It sounds like what it is: a large-volume V8 that breathes, roars, ignites, and growls – through a titanium exhaust system whose sound has been so precisely tuned in collaboration with Akrapovič that you get the impression Bentley has reminded itself of what an engine is capable of.

And then there's the weight. Or rather, the lack thereof. The Supersports weighs almost half a ton less than the Continental GT. A figure that you have to read twice because it doesn't fit the image of a modern luxury GT. But this is precisely the turning point. With the Supersports, comfort has not been refined, but deliberately sacrificed. There is no longer a rear seat; it has been replaced by a carbon structure that is more reminiscent of a motorsport exoskeleton than British opulence. The roof is no longer made of aluminum, but of carbon fiber – lighter, lower, harder. Insulation has been reduced, driver assistance systems removed, even the audio configuration streamlined. Bentley has not refined the Supersports, but gutted it – and created a new form of luxury: luxury through clarity.

Unser Anspruch:
**Zeitloses
bewahren**

Der neue DEKRA Classic Check

Eine preiswerte und hochwertige Feststellung des aktuellen IST-Zustandes eines klassischen Fahrzeuges. Er dient als unterstützende Maßnahme bei anstehender Kaufentscheidung, sowohl für den privaten, als auch für den gewerblichen Auftraggeber. Weitere Infos und Ihre nächstgelegene DEKRA-Lokation finden Sie unter dekra.de/oldtimer.



Dieser Purismus setzt sich außen fort. Der Supersports wirkt wie die grafische Verdichtung aller Kräfte, die auf ein Fahrzeug einwirken. Kein Element dient der Zierde. Die Linien funktionieren wie aerodynamische Argumente. Vorne zieht ein gewaltiger Splitter den Wagen optisch an die Straße, flankiert von aggressiv gestaffelten Diveplanes. Die Seitenlinie ist nicht dekoriert, sondern geschärft, die Luftführung hinter den Vorderrädern scheint den Wagen quasi einzutzen und wieder auszutzen. Und am Heck erhebt sich ein feststehender Flügel, der mehr ist als ein Designstatement: Er ist der sichtbare Ausdruck einer technischen Serie, die dem Supersports bis zu 300 Kilogramm mehr Abtrieb verschafft als einem GT Speed. Dieser Bentley will nicht gleiten. Er will sich festbeißen.

Im Inneren setzt sich diese Haltung fort, aber mit einer Ästhetik, die sich ihrer Herkunft bewusst bleibt. Der Supersports ist ein Zweisitzer, doch keiner, der wie ein Rennwagen asketisch wirkt. Es ist die Bentley-typische Materialkultur, die hier auf ein neues Thema trifft. Leder und Dinamica fügen sich zu einer Atmosphäre, die nicht gemütlich sein will, sondern konzentriert. Carbonfaserflächen glänzen dunkel, ohne kalt zu wirken, und die Sitzposition ist so tief, dass man das Gefühl hat, im Auto zu sitzen, nicht auf ihm. Es ist ein Raum, der Fahrer einlädt, aber nicht verwöhnt. Ein Raum, der Vertrauen einfordert, aber dafür ein Gefühl zurückgibt, das man in modernen Luxusautos selten erlebt: Präsenz.

Vielleicht ist das die eigentliche Botschaft dieses Fahrzeugs. Der Bentley Supersports ist kein Rückschritt in die Vergangenheit, sondern ein Widerstand gegen die Beliebigkeit. Ein Auto, das nicht jedem gefallen möchte. Ein Auto, das nicht überall passt. Ein Auto, das sich weigert, zum gefälligen Objekt einer breiten Zielgruppe zu werden. Es ist die bewusst scharfkantige Interpretation dessen, wofür Bentley seit jeher steht: Kraft, Stil, technische Exzellenz – aber diesmal nicht mit Samthandschuhen, sondern mit einer direkten, beinahe provokativen Ehrlichkeit.

Wenn man den Supersports betrachtet, spürt man etwas, das Bentley lange nicht ausgestrahlt hat: das Risiko. Und genau deshalb fühlt sich dieser Wagen so bedeutend an. Es ist ein Bentley, der nicht sanft führt, sondern fordert. Einer, der nicht nur zeigt, wie schnell man reisen kann, sondern wie intensiv. Einer, der nicht im Luxus schwelgt, sondern ihn neu definiert – als die Freiheit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Der neue Supersports ist deshalb nicht nur eine Weiterentwicklung. Er ist ein Gegenvorschlag. Ein Widerspruch. Ein Triumph der Idee über die Routine. Ein Bentley, der mehr Herzschlag als Herzschrittmacher ist. Und vielleicht genau deshalb der Bentley, den wir gebraucht haben, ohne es zu wissen.

This purism continues on the outside. The Supersports appears to be a graphic condensation of all the forces acting on a vehicle. No element serves as decoration. The lines function as aerodynamic arguments. At the front, a massive splitter visually pulls the car down to the road, flanked by aggressively staggered dive planes. The side line is not decorated, but sharpened, and the airflow behind the front wheels seems to inhale and exhale the car. At the rear, a fixed wing rises, which is more than just a design statement: it is the visible expression of a technical series that gives the Supersports up to 300 kilograms more downforce than a GT Speed. This Bentley does not want to glide. It wants to bite.

This attitude continues in the interior, but with an aesthetic that remains conscious of its origins. The Supersports is a two-seater, but not one that looks ascetic like a race car. It is Bentley's typical material culture that encounters a new theme here. Leather and Dinamica combine to create an atmosphere that is not meant to be cozy, but rather focused. Carbon fiber surfaces gleam darkly without appearing cold, and the seating position is so low that you feel like you are sitting in the car, not on it. It is a space that invites the driver, but does not pamper them. A space that demands trust, but in return gives you a feeling that is rarely experienced in modern luxury cars: presence.

Perhaps that is the real message of this vehicle. The Bentley Supersports is not a step back into the past, but a resistance to arbitrariness. A car that does not want to please everyone. A car that does not fit in everywhere. A car that refuses to become a pleasing object for a broad target group. It is a deliberately sharp-edged interpretation of what Bentley has always stood for: power, style, technical excellence – but this time not with kid gloves, but with a direct, almost provocative honesty.

When you look at the Supersports, you sense something that Bentley hasn't exuded for a long time: risk. And that's exactly why this car feels so significant. It's a Bentley that doesn't gently guide you, but challenges you. One that not only shows you how fast you can travel, but how intensely. One that doesn't revel in luxury, but redefines it – as the freedom to focus on the essentials.

The new Supersports is therefore not just a further development. It is a counterproposal. A contradiction. A triumph of idea over routine. A Bentley that is more heartbeat than pacemaker. And perhaps that is precisely why it is the Bentley we needed without knowing it.



MOTORWORLD Köln / Rheinland

Sneaker-Vielfalt trifft Industriecharme: Die Crepe City Sneakermesse

Sneaker diversity meets industrial charm: the Crepe City sneaker trade fair was a huge success.

Der globale Sneaker-Markt wächst rasant und hat längst die 90-Milliarden-Dollar-Grenze überschritten. Sneaker sind nicht mehr nur Sportschuhe, sondern begehrte Sammel- und Lifestyle-Objekte. Limitierte Editionen, Kollaborationen und rare Vintage-Modelle erzielen teils hohe Wiederverkaufswerte, während sich parallel zu einem preisbewussten Mainstream eine leidenschaftliche Community von Sammlerinnen und Sammlern entwickelt hat, die bereit ist, für besondere Stücke deutlich mehr zu investieren.

In dieser dynamischen Szene spielt die Motorworld Köln eine überraschend natürliche Rolle. Die traditionsreiche Location, bekannt für Automobile, Industriearchitektur und Lifestyle-Events, hat sich in den letzten Jahren zu einem vielseitigen Treffpunkt für unterschiedlichste Subkulturen entwickelt. Das zeigte sich eindrucksvoll am 15. November 2025, als das Crepe City Sneaker Festival die historischen Hallen des Butzweilerhofs in ein urbanes Community-Event verwandelte.

The global sneaker market is growing rapidly and has long since surpassed the 90-billion-dollar mark. Sneakers are no longer just sports shoes but are coveted collectors' items and lifestyle objects. Limited editions, collaborations and rare vintage models sometimes achieve high resale values while, parallel to a price-conscious mainstream, a passionate collector community has evolved that is prepared to pay significantly more for special items.

Motorworld Köln plays a surprisingly natural role in this dynamic scene. The traditional location, renowned for automobiles, industrial architecture and lifestyle events, has developed in recent years into a multifaceted meeting place for all kinds of subcultures. This was impressively demonstrated on 15 November 2025 when the Crepe City Sneaker Festival transformed the historic halls of the Butzweilerhof into an urban community event.



Bereits zum Early Access bildeten sich lange Schlangen vor dem Eingang, denn viele wollten die heißesten Releases und limitierten Stücke sichern. Im Laufe des Tages strömten Sneakerfans, Sammler, Reseller und Streetwear-Liebhaber in die weitläufigen Räume und sorgten für eine atmosphärische Mischung aus Marktplatz, Szene-Treffpunkt und Modefestival.

Händler aus ganz Europa präsentierten ikonische Klassiker, streng limitierte Drops und neue Streetwear-Labels. Ergänzt wurde das Angebot durch DJs, Streetfood und kreative Stände rund um Pflege, Customizing und Authentizität – ein lebendiges Abbild moderner Sneakerkultur.

Das Crepe City Sneaker Festival zeigte damit eindrucksvoll, wie organisch die Motorworld Köln automobile Tradition mit zeitgenössischer Jugend- und Popkultur verbindet und zu einem der spannendsten Trend-Hubs der Region geworden ist.

Long queues formed at the early access entrance with visitors looking to secure the hottest releases and limited edition pieces. Over the course of the day, sneaker fans, collectors, resellers and streetwear fans flocked to the spacious rooms, creating an atmospheric mix of a marketplace, trendy meeting point and fashion festival.

Retailers from all over Europe presented iconic classics, strictly limited drops and new streetwear labels, while DJs, street food and creative stands dedicated to care products, customising and authenticity served as a vibrant reflection of the modern sneaker culture.

The Crepe City Sneaker Festival thus impressively demonstrated how organically Motorworld Köln combines automotive tradition with contemporary youth and pop culture and has become one of the region's most exciting trend hubs.

AUDI CONCEPT C



London, Piccadilly Circus – ein Ort, der in seiner ikonischen Mischung aus urbaner Wucht, globalem Puls und nächtlicher Neon-Poesie seit jeher als Bühne für Momente dient, die größer sind als der Augenblick. Für Audi war dies die perfekte Kulisse, um ein Automobil zu enthüllen, das nicht nur ein Konzeptfahrzeug ist, sondern ein strategischer Blick in die Zukunft der Marke: den Audi Concept C. Ein Roadster, der gleichermaßen Vision, Versprechen und Neubeginn verkörpert – und der bei seinem UK-Debüt unmissverständlich zeigte, dass bei Audi aktuell mehr im Umbruch ist als nur eine Modellgeneration.

London, Piccadilly Circus – a place that, with its iconic blend of urban energy, global pulse, and nocturnal neon poetry, has always served as a stage for moments that are greater than the moment itself. For Audi, this was the perfect backdrop to unveil a car that is not just a concept vehicle, but a strategic glimpse into the future of the brand: the Audi Concept C. A roadster that embodies vision, promise, and a new beginning in equal measure – and which, on its UK debut, made it unmistakably clear that Audi is currently undergoing more than just a model generation change.



Massimo Frascella, der neue Chief Creative Officer der Audi AG, spricht offen von einer „radikalen Einfachheit“. Ein Ausdruck, der im automobilen Kontext oft fälschlich mit Minimalismus verwechselt wird. Doch hier bedeutet er etwas anderes: ein bewusstes, mutiges Herausarbeiten der Essenz. Der Concept C legt genau diese Essenz frei, als sei das Fahrzeug sorgfältig von allem Ballast befreit worden. Was bleibt, wirkt reif, fast selbstverständlich – und doch wie ein großer ästhetischer Sprung.

Mit dem Concept C gibt Audi einen viel konkreteren Ausblick auf seine zukünftige Designsprache, als es Konzeptfahrzeuge in der Regel tun. Die Formensprache zeigt sich überzeugend gereift und gleichermaßen expressiv. Das Fahrzeug steht nicht als futuristische Fantasie im Raum, sondern wie ein Modell, das in wenigen Jahren Realität auf der Straße sein könnte – und wohl auch sein wird.

Die großen Linien des Concept C sind ebenso emotional wie präzise gezogen. Die Silhouette zeigt eine Symbiose aus Kraft und Klarheit. Das Spiel aus harten Kanten und sanften Flächen lässt das Auge über den Wagen gleiten, ohne ins Stolpern zu geraten. Nichts wirkt dekorativ, alles wirkt strukturell begründet.

Diese neue Haltung hat Audi in den vergangenen Monaten angedeutet, doch erst der Concept C gibt ihr eine klare Form. Frascella beschreibt sie als „intuitiv, selbstbewusst und eindeutig Audi“ – ein Anspruch, der bei diesem Roadster von Anfang an sichtbar wird.

Was an der Präsentation in London besonders auffiel, ist die Art, wie offen Audi seine Geschichte als Inspiration nutzt. Die Marke wirkt in diesem Moment fast so, als schaue sie mehr denn je in den Rückspiegel, um mit mehr Tiefe nach vorne beschleunigen zu können.

Massimo Frascella, the new Chief Creative Officer at Audi AG, speaks openly of “radical simplicity.” An expression that is often mistakenly confused with minimalism in the automotive context. But here it means something else: a conscious, courageous distillation of the essence. The Concept C reveals precisely this essence, as if the vehicle had been carefully stripped of all ballast. What remains appears mature, almost self-evident – and yet like a great aesthetic leap forward.

With the Concept C, Audi is giving a much more concrete preview of its future design language than concept cars usually do. The design language appears convincingly mature and equally expressive. The vehicle does not stand in the room as a futuristic fantasy, but as a model that could – and probably will – become a reality on the road in a few years.

The broad lines of the Concept C are as emotional as they are precise. The silhouette shows a symbiosis of power and clarity. The interplay of hard edges and soft surfaces allows the eye to glide over the car without stumbling. Nothing appears decorative; everything appears structurally justified.

Audi has hinted at this new attitude in recent months, but it is the Concept C that gives it clear form. Frascella describes it as “intuitive, self-assured, and unmistakably Audi” – a claim that is evident in this roadster from the outset.

What was particularly striking about the presentation in London was the way Audi openly uses its history as inspiration. At this moment, the brand seems to be looking more than ever in the rearview mirror in order to accelerate forward with greater depth.

DER WINTERDUFT DEINER TRÄUME



GREEN FOREST

MIT KIEFERNDUFT UND WINTERFRISCHE

- Winterscheibenreiniger in bewährter Premiumqualität
- Gebräuchsfertig bis -18 °C zum Einfüllen
- Im 3 l- und 5 l-Gebinde erhältlich



Der legendäre Auto Union Typ C, mit dem die Marke in den 1930er-Jahren Rennsportgeschichte schrieb, stand klar Pate bei einem der wichtigsten Elementen des Concept C: der neugedachten Frontpartie. Die ikonische Singleframe-Grilleinfassung, seit 2004 das Gesicht aller Audi-Modelle, erfährt hier nicht nur eine Evolution – sondern eine Reformation. Die klassische horizontale Betonung weicht einer vertikalen, skulpturalen Rahmenarchitektur. Der Wagen wirkt dadurch zugleich schlanker und kraftvoller, moderner und erwachsener.

Dazu kommen Scheinwerfer, die an technische Kunstwerke erinnern: vier horizontale Leuchtkörper pro Seite, präzise gesetzt wie grafische Elemente, die den Blick des Fahrzeugs definieren. Das Lichtdesign, ein Feld, auf dem Audi seit Jahren eine führende Rolle spielt, wird beim Concept C zur visuellen Signatur eines neuen Zeitalters.

Audi UK-Direktor José Miguel Aparicio fasst die Stimmung des Abends treffend zusammen: London sei eine Stadt der Innovation – und der richtige Ort, um ein Auto wie den Concept C zu präsentieren. Tatsächlich fühlte sich der Abend an wie eine bewusste Verneigung vor der britischen Design- und Kreativszene. Die Entscheidung, das Event im immersiven Raum Below The Lights zu veranstalten, war nicht nur ästhetisch klug, sondern symbolisch sinnvoll.

Die 14 Meter breite LED-Installation des Veranstaltungsortes verstärkte jedes Detail des Concept C – jede Linie, jedes Material, jede Bewegung des Lichts. Während das physische Auto in seiner Ruhe glänzte, pulsierte sein digitales Ebenbild im Hintergrund wie ein Herzschlag. Diese Dualität aus mechanischer Präzision und digitaler Aura war eine der stärksten Botschaften der Präsentation.

Es ist selten, dass das Interieur eines Konzeptfahrzeugs weniger nach Science-Fiction aussieht als das Exterieur. Doch genau diesen Ansatz verfolgt Audi mit dem Concept C. Der Innenraum präsentiert sich nicht als futuristisch verspielter Experimentieraum, sondern als verkürzte Vorwegnahme dessen, was Premiumkunden künftig erwarten dürfen.

Audi setzt auf Materialien mit Tiefe: anodisiertes Aluminium, weich fließende Oberflächen, technische Strukturen, die sich dennoch warm anfühlen. Die Formen sind geometrisch, aber nicht steril. Der Verzicht auf überbordende Displays und digitale Gags wirkt fast revolutionär – gerade in einer Zeit, in der viele Hersteller ihre Cockpits mit gigantischen Screens überfrachten.

Besonders auffällig ist die Rückkehr physischer Bedienelemente. Haptisch, hochwertig, aus Aluminium gefertigt – ein klares Bekenntnis zu menschlicher Interaktion statt reiner Touchscreen-Dominanz. Dieser Ansatz dürfte sowohl Traditionalisten als auch moderne Puristen begeistern.

Dass der Concept C ein Roadster ist, überrascht zunächst nicht – dass er ein Cabrio mit faltbarem Hardtop besitzt, dafür umso mehr. Audi verleiht dem Fahrzeug damit eine klare, architektonische Form, die unabhängig vom Verdeck funktioniert. Geschlossen zeigt er ein kraftvolles Volumen mit bewusst modellierter Dachlinie. Offen entfaltet er Leichtigkeit und Freiheit, wie man sie bei einem Audi dieser Art seit Jahren vermisst hat.

Das Hardtop wirkt wie ein Versprechen: Der Concept C ist nicht nur ein Designstatement – er ist als Auto gedacht, das gefahren werden will.

The legendary Auto Union Type C, with which the brand made racing history in the 1930s, was clearly the inspiration for one of the most important elements of the Concept C: the redesigned front end. The iconic single-frame grille surround, which has been the face of all Audi models since 2004, has not only undergone an evolution here – but a reformation. The classic horizontal emphasis gives way to a vertical, sculptural frame architecture. This makes the car appear both sleeker and more powerful, more modern and more mature.

Added to this are headlights reminiscent of technical works of art: four horizontal light elements on each side, precisely positioned like graphic elements that define the vehicle's look. Lighting design, a field in which Audi has played a leading role for years, becomes the visual signature of a new era in the Concept C.

Audi UK Director José Miguel Aparicio aptly sums up the mood of the evening: London is a city of innovation – and the right place to present a car like the Concept C. In fact, the evening felt like a conscious nod to the British design and creative scene. The decision to hold the event in the immersive space Below The Lights was not only aesthetically clever, but also symbolically meaningful.

The venue's 14-meter-wide LED installation amplified every detail of the Concept C – every line, every material, every movement of light. While the physical car shone in its tranquility, its digital counterpart pulsed in the background like a heartbeat. This duality of mechanical precision and digital aura was one of the strongest messages of the presentation.

It is rare for the interior of a concept car to look less like science fiction than the exterior. But this is precisely the approach Audi has taken with the Concept C. The interior is not presented as a futuristic, playful experimental space, but as a condensed preview of what premium customers can expect in the future.

Audi focuses on materials with depth: anodized aluminum, soft flowing surfaces, technical structures that still feel warm. The shapes are geometric, but not sterile. The absence of excessive displays and digital gimmicks seems almost revolutionary – especially at a time when many manufacturers are overloading their cockpits with gigantic screens.

Particularly striking is the return of physical controls. Haptic, high-quality, made of aluminum – a clear commitment to human interaction instead of pure touchscreen dominance. This approach is likely to delight both traditionalists and modern purists.

The fact that the Concept C is a roadster is not surprising at first glance – but the fact that it has a convertible with a foldable hardtop is all the more surprising. Audi has given the vehicle a clear, architectural form that works independently of the soft top. When closed, it displays a powerful volume with a deliberately sculpted roof line. When open, it exudes a sense of lightness and freedom that has been missing from Audis of this type for years.

The hardtop seems like a promise: the Concept C is not just a design statement – it is intended as a car that wants to be driven.



Audi befindet sich mitten in einer der größten Modelloffensiven seiner Geschichte. Bis 2027 soll in jedem Kernsegment ein Elektrofahrzeug stehen. Gleichzeitig arbeitet die Marke weiter an hocheffizienten Verbrennern – ein dualer Weg, der von Kontinuität und Experimentierfreude geprägt ist. Der Concept C ist in diesem Kontext kein Randprojekt. Er ist eine Art „Startsignal“, ein sichtbarer Marker, der die Richtung vorgibt: technischer Purismus, visuelle Klarheit, emotionale Architektur. Wer Audi kannte, wird Audi künftig neu kennenlernen müssen.

Audi is in the midst of one of the largest model offensives in its history. By 2027, there will be an electric vehicle in every core segment. At the same time, the brand continues to work on highly efficient combustion engines – a dual approach characterized by continuity and a willingness to experiment. In this context, the Concept C is not a marginal project. It is a kind of “starting signal,” a visible marker that sets the direction: technical purism, visual clarity, emotional architecture. Those who knew Audi will have to get to know Audi anew in the future.



FOTO: Motorworld
 V.l.n.r.: Sarah Dünkel (MOTORWORLD), Ibrahim Chahrour (VIEROL), Andreas Dünkel (MOTORWORLD), Ulf R. Koschig (VIEROL),
 Felix Oberle (MOTORWORLD), Sandra Kieling (MOTORWORLD)

MOTORWORLD Group

Start der Partnerschaft mit VIEROL zu 1. Januar 2026

Mobility connects - season review 2025

Gemeinsame Leidenschaft für Mobilität und automobile Kultur - Start der Partnerschaft zum 1. Januar 2026

Die VIEROL AG und die Motorworld Group geben eine strategische Kooperation bekannt: Zum 1. Januar 2026 wird VIEROL Global Partner der Motorworld Group. Beide Unternehmen verbindet die Leidenschaft für Mobilität, Technik und automobile Kultur. Während die Motorworld an ihren Standorten historische wie moderne Fahrzeugkultur erlebbar macht, sorgt VIEROL für eine zuverlässige Ersatzteilversorgung und technische Kompetenz im automobilen Alltag. Gemeinsam stehen die Partner für Qualität, Innovation und die Förderung einer nachhaltigen Mobilitätskultur - sowohl im klassischen Fahrzeugsegment als auch in modernen Anwendungsbereichen.

Ziel der Kooperation ist es, Synergien konsequent zu nutzen und die jeweiligen Stärken - automobil-kulturelle Erlebniswelten auf der einen, technische Exzellenz und Ersatzteil-Expertise auf der anderen Seite - wirkungsvoll zu verbinden.

„VIEROL passt ideal zu unserer Community aus automobilen Enthusiasten, Händlern, Herstellern und Dienstleistern“, so Felix Oberle, Geschäftsführer der Motorworld Group. „Zusammen schaffen wir in unseren automobilen Erlebniswelten neue Anknüpfungspunkte zwischen Technik und Leidenschaft.“

„Die Partnerschaft bietet uns die ideale Bühne, die Marke VIEROL einem großen, autoaffinen Publikum erlebbar zu machen. Unsere Leidenschaft für individuelle Mobilität und der Begeisterung für Automobiltechnik zeigen wir in der Entwicklung unserer EXPERT KITS+ Reparaturlösungen, die wir in der Erlebniswelt der Motorworld unseren nationalen und internationalen Kunden ideal präsentieren können“, sagt Ulf R. Koschig, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der VIEROL AG.

Die Partnerschaft umfasst unter anderem eine starke Brand Experience an den fünf Motorworld-Standorten Köln, München, Mallorca, Stuttgart und Zürich. Ergänzend dazu plant VIEROL an diesen Standorten verschiedene Kunden- und Community-Events. Ein besonderes Highlight ist die geplante Präsentation des VAICO DTM GT3 Porsche in der Motorworld Mallorca.

„Als mittelständische Familienunternehmen passen VIEROL und die Motorworld hervorragend zueinander“, sagt Andreas Dünkel, Gründer und Vorsitzender der Motorworld Group. „Wir teilen dieselben Werte: unternehmerische Verantwortung über Generationen hinweg, Begeisterung für Mobilität und viel Herzblut für das, was wir tun.“

„Gemeinsam mit der Motorworld verbinden wir technische Exzellenz mit emotionaler Fahrzeugkultur. Die Faszination des Automobils in diesem Umfeld schafft einen besonderen Rahmen für Begegnungen mit Werkstätten und Auto-Enthusiasten“, ergänzt Ibrahim Chahrour, Leiter Marketing & Innovationsmanagement bei VIEROL.

A shared passion for mobility and automotive culture - partnership to begin on 1 January 2026

VIEROL AG and the Motorworld Group announce a strategic cooperation: VIEROL will become a Global Partner of the Motorworld Group on 1 January 2026. Both companies share a passion for mobility, technology and automotive culture. While historical and modern vehicle culture can be experienced at the Motorworld locations, VIEROL ensures a reliable supply of spare parts and technical expertise in everyday automotive life. Together, the partners stand for quality, innovation and the promotion of a sustainable mobility culture - in both the classic vehicle segment and in modern application areas.

The goal of the cooperation is to consistently exploit synergies and effectively combine the companies' respective strengths - automotive-cultural worlds of experiences on the one hand, technical excellence and expertise in replacement parts on the other.

“VIEROL is a perfect fit for our community of automotive enthusiasts, dealers, manufacturers and service providers,” says Felix Oberle, Managing Director of the Motorworld Group. “Together, we are creating new points of contact between technology and passion in our automotive worlds of experiences.”

“The partnership offers us the ideal platform for bringing the VIEROL brand to life for a large, car-savvy audience. We demonstrate our passion for individual mobility and enthusiasm for automotive technology in the development of our EXPERT KITS+ repair solutions, which we can ideally present to our national and international customers at Motorworld’s world of experiences,” explains Ulf R. Koschig, Deputy CEO of VIEROL AG.

Among other aspects, the partnership also encompasses a strong brand experience at the five Motorworld locations in Cologne, Munich, Majorca, Stuttgart and Zurich, where VIEROL is also planning various customer and community events. A special highlight is the scheduled presentation of the VAICO DTM GT3 Porsche at Motorworld Mallorca. “As medium-sized family businesses, VIEROL and Motorworld are a perfect match,” says Andreas Dünkel, founder and CEO of the Motorworld Group. “We share the same values, namely corporate responsibility across the generations, an enthusiasm for mobility and putting our heart and soul into everything we do.”

“Together with Motorworld, we combine technical excellence with emotional vehicle culture. The fascination of automobiles in this environment creates an exceptional setting for encounters with workshops and car enthusiasts,” adds Ibrahim Chahrour, Head of Marketing & Innovation Management at VIEROL.

Begeisterung für Mobilität, die verbindet

Die begeisterte Community wächst! Jeden Tag entdecken mehr Besucher, Gäste und Fahrzeugenthusiasten die Motorworld Mallorca – in der Leidenschaft für Mobilität, Erlebnisse und Events zuhause sind. Ob Klassiker oder Hightech – hier trifft sich, was bewegt.

Herzlich Willkommen

Enthusiasm for mobility that connects

The ardent community is growing! Every day, more and more visitors, guests and vehicle enthusiasts discover Motorworld Mallorca – where passion for mobility, experiences and events are at home. Whether classics or high tech – this is where everything that moves comes together.

Welcome



REKORD 496.22 km/h



Die Zukunft rast – und sie klingt elektrisch. Mit dem U9 Xtreme hat BYDs Luxusmarke YANGWANG das geschafft, was lange als Utopie galt: Sie hat das schnellste Serienauto der Welt auf die Räder gestellt. 496,22 km/h. Eine Zahl, die den Atem stocken lässt und die Vorstellung von Geschwindigkeit neu definiert. Doch dieses Fahrzeug ist weit mehr als eine Rekordmaschine – es ist ein Manifest für die neue Ära nachhaltiger Supersportwagen.

Auf dem Hochgeschwindigkeitskurs im deutschen Papenburg schrieb der U9 Xtreme im September 2025 Geschichte. Mit 308,4 mph übertraf er nicht nur seine eigene elektrische Benchmark, sondern auch die bis dato schnellsten benzinpumpteiligen Hypercars. Damit fällt ein Mythos: dass fossile Brennstoffe das Maß der Dinge für extreme Performance seien. Der U9X beweist, dass sich kompromisslose Geschwindigkeit und null Emissionen nicht ausschließen, sondern gegenseitig beflügeln können.

The future is racing ahead – and it sounds electric. With the U9 Xtreme, BYD's luxury brand YANGWANG has achieved what was long considered utopian: it has put the world's fastest production car on the road. 496.22 km/h. A figure that takes your breath away and redefines the concept of speed. But this vehicle is much more than a record-breaking machine – it is a manifesto for the new era of sustainable supercars.

The U9 Xtreme made history in September 2025 on the high-speed track in Papenburg, Germany. At 308.4 mph, it not only surpassed its own electric benchmark, but also the fastest petrol-powered hypercars to date. This debunks the myth that fossil fuels are the benchmark for extreme performance. The U9X proves that uncompromising speed and zero emissions are not mutually exclusive, but can actually inspire each other.



Der U9 Xtreme ist eine technische Offenbarung. Eine 1200-Volt-Architektur ersetzt die üblichen 800-Volt-Systeme. Vier Hochleistungsmotoren drehen mit bis zu 30.000 Umdrehungen pro Minute und liefern zusammen über 3.000 PS. Dazu kommt BYDs Blade-Batterie in einer Spezialausführung, die mit einer enormen Entladerate für konstante Power sorgt. Abgestimmt auf Rennstreckenniveau, sorgen Semi-Slick-Reifen und ein weiterentwickeltes DiSus-X Fahrwerk für Stabilität, auch wenn sich das Auto jenseits der 400 km/h bewegt. Technisch gleicht der U9X einem Raumschiff auf Rädern – und doch bleibt er ein Serienfahrzeug, zugelassen für die Straße.

Hinter dem Steuer des U9X verwandelt sich jede Fahrt in ein Erlebnis, das an Science Fiction erinnert. Keine Schaltvorgänge, keine Verzögerungen – nur ein permanenter, brachialer Vortrieb. Das leise Surren der Elektromotoren kontrastiert mit der Urgewalt der Beschleunigung. Ein Gefühl, das die Definition von Autofahren auf ein neues Level hebt.

Dabei bleibt der Hypercar-Bolide nicht nur ein Spielzeug für den Asphalt. YANGWANG setzt auch auf ein Fahrwerk, das den U9X sowohl auf Rennstrecken als auch auf Straßen handhabbar macht. Technologie, die im Grenzbereich entwickelt wurde, sorgt für eine unerwartete Alltagstauglichkeit – zumindest für diejenigen, die zu den maximal 30 glücklichen Besitzern gehören werden.

Denn der U9 Xtreme ist kein Massenprodukt, sondern eine Rarität. Gerade einmal 30 Exemplare sollen gebaut werden. Schon der Name spiegelt den Anspruch wider: „Xtreme“ steht für das ultimative Limit, für das, was noch jenseits des Bekannten liegt. Das X symbolisiert das Unbekannte – genau jene Grenze, die der Wagen zu verschieben wagt.

Damit reiht sich der U9X in die Tradition von Sammlerobjekten ein, die nicht nur automobile, sondern auch kulturelle Ikonen werden. Ein Statement für jene, die nicht einfach ein Auto fahren wollen, sondern die Verkörperung technischer Avantgarde besitzen möchten.

The U9 Xtreme is a technical revelation. A 1200-volt architecture replaces the usual 800-volt systems. Four high-performance motors rotate at up to 30,000 revolutions per minute and together deliver over 3,000 hp. Added to this is BYD's specially designed blade battery, which ensures constant power with an enormous discharge rate. Tuned to racetrack level, semi-slick tyres and an advanced DiSus-X chassis ensure stability even when the car is travelling at speeds in excess of 400 km/h.

Technically, the U9X resembles a spaceship on wheels – and yet it remains a production vehicle, approved for road use.

Behind the wheel of the U9X, every journey becomes an experience reminiscent of science fiction. No gear changes, no delays – just permanent, brutal propulsion. The quiet whirring of the electric motors contrasts with the elemental force of the acceleration. A feeling that takes the definition of driving to a new level.

But this hypercar is not just a toy for the asphalt. YANGWANG also relies on a chassis that makes the U9X manageable both on racetracks and on roads. Technology developed at the limits ensures unexpected everyday usability – at least for those who will be among the maximum of 30 lucky owners.

The U9 Xtreme is not a mass-produced product, but a rarity. Only 30 units are to be built. The name itself reflects the claim: 'Xtreme' stands for the ultimate limit, for what lies beyond the known. The X symbolises the unknown – precisely the boundary that the car dares to push.

The U9X thus joins the tradition of collector's items that become not only automotive but also cultural icons. A statement for those who don't just want to drive a car, but want to own the embodiment of technical avant-garde.





Das vielleicht Bemerkenswerteste am U9X ist, dass seine historische Leistung nicht auf fossilen Brennstoffen basiert. Er steht für eine neue Generation von Hypercars, die zeigt, dass elektrischer Antrieb nicht nur eine Alternative, sondern die Zukunft ist. BYD, längst einer der globalen Marktführer im Bereich neuer Energiefahrzeuge, nutzt den U9X als Symbol seiner Philosophie: Innovation, Nachhaltigkeit und Performance in einer noch nie dagewesenen Einheit.

Die Botschaft ist klar: Wer glaubt, dass nachhaltige Mobilität Verzicht bedeutet, wird hier eines Besseren belehrt.

Der U9 Xtreme ist mehr als eine Maschine – er ist ein Lebensgefühl. Ein Symbol für Geschwindigkeit, für Pioniergeist und für die Lust am Unbekannten. Wer ihn fährt, bewegt sich nicht nur physisch schneller, sondern auch kulturell an der Spitze eines Wandels.

In einer Welt, in der Technologie und Nachhaltigkeit immer stärker verschmelzen, ist der U9X ein Vorbote. Er zeigt, dass der Traum von unbegrenzter Geschwindigkeit und ökologischer Verantwortung kein Widerspruch ist, sondern die neue Definition von Luxus.

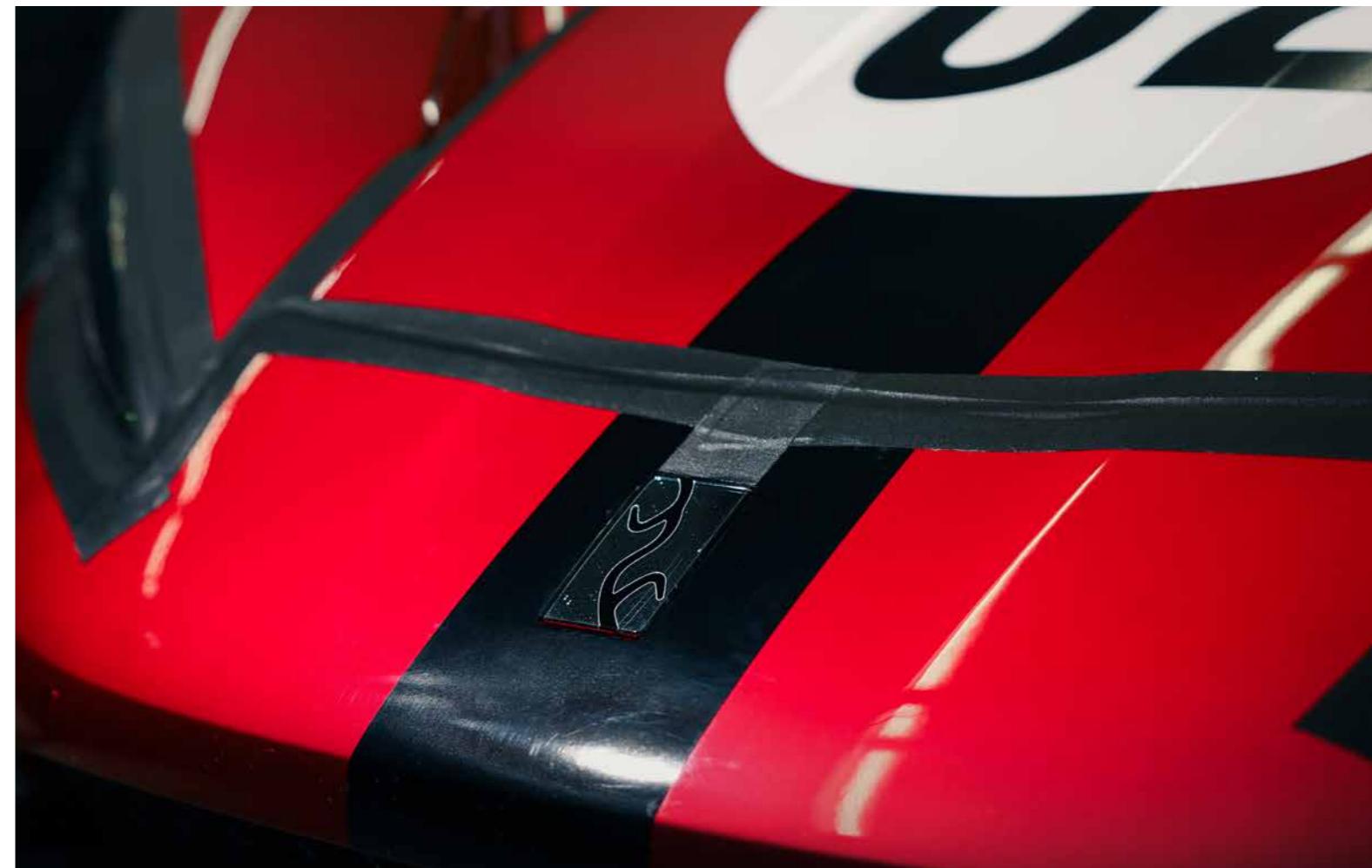
Mit dem U9 Xtreme beginnt ein neues Kapitel in der Geschichte der Mobilität. Er ist nicht einfach nur das schnellste Serienauto der Welt, er ist ein Symbol dafür, dass die Zukunft elektrifiziert ist – und dabei aufregender, schöner und radikaler, als wir es uns je erträumt haben. Wer ihn erlebt, spürt, dass es hier nicht um Kilometer pro Stunde geht, sondern um ein neues Verständnis von Freiheit. Der U9X ist der Beweis: Die Zukunft fährt elektrisch – und sie fährt schneller, als wir es je für möglich hielten.

Perhaps the most remarkable thing about the U9X is that its historic performance is not based on fossil fuels. It represents a new generation of hypercars that shows that electric drive is not just an alternative, but the future. BYD, long one of the global market leaders in new energy vehicles, uses the U9X as a symbol of its philosophy: innovation, sustainability and performance in an unprecedented unity.

The message is clear: anyone who believes that sustainable mobility means sacrifice will be proven wrong here.

The U9 Xtreme is more than a machine – it is a way of life. A symbol of speed, pioneering spirit and the desire for the unknown. Those who drive it are not only moving faster physically, but also culturally at the forefront of change. In a world where technology and sustainability are increasingly merging, the U9X is a harbinger. It shows that the dream of unlimited speed and ecological responsibility is not a contradiction, but the new definition of luxury.

The U9 Xtreme marks the beginning of a new chapter in the history of mobility. It is not just the fastest production car in the world, it is a symbol that the future is electrified – and more exciting, beautiful and radical than we ever dreamed. Those who experience it realise that it is not about kilometres per hour, but about a new understanding of freedom. The U9X is proof that the future is electric – and it's faster than we ever thought possible.



DANKE WALTER RÖHRL!



Manchmal zeigt sich wahre Größe nicht auf der Rennstrecke, sondern in Begegnungen, die leise, menschlich und besonders sind – so wie kürzlich bei Walter Röhrls Besuch bei Tobi.

Es war ein besonderer Besuch, der viel bedeutete: Walter Röhrl fuhr mehrere hundert Kilometer Umweg, verbrachte Stunden unterwegs und füllte einen Abend im November mit Geschichten, die den Alltag eines jungen Mannes bereicherten. Tobi, 32 Jahre alt, kämpft seit dem Ausbruch von ALS mit einem aggressiven Verlauf. Er ist Automobilenthusiast und großer Fan von Walter Röhrl. Durch die Freundschaft und den Kontakt zwischen Andreas Dünkel und Walter Röhrl kam ein außergewöhnlicher Abend zustande. Denn als Röhrl von Tobi erfuhr, war es nur noch eine Frage der Zeit, bis sich ein passender Termin fand.

Mit ruhigem Humor und seiner typischen, charismatischen Präsenz zeigte Röhrl, dass selbst eine von Krankheit geprägte Situation Momente der Freude, des Staunens und des Lachens zulassen kann. Er erzählte außergewöhnliche Geschichten von Fahrzeugen, Strategien, spektakulären Rennen und privaten Anekdoten. Ein unvergesslicher Abend, der bleibende Erinnerungen hinterlässt: Ein Austausch, der mehr war als ein Besuch. Ein Zeichen dafür, dass Nähe, Geschichten und menschliche Wärme selbst in schweren Zeiten große Wirkung entfalten können. Walter Röhrl ist nicht nur einer der Besten, er ist zweifellos einer der beeindruckendsten Rennfahrer aller Zeiten.

Vielen herzlichen Dank, lieber Walter Röhrl, für Ihren Besuch bei Tobi!

Walter Röhrl zählt zu den erfolgreichsten Rallye- und Rennfahrern Deutschlands und setzte Maßstäbe: Er gewann die Rallye-Weltmeisterschaft zweimal und verfeinerte dabei die Kunst des Fahrens bis zur Perfektion. Mit außergewöhnlicher Fahrzeugbeherrschung, analytischem Talent und ruhiger Entschlossenheit führte er Teams wie Opel, Fiat, Porsche und Audi zu spektakulären Erfolgen. Sein Fahrstil zeichnet sich durch eine kontrollierte Linie, solides Risikomanagement und eine nüchterne Analyse auch in Drucksituationen aus. Röhrl gilt als einer der intelligentesten und ergebnisorientiertesten Fahrer seiner Generation. Seine Karriere steht sowohl für seine Siege als auch für seine technische Brillanz und seinen teamorientierten Führungsstil. Bis heute ist Röhrl gefragter Motorsport- und Automobilexperte.

Sometimes true greatness is not demonstrated on the racetrack, but in encounters that are quiet, human, and special—as was recently the case when Walter Röhrl visited Tobi.

It was a special visit that meant a lot: Walter Röhrl drove several hundred kilometers out of his way, spent hours on the road, and filled an evening in November with stories that enriched the everyday life of a young man. Tobi, 32, has been battling an aggressive form of ALS since its onset. He is a car enthusiast and a big fan of Walter Röhrl. The friendship and contact between Andreas Dünkel and Walter Röhrl made this extraordinary evening possible. When Röhrl heard about Tobi, it was only a matter of time before a suitable date was found.

With quiet humor and his typical charismatic presence, Röhrl showed that even a situation marked by illness can allow for moments of joy, wonder, and laughter. He told extraordinary stories about vehicles, strategies, spectacular races, and private anecdotes. It was an unforgettable evening that left lasting memories: an exchange that was more than just a visit. A sign that closeness, stories, and human warmth can have a great impact even in difficult times. Walter Röhrl is not only one of the best, he is undoubtedly one of the most impressive racing drivers of all time.

Thank you very much, dear Walter Röhrl, for visiting Tobi!

Walter Röhrl is one of Germany's most successful rally and racing drivers and set new standards: he won the World Rally Championship twice, refining the art of driving to perfection. With exceptional vehicle control, analytical talent, and calm determination, he led teams such as Opel, Fiat, Porsche, and Audi to spectacular successes. His driving style is characterized by controlled lines, solid risk management, and sober analysis, even in high-pressure situations. Röhrl is considered one of the most intelligent and results-oriented drivers of his generation. His career stands for his victories as well as his technical brilliance and team-oriented leadership style. To this day, Röhrl remains a sought-after motorsport and automotive expert.

NEU IM GYMKHANA UNIVERSUM



Es gibt Autos, die nicht gebaut werden, um Straßen zu befahren. Sie entstehen, um Gesetze zu brechen. Um Regeln zu ignorieren, die andere befolgen. Um Grenzen zu überschreiten, die niemand sonst berührt. Der neue Subaru Brataroo 9500 Turbo gehört genau in diese Kategorie – ein Maschinenwesen, das nicht fragt, ob es darf, sondern voraussetzt, dass man es nicht aufhalten kann. Ein Auto, das Gymkhana nicht nur fortsetzt, sondern neu definiert.

Mitten im Lärm der SEMA Show in Las Vegas enthüllten Hoonigan und Subaru Motorsports USA die neueste Hauptfigur ihrer global gefeierten Videosaga. Ein 1978er Subaru BRAT, der so radikal transformiert wurde, dass er eigentlich eine neue Spezies darstellt. Der Name „Brataroo“ klingt wie ein Schrei aus der Werkstatt eines verrückten Ingenieurs – und genau so fährt er auch. Für Travis Pastrana ist es bereits das dritte maßgeschneiderte Gymkhana-Fahrzeug seiner Karriere, aber nie zuvor war die Bühne so groß, die Ambition so hoch, die Maschine so unverschämt.

There are cars that aren't built to drive on roads. They are created to break the rules. To ignore rules that others obey. To cross boundaries that no one else touches. The new Subaru Brataroo 9500 Turbo fits squarely into this category – a machine that doesn't ask if it can, but assumes that nothing can stop it. A car that not only continues Gymkhana, but redefines it.

Amidst the noise of the SEMA Show in Las Vegas, Hoonigan and Subaru Motorsports USA unveiled the latest star of their globally acclaimed video saga. A 1978 Subaru BRAT that has been so radically transformed that it actually represents a new species. The name "Brataroo" sounds like a cry from the workshop of a mad engineer – and that's exactly how it drives. For Travis Pastrana, it's already the third custom-built Gymkhana vehicle of his career, but never before has the stage been so big, the ambition so high, the machine so outrageous.



Denn diesmal führt der Weg nach Australien – dorthin, wo der Begriff „hoon“ geboren wurde, wo Asphalt und Staub seit Jahrzehnten ein eigenes Vokabular entwickeln. Pastrana wird mit dem Brataroo nicht nur Straßen zerreissen, sondern Wahrzeichen. Der Film verspricht eine Hommage an das Chaos, ein choreografiertes Inferno aus Drift, Flug, Rauch und Geschwindigkeit.

Der Brataroo selbst wirkt wie ein Relikt und ein Raumschiff zugleich. Sein Herz schlägt in Form eines 2,0-Liter-Boxermotors, der auf über 9.500 Umdrehungen brüllt, Flammen spuckt und eine Leistung von 670 PS erzeugt – ein Wert, der in einem Fahrzeug dieser Größe fast absurd wirkt. Doch Absurdität ist hier Konzept. Denn dieser Gymkhana-BRAT will nicht nur querstehen, er will fliegen. Er will sich in die Luft katapultieren, als sei der Boden lediglich eine Startbahn. Subaru und Vermont SportsCar haben den Motor und das Chassis so entwickelt, dass der Brataroo Spaß an der Schwerelosigkeit hat – eine Maschine, die im freien Fall ebenso stabil wirkt wie auf dem Asphalt.

Die Karosserie, komplett aus Carbon gefertigt, trägt die kantige Silhouette des historischen BRAT wie eine Erinnerung, die man bewusst nicht löschen wollte. Designer Khyzyl Saleem hat die Ikone jedoch vermessen, verzerrt, verbreitert und modernisiert, bis ein Fahrzeug entstand, das aussieht wie ein digitaler Entwurf, der versehentlich real wurde. Die Livery mit Outback-Farben, Kängurus und Retro-Branding sorgt dafür, dass der Brataroo nie vergisst, wo diese Gymkhana-Episode spielt – und wem sie gewidmet ist.

Das vielleicht radikalste Element jedoch: die aktiven Aerodynamiksysteme. Verstellbare Louvers an den Kotflügeln, die im Flug die Balance kontrollieren. Ein Heckflügel, dessen Fläche wächst, wenn er sich ausklappt – ein mechanisches Kunstwerk, das aussieht wie ein Transformer-Moment in Zeitlupe. Diese Technik ist kein Gimmick. Sie ist Überlebensstrategie. In Gymkhana zählt jeder Winkel, jede Millisekunde. Wer fliegt, muss lenken können, auch wenn der Boden drei Meter unter einem liegt.

This time, the journey takes us to Australia – the birthplace of the term “hoon,” where asphalt and dust have developed their own vocabulary over decades. With the Brataroo, Pastrana will not only tear up roads, but landmarks. The film promises to be an homage to chaos, a choreographed inferno of drifting, flying, smoke, and speed.

The Brataroo itself looks like a relic and a spaceship at the same time. Its heart beats in the form of a 2.0-liter boxer engine that roars at over 9,500 rpm, spits flames, and generates 670 hp – a figure that seems almost absurd in a vehicle of this size. But absurdity is the concept here. Because this Gymkhana BRAT doesn't just want to skid sideways, it wants to fly. It wants to catapult itself into the air as if the ground were merely a runway. Subaru and Vermont SportsCar have developed the engine and chassis in such a way that the Brataroo enjoys weightlessness – a machine that appears just as stable in free fall as it does on asphalt.

The body, made entirely of carbon fiber, bears the angular silhouette of the historic BRAT like a memory that was deliberately left untouched. However, designer Khyzyl Saleem measured, distorted, widened, and modernized the icon until he created a vehicle that looks like a digital design that accidentally became real. The livery with outback colors, kangaroos, and retro branding ensures that the Brataroo never forgets where this Gymkhana episode is set – and to whom it is dedicated.

Perhaps the most radical element, however, is the active aerodynamic systems. Adjustable louvers on the fenders control balance in flight. A rear wing whose surface area increases when it folds out – a mechanical work of art that looks like a slow-motion Transformer moment. This technology is not a gimmick. It is a survival strategy. In Gymkhana, every angle and every millisecond counts. If you fly, you have to be able to steer, even when the ground is three meters below you.

MOTORWORLD

MALLORCA



**SUPERCARS
CLASSIC CARS
RESTAURANTS
EVENT-AREAS
CONFERENCE
GLASS BOXES FOR CARS**



MOBILE LEIDENSCHAFT + EVENTLOCATION

MOTORWORLD MALLORCA OFFICE:
+ 34 971 599 449
mallorca@motorworld.de



MOTORWORLD MALLORCA EVENTS:
+ 34 677 344 508
events-mallorca@motorworld.de



www.motorworld.de/mallorca/

Im Innenraum treffen Vergangenheit und Performance-Moderne aufeinander. Ein Carbon-Dashboard trägt Holzmaserungen aus Flachs, die an den ursprünglichen BRAT erinnern. Alte Radios und neu interpretierte Bedienelemente verschmelzen mit Technik, die selbst in Rallycross-Fahrzeugen selten ist. Der Brataroo ist ein Ort, an dem Nostalgie nicht bremst, sondern antreibt.

Travis Pastrana sagt, der Wagen sei „unhinged – in the best way possible“. Und man glaubt es ihm. Denn dieser Subaru ist nicht einfach ein weiteres Gymkhana-Fahrzeug. Er ist eine Kampfansage. Ein Statement, dass die Serie nach der Ära Ken Block nicht nur weiterlebt, sondern sich neu erfindet – mit Respekt, aber ohne Angst.

Im Dezember wird die neue Episode „Aussie Shred“ auf dem Hoonigan-Kanal erscheinen. Wenn der Brataroo dann mit 9.500 U/min über australischen Asphalt brüllt, wird eines klar sein: Gymkhana ist nicht zurück. Es war nie weg. Nur jetzt ist es lauter.

The interior is a meeting point between the past and modern performance. A carbon dashboard features wood grain from flax, reminiscent of the original BRAT. Old radios and reinterpreted controls merge with technology that is rare even in rallycross vehicles. The Brataroo is a place where nostalgia doesn't slow you down, it drives you forward.

Travis Pastrana says the car is “unhinged – in the best way possible.” And you believe him. Because this Subaru isn't just another Gymkhana vehicle. It's a declaration of war. A statement that the series is not only continuing after the Ken Block era, but reinventing itself – with respect, but without fear.

The new episode, “Aussie Shred,” will be released on the Hoonigan channel in December. When the Brataroo roars across Australian asphalt at 9,500 rpm, one thing will be clear: Gymkhana isn't back. It never went away. It's just louder now.



AUCTION: GORDON MURRAY





Es gibt Ereignisse, die nicht einfach den automobilen Markt erschüttern, sondern seine Koordinaten verschieben. Der Verkauf des Gordon Murray S1 LM für 20,63 Millionen Dollar in Las Vegas gehört in diese Kategorie. Er ist mehr als eine Zahl, mehr als ein rekordsattes Schlaglicht auf einer Luxusgala während des Formel-1-Wochenendes. Dieser Moment markiert eine tektonische Verschiebung. Eine Wiedererinnerung an das, was Automobilbau im Kern sein kann – Kunstwerk, Ingenieursmanifest, Objekt einer Sehnsucht, die jenseits von Zweck und Transport beginnt und endet.

Doch die Geschichte beginnt nicht im Auktionssaal. Sie beginnt in der Luft.

Als der S1 LM an diesem Abend in Nevada unter einem Helikopter herabglitt, langsam, kontrolliert, fast sakral, hatte das etwas von einer Offenbarung. Ein Auto, das wie ein Artefakt aus einer anderen Zeit wirkte – nicht futuristisch, nicht nostalgisch, sondern absolut konsequent in seinem Anspruch, perfekt zu sein. Die Szene vor dem Wynn Las Vegas sprach für sich: Eine Maschine, so leicht gebaut und so präzise geformt, dass sie selbst an Drähten schwebend eine unwirkliche Eleganz ausstrahlte. Ein Auto als Inszenierung – aber eine Inszenierung, die den Kern seiner Existenz erklärt: Exklusivität, Konzentration, Wahrheit.

There are events that don't just shake up the automotive market, they shift its coordinates. The sale of the Gordon Murray S1 LM for \$20.63 million in Las Vegas falls into this category. It is more than a number, more than a record-breaking highlight at a luxury gala during the Formula 1 weekend. This moment marks a tectonic shift. A reminder of what automotive engineering can be at its core – a work of art, an engineering manifesto, an object of desire that begins and ends beyond purpose and transportation.

But the story doesn't begin in the auction room. It begins in the air.

As the S1 LM glided down from a helicopter that evening in Nevada, slowly, controlled, almost sacred, it was something of a revelation. A car that looked like an artifact from another time – not futuristic, not nostalgic, but absolutely consistent in its claim to be perfect. The scene in front of the Wynn Las Vegas spoke for itself: a machine so lightly built and so precisely shaped that even suspended on wires, it radiated an unreal elegance. A car as a stage production – but a stage production that explains the core of its existence: exclusivity, concentration, truth.





Der Kampf der Bieter, der wenige Minuten später entbrannte, war laut, aber zugleich ein Echo jener Stille, die hochpreisige Objekte umgibt. Es war nicht nur das letzte Chassis der Fünfer-Serie, nicht nur ein Neuwagen, sondern ein Stück Zukunft, das in diesem Moment seine Richtung festlegte. Mit dem Hammer fiel auch eine Erkenntnis: Die Welt der Sammler hat einen neuen Fixpunkt. Der teuerste Neuwagen, der je bei einer Auktion verkauft wurde – und dafür musste es kein historischer Rennwagen, kein Kunstprojekt, keine Charity-Auktion sein. Es reichte ein Auto, das Rückgrat und Vision besitzt.

Dass dieses Rückgrat Gordon Murray heißt, macht die Geschichte noch dichter. Murray, der Ingenieur, Konstrukteur, Regisseur eines halben Jahrhunderts Motorsportgeschichte, hat mit dem S1 LM nicht einfach ein Auto gebaut. Er hat Essenz definiert. In seinen Worten klingt eine Demut, die fast im Widerspruch zur Wucht dieses Moments steht: „Der S1 LM repräsentiert alles, was ich gelernt habe.“ Wenn jemand, der McLaren F1, Brabham, T-50 und T-33 verantwortet hat, solche Sätze sagt, muss man genauer hinhören. Denn der S1 LM ist mehr als die Summe seiner Spezifikationen – er ist ein Destillat.

Die Maschine selbst wirkt wie ein Stück mechanischer Poesie. Ein V12 mit 4,3 Litern Hubraum, der 720 PS bei 12.100 Umdrehungen pro Minute erzeugt – eine Drehzahl, die eher an Superbikes als an Straßenfahrzeuge erinnert. Ein neues Schaltgetriebe, bewusst manuell, bewusst analog, bewusst roh. Ein Fahrwerk, das Rennsport atmet, aber Straßenrealität nicht negiert. Eine Karosserie aus carbonfaserverstärkter Leichtigkeit, geformt, als habe jemand den Begriff „Effizienz“ mit der Hand gezeichnet. Der Innenraum: polierter, nackter Carbon, als sei das Auto zwar Kunst, aber nicht Dekoration. Murray spricht von „Engineering Art“, und selten passte dieser Begriff so präzise.

Die Designer des S1 LM verneigen sich unverkennbar vor den Linien des McLaren F1 GTR, jener Legende von 1995, die Le Mans nicht nur gewann, sondern Historie überschrieben hat. Doch die Verneigung ist kein Zitat – sie ist eine Haltung. Die Linie, der Schwung, die Spannung im Profil sind keine Retro-Gesten, sondern Weiterführungen eines Gedankens, der sich seit drei Jahrzehnten hält: Leichtigkeit ist Wahrheit. Funktion ist Schönheit.

Diese Schönheit, so teuer sie auch ist, bleibt selten. Nur fünf Exemplare, alle von einem einzigen Sammler erworben. Der Wagen, der in Las Vegas unter dem Helikopter erschien, war das letzte verfügbare Chassis. Es ist nicht bekannt, wer die anderen vier erhielt, und das trägt zur Magie bei. So entsteht nicht einfach Exklusivität, sondern Mythos.

The bidding war that erupted a few minutes later was loud, but at the same time an echo of the silence that surrounds high-priced objects. It was not only the last chassis of the five-series, not only a new car, but a piece of the future that was setting its course at that moment. With the hammer fell, so did a realization: the world of collectors has a new fixed point. The most expensive new car ever sold at auction – and it didn't have to be a historic race car, an art project, or a charity auction. All it took was a car with backbone and vision.

The fact that this backbone is called Gordon Murray makes the story even more compelling. Murray, the engineer, designer, and director of half a century of motorsport history, didn't just build a car with the S1 LM. He defined its essence. His words convey a humility that almost contradicts the power of this moment: "The S1 LM represents everything I have learned." When someone who was responsible for the McLaren F1, Brabham, T-50, and T-33 says such things, you have to listen more closely. Because the S1 LM is more than the sum of its specifications—it is a distillation.

The machine itself is like a piece of mechanical poetry. A 4.3-liter V12 that produces 720 hp at 12,100 rpm – a speed more reminiscent of superbikes than road vehicles. A new manual transmission, deliberately manual, deliberately analog, deliberately raw. A chassis that breathes racing but doesn't negate the reality of the road. A body made of carbon fiber-reinforced lightness, shaped as if someone had drawn the term "efficiency" by hand. The interior: polished, bare carbon, as if the car were art, but not decoration. Murray speaks of "engineering art," and rarely has this term been so apt.

The designers of the S1 LM unmistakably pay homage to the lines of the McLaren F1 GTR, that legend from 1995 that not only won Le Mans but rewrote history. But the homage is not a quotation—it is an attitude. The lines, the sweep, the tension in the profile are not retro gestures, but continuations of an idea that has held true for three decades: lightness is truth. Function is beauty.

This beauty, as expensive as it is, remains rare. Only five examples, all purchased by a single collector. The car that appeared under the helicopter in Las Vegas was the last available chassis. It is not known who will receive the other four, and that adds to the magic. This creates not just exclusivity, but myth.



Doch die wahre Exklusivität beginnt erst nach dem Kauf. Denn der Käufer erhält keinen fertigen Gegenstand, sondern eine Einladung. Er wird persönlich mit Gordon Murray die Spezifikationen seines Fahrzeugs definieren. Er wird mit Dario Franchitti, viermaliger IndyCar-Champion, Testfahrten absolvieren und sein Gefühl ins Engineering rückkoppeln. Er wird das Team treffen, das das Auto baut – die Menschen, die nicht nur schweißen, laminieren, formen, sondern auch träumen. Und er erhält ein 500-seitiges Buch, eine Monografie, die den kreativen Prozess dokumentiert – mit Skizzen aus Murrays Notizbuch. Automobilherstellung als intime Beziehung. Vielleicht ist das der wahre Grund, warum dieses Auto so viel wert ist. Nicht wegen der Zahl. Nicht wegen des Helikopters. Nicht wegen des Ortes und nicht einmal wegen des Namens. Sondern weil der S1 LM ein seltener Moment ist, in dem Automobilbau wieder das wird, was ihn groß gemacht hat: die Verbindung von menschlicher Vision und mechanischer Vollendung. Es gibt Supercars, Hypercars, Track-Only-Machines. Aber es gibt nur wenige Autos, die den Mut besitzen, nicht schneller, sondern reiner sein zu wollen. Der S1 LM gehört in diese Kategorie. Er ist „The Special One“, wie Murray ihn nennt, und das ist nicht Marketing – es ist eine Selbsterklärung. Ein Auto, das nicht versucht, die Zukunft zu imitieren, sondern seine eigene zu erschaffen. Die Rekordsumme, die es erzielt hat, ist deshalb nicht das Ende der Geschichte. Es ist der Anfang. Ein Anfang, der nicht in der Luft schwebt, sondern auf einem Fundament steht, das über Jahrzehnte gewachsen ist: Präzision, Passion und die Weigerung, Kompromisse zu akzeptieren.

But the real exclusivity begins after the purchase. Because the buyer does not receive a finished product, but an invitation. He will personally define the specifications of his vehicle with Gordon Murray. He will complete test drives with Dario Franchitti, four-time IndyCar champion, and provide feedback on his impressions to the engineering team. They will meet the team that builds the car – the people who not only weld, laminate, and shape, but also dream. And they will receive a 500-page book, a monograph documenting the creative process – with sketches from Murray's notebook. Automobile manufacturing as an intimate relationship.

Perhaps that is the real reason why this car is worth so much. Not because of the number. Not because of the helicopter. Not because of the location and not even because of the name. But because the S1 LM is a rare moment in which automobile manufacturing returns to what made it great: the combination of human vision and mechanical perfection. There are supercars, hypercars, track-only machines. But there are only a few cars that have the courage to want to be not faster, but purer. The S1 LM belongs in this category. It is "The Special One," as Murray calls it, and that's not marketing – it's a self-declaration. A car that doesn't try to imitate the future, but to create its own.

The record sum it achieved is therefore not the end of the story. It is the beginning. A beginning that does not float in the air, but stands on a foundation that has grown over decades: precision, passion, and the refusal to accept compromises.

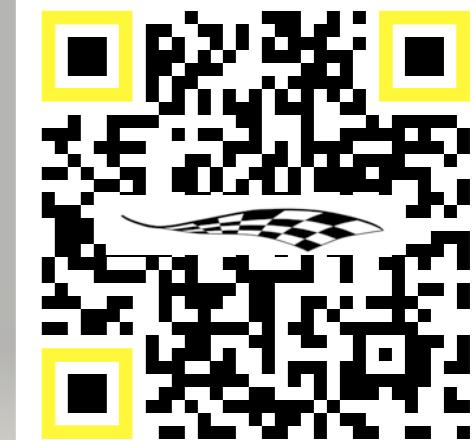
MOTORWORLD

G R O U P



EVENTS+ VERANSTALTUNGEN

2025/2026



<https://motorworld.de/events/>

KALENDER - CALENDAR - TIMETABLE

STUTTGART KÖLN MÜNCHEN BERLIN RÜSSELSHEIM HERREN METZINGEN LUXEMBOURG ZÜRICH MALLORCA BULGARIA

MOBILITY SPEED LIFESTYLE

Allianz

SONAX®

DEKRA

VIEROL

IWC

SCHAFFHAUSEN

Daunaus

FIVA

YOUNG TIMER AUSSTELLUNG

Youngtimer sind keine Autos. Sie sind Erinnerungen, die sich in Metall gegossen haben. Sie tragen die Patina der Jahre wie andere Menschen Sommersprossen: beiläufig, selbstverständlich, unwiederholbar. Man begegnet ihnen nicht wie technischen Objekten, sondern wie alten Freunden, die plötzlich wieder vor einem stehen, als wäre nie etwas gewesen. Vielleicht ist es genau das, was diese Fahrzeuge so besonders macht – ihre Fähigkeit, die Vergangenheit nicht zu archivieren, sondern sie wieder auf die Straße zu bringen.

Youngtimers are not cars. They are memories cast in metal. They bear the patina of the years like other people bear freckles: casually, naturally, irreplaceably. You don't encounter them as technical objects, but as old friends who suddenly reappear before you as if nothing had ever happened. Perhaps that is precisely what makes these vehicles so special—their ability not to archive the past, but to bring it back onto the road.





Es gibt eine ganze Generation, die sich zwischen Kassetten und Klapphandys bewegt hat, für die ein Auto noch ein eigener Kosmos war. Kein digitaler Assistent, kein Algorithmus im Hintergrund, der lernte, was man mochte. Ein Youngtimer war direkter. Ehrlicher. Er vibrierte im Lenkrad, er roch nach Kunstleder, Benzin und Sommerhitze. Es waren Fahrzeuge, die man spürte, bevor man sie verstand. Und vielleicht versteht man sie deshalb heute noch besser.

Wer heute in ein Auto der Neunziger oder frühen Zweitausender steigt, betritt eine Welt, die sich ihrer eigenen Ästhetik sicher war. Das Klicken der Schalter, das gedämpfte Leuchten der Armaturen, die kantigen Linien, die nicht aus Windkanälen geboren wurden, sondern aus Entwurfstischen und Bauchgefühl. Es war eine Zeit, in der Design noch Persönlichkeiten formte und nicht Zielgruppen. In der keine Software entschied, wie ein Auto zu sein hatte. Was blieb, ist ein Charakter, den man fühlen kann, ohne ihn definieren zu müssen.

Youngtimer tragen dieses Gefühl wie eine Handschrift. Ein alter SLK, der seine Hardtop-Silhouette wie ein eingebürgtes Schulterzucken trägt. Ein AMG aus den frühen 2000ern, der im Stand schon mehr Selbstbewusstsein ausstrahlt als viele heutige Sportwagen in voller Fahrt. Oder ein kompakter Stadtswagen, dessen Rundungen und Farben die Leichtigkeit einer Zeit bewahren, die nicht ständig nach Effizienz fragte. Diese Autos waren Statements – nicht, weil sie laut waren, sondern weil sie selbstverständlich waren.

Es ist auch die kulturelle Welt, die sie begleiten. Die Mode jener Zeit, wild und gleichzeitig präzise. Jeans mit zu viel Stoff, Sonnenbrillen ohne Ironie, Farben, die man heute kaum glauben würde. Musik, die aus Radios klang, die man noch physisch einschaltete. Man fuhr nicht nur, man lebte im Auto. Stundenlange Fahrten ohne Navigation, nur mit Intuition und dem Gefühl, irgendwo würde der richtige Weg schon auftauchen. Youngtimer erinnern an diese Freiheit, an eine Mobilität, die keine Push-Nachrichten kannte.

Was an ihnen fasziniert, ist nicht Perfektion. Es sind die kleinen Unvollkommenheiten. Der leicht vibrierende Spiegel bei 140. Der Sitz, der einen an eine vergangene Körperhaltung erinnert. Das Radio, das manchmal knistert. Und dennoch: Genau in dieser Unvollkommenheit liegt ein Wert, den moderne Automobile kaum mehr erzeugen. Die Mechanik war spürbar. Die Entscheidung für oder gegen eine Kurve war nicht das Resultat eines Sensorpaket, sondern einer Handbewegung. Der Youngtimer verlangt nicht, dass man ihn versteht. Er verlangt, dass man ihn fährt. Vielleicht ist das der Grund, warum Ausstellungen und Treffen, die sich diesen Fahrzeugen widmen, so anders wirken. Man hat nicht das Gefühl, man besucht ein Museum. Sondern eine Zeit. Man sieht Menschen stehen, die eigentlich geboren wurden, als diese Autos schon alt waren – und doch fasziniert davor verweilen. Weil die Ästhetik ihrer Eltern oder älteren Geschwister plötzlich wieder greifbar wird. Denn Youngtimer sind Brücken. Sie verbinden Vergangenes mit Gegenwärtigem, ohne nostalgisch oder lehrend zu sein.

There is a whole generation that grew up between cassette tapes and flip phones, for whom a car was still a world unto itself. No digital assistant, no algorithm in the background learning what you liked. A youngtimer was more direct. More honest. It vibrated in the steering wheel, it smelled of imitation leather, gasoline, and summer heat. These were vehicles you felt before you understood them. And maybe that's why you understand them even better today.

When you get into a car from the nineties or early 2000s today, you enter a world that was confident in its own aesthetics. The click of the switches, the subdued glow of the instruments, the angular lines that were not born in wind tunnels, but on design tables and from gut feeling. It was a time when design still shaped personalities and not target groups. When no software decided what a car should be like. What remains is a character that you can feel without having to define it.

Youngtimers carry this feeling like a signature. An old SLK that wears its hardtop silhouette like a practiced shrug. An AMG from the early 2000s that exudes more self-confidence at a standstill than many of today's sports cars at full speed. Or a compact city car whose curves and colors preserve the lightness of a time that did not constantly demand efficiency. These cars were statements—not because they were loud, but because they were a matter of course.

It is also the cultural world that accompanies them. The fashion of that time, wild and precise at the same time. Jeans with too much fabric, sunglasses without irony, colors that would be hard to believe today. Music that came from radios that you still had to physically turn on. You didn't just drive, you lived in your car. Hours of driving without navigation, just intuition and the feeling that the right way would turn up somewhere. Youngtimers remind us of this freedom, of a mobility that knew no push notifications.

What fascinates us about them is not perfection. It's the little imperfections. The mirror that vibrates slightly at 140. The seat that reminds you of a past posture. The radio that sometimes crackles. And yet, it is precisely in this imperfection that lies a value that modern cars can hardly generate anymore. The mechanics were tangible. The decision for or against a turn was not the result of a sensor package, but of a hand movement. The youngtimer does not demand to be understood. It demands to be driven.

Perhaps that is why exhibitions and meetings dedicated to these vehicles seem so different. You don't feel like you're visiting a museum. Rather, you're visiting a time. You see people standing there who were actually born when these cars were already old – and yet they linger in front of them, fascinated. Because the aesthetics of their parents or older siblings suddenly become tangible again. Because youngtimers are bridges. They connect the past with the present without being nostalgic or didactic.



Sie sind Zeugen einer Ära, in der Autofahren noch ein sozialer Akt war. Man traf sich am Parkplatz eines Baumarkts, nicht zum Einkaufen, sondern um zu reden, zu vergleichen, zu staunen. Tuningkataloge auf Papier, nicht im Browser. Abende, die mit geöffneten Motorhauben endeten, nicht mit heruntergeladenen Updates. Es war eine mechanische Nähe, die heute fast exotisch wirkt. Und genau diese Exotik kehrt zurück, nicht als Trend, sondern als Bedürfnis.

Youngtimer erzählen uns auch etwas über den Wandel der Zeit. Dass Fortschritt nicht heißt, dass die Vergangenheit weniger wert ist. Dass Emotion nicht mit Digitalisierung gleichzusetzen ist. Dass ein Auto nicht erst dann ein Erlebnis wird, wenn es 600 PS und zehn Fahrmodi besitzt. Manchmal entsteht das Erlebnis bereits, wenn man einsteigt und die Tür diesen typischen Klang hatte – ein Klang, der keine Ingenieursabteilung je bewusst entwickelte, sondern zufällig perfekt war.

Deshalb gewinnen diese Fahrzeuge heute wieder an Bedeutung. Sie erinnern daran, wie sich Zeit anfühlen kann – nicht schnell oder langsam, sondern vollständig. Sie erinnern daran, dass Mobilität mehr ist als Reichweite, Assistenzfunktionen und vernetzte Infrastruktur. Youngtimer sind die Erinnerung daran, dass Autofahren einmal ein Ausdruck war. Ein Lebensmoment. Eine Verlängerung der eigenen Persönlichkeit.

Und vielleicht ist das der wahre Grund, warum wir sie heute wieder suchen. Weil sie uns erlauben, uns an uns selbst zu erinnern. An die Jugend, die wir hatten – oder die wir gern gehabt hätten. An das Gefühl, dass eine offene Straße keine Strecke war, sondern ein Versprechen. Und ein Auto nicht nur Mittel zum Zweck, sondern ein Kapitel des eigenen Lebens.

They are witnesses to an era when driving was still a social act. People met in the parking lot of a hardware store, not to shop, but to talk, compare, marvel. Tuning catalogs on paper, not in a browser.

Evenings that ended with open hoods, not downloaded updates. It was a mechanical closeness that seems almost exotic today. And it is precisely this exoticism that is returning, not as a trend, but as a need. Youngtimers also tell us something about the changing times.

That progress does not mean that the past is less valuable. That emotion is not synonymous with digitalization. That a car does not only become an experience when it has 600 hp and ten driving modes. Sometimes the experience begins when you get in and the door makes that typical sound – a sound that no engineering department ever consciously developed, but which happened to be perfect.

That's why these vehicles are regaining importance today. They remind us of how time can feel – not fast or slow, but complete. They remind us that mobility is more than range, assistance functions, and connected infrastructure. Youngtimers are a reminder that driving used to be an expression. A moment in life. An extension of one's own personality.

And perhaps that is the real reason why we are seeking them out again today. Because they allow us to remember ourselves. The youth we had – or would have liked to have had. The feeling that an open road was not a distance to be covered, but a promise. And that a car was not just a means to an end, but a chapter in our own lives.



**Versichern Sie Ihren
Oldtimer dort, wo man
Ihre Begeisterung teilt.**



Die Allianz Oldtimerversicherung

Wir bei der Allianz verstehen Ihre Leidenschaft und sorgen dafür, dass Sie unbeschwert unterwegs sein können: mit einer maßgeschneiderten Versicherungslösung für Ihre Young- und Oldtimer. Auch für Motorräder, Traktoren und LKW.

Mehr unter allianz.de/oldtimer

LA CASA DEL CINQUINO



Es gibt Automobile, die nicht bloß gebaut werden. Sie wachsen heran. Sie begleiten Generationen, erzählen Familiengeschichten, teilen stille Augenblicke und laute Triumphmomente. Der Fiat 500 gehört zu diesen seltenen Wesen, die mehr sind als Blech, Technik und Produktionslogik. Er ist eine Figur des kollektiven Gedächtnisses, ein Symbol, das sich in das kulturelle Unterbewusstsein eingeschrieben hat. Und es ist genau dieses Bewusstsein, das Turin in den kommenden Wochen für eine Ausstellung öffnet, die kein Museum im klassischen Sinne ist, sondern ein Zuhause: „The Italy We Love: Welcome to the Home of the Fiat 500“.

There are cars that are not simply built. They grow up. They accompany generations, tell family stories, share quiet moments and loud moments of triumph. The Fiat 500 is one of those rare creatures that are more than just sheet metal, technology and production logic. It is a figure of collective memory, a symbol that has become engraved in the cultural subconscious. And it is precisely this awareness that Turin is opening up in the coming weeks for an exhibition that is not a museum in the classic sense, but a home: "The Italy We Love: Welcome to the Home of the Fiat 500".



Der Ort könnte ikonischer kaum sein. Der Heritage Hub in Mirafiori – historischer Nährboden italienischer Automobilkultur – verwandelt sich für zwei Monate in eine bewohnbare Erzählung. Eine „Casa“ des Fiat 500. Die Wände, die Böden, die Farben, selbst der Verlauf der Räume sind so arrangiert, als betrete man ein Wohnhaus, das über siebzig Jahre italienisches Alltagsleben aufgesogen hat. Zimmer für Zimmer, Epoche für Epoche, Gefühl für Gefühl.

Im Zentrum jeder Szenerie steht der 500 – mal zart und pastellfarben wie in den Fünfzigern, mal mutig und repräsentativ wie in der Zeit des wirtschaftlichen Booms, mal avantgardistisch, elektrisch, futuristisch. Ein Auto als Wandermotiv, ein vertrauter Begleiter in wechselnden Kulissen, ein roter Faden durch die italienische Moderne.

Die Ausstellung beginnt dort, wo die Reise 1957 begann: mit dem Fiat 500 N, dem Werk von Dante Giacosa, einem Auto, das für Millionen Menschen der erste Schritt in eine motorisierte Zukunft war. Für viele war er kein Fahrzeug, sondern der erste große Traum auf vier Rädern – klein genug für enge Gassen, günstig genug für Arbeiterfamilien, charmant genug, um zu bleiben. Dass der 500 nicht nur die Straßen, sondern auch die Herzen eroberte, liegt nicht allein an seiner Größe. Es liegt an seiner Geste. Er war das Auto, das sich klein machte, um größer zu wirken.

Doch Turin wäre nicht Turin, wenn es die Geschichte nicht in all ihren Verzweigungen erzählen würde. Daher gehören auch jene Varianten dazu, die den 500 zur Legende machen: der Abarth Record Monza von 1958, der beweist, dass Mut keine Motorgröße kennt; die Giardiniera, funktional und nah am italienischen Familienleben; die elegante 500 L der späten Sechziger, die Luxus in die Kleinwagenklasse brachte. Sie alle stehen wie Schauspieler in einem Theaterstück, jede Figur mit ihrer eigenen Rolle in einer jahrzehntelangen Erzählung.

The location could hardly be more iconic. The Heritage Hub in Mirafiori – the historic breeding ground of Italian automotive culture – will be transformed into a habitable narrative for two months. A “casa” of the Fiat 500. The walls, the floors, the colors, even the layout of the rooms are arranged as if you were entering a house that has absorbed over seventy years of Italian everyday life. Room by room, era by era, feeling by feeling.

At the center of each scene is the 500 – sometimes delicate and pastel-colored as in the 1950s, sometimes bold and representative as in the era of the economic boom, sometimes avant-garde, electric, futuristic. A car as a recurring motif, a familiar companion in changing settings, a common thread running through Italian modernism.

The exhibition begins where the journey began in 1957: with the Fiat 500 N, the work of Dante Giacosa, a car that was the first step into a motorized future for millions of people. For many, it was not just a vehicle, but the first big dream on four wheels – small enough for narrow streets, affordable enough for working-class families, charming enough to stay. The fact that the 500 conquered not only the roads but also people's hearts is not solely due to its size. It is due to its gesture. It was the car that made itself small in order to appear bigger.

But Turin would not be Turin if it did not tell the story in all its ramifications. That's why the variants that made the 500 a legend are also included: the 1958 Abarth Record Monza, which proves that courage knows no engine size; the Giardiniera, functional and close to Italian family life; the elegant 500 L of the late 1960s, which brought luxury to the small car class. They all stand like actors in a play, each character with their own role in a decades-long narrative.



Es ist eine Reise, die unter die Oberfläche geht. Die Räume der Ausstellung sind nicht museal distanziert, sondern emotional gestaltet. Pastelltöne, geometrische Formen und Details, die aus alten Wohnungen hätten stammen können, erzeugen eine Vertrautheit, die bewusst mit Erinnerung arbeitet. Die Ausstellung ist nicht nur Blick, sie ist Gefühl. Sie erzählt, wie Menschen in Italien wohnten, träumten, feierten – und wie ein kleines Auto all das als stummer Zeuge begleitete.

Der Rundgang führt schließlich zum Jahr 2004, als der Trepùno als Konzept eine Renaissance einleitete, die später zur Neugeburt der Legende führte. Und weiter zum 500 des Jahres 2007, jenem Modell, das die Welt erneut für den Charme des „Cinquino“ entflammte. Ein Auto, das in seiner Modernität ein nostalgischer Gruß blieb. Man spürt sofort: Die Neuinterpretation war mehr Wiederbegegnung als rein technisches Projekt. Sie war ein kulturelles Ereignis.

Doch das Finale der Ausstellung gehört der Gegenwart. Dem 500e, dem ersten vollelektrischen Fiat der Moderne – ein Symbol für die Fähigkeit des 500, sich neu zu erfinden, ohne die eigene Seele zu verlieren. Und schließlich dem Anlass dieser gesamten Schau: dem neuen Fiat 500 Hybrid Torino, einem Modell, das dort produziert wird, wo alles begann. Ein Auto, das stolz die Mole Antonelliana trägt – Turins Himmelssymbol –, und damit eine Rückkehr zu den Wurzeln markiert. Die Farbe, die Texturen, die Innenraumgestaltung, alles verweist auf eine tiefe Verbindung zwischen Stadt und Produkt.

Turin und Fiat – das ist kein industrielles Verhältnis, sondern ein Lebensband.

It is a journey that goes beneath the surface. The exhibition rooms are not distanced like a museum, but emotionally designed. Pastel tones, geometric shapes, and details that could have come from old apartments create a familiarity that deliberately works with memory. The exhibition is not just a visual experience, it is an emotional one. It tells the story of how people in Italy lived, dreamed, celebrated – and how a small car accompanied all of this as a silent witness.

The tour finally leads to the year 2004, when the Trepùno concept heralded a renaissance that later led to the rebirth of the legend. And on to the 500 of 2007, the model that rekindled the world's love for the charm of the "Cinquino." A car that remained a nostalgic salute in its modernity. You can sense it immediately: the reinterpretation was more of a reunion than a purely technical project. It was a cultural event.

But the finale of the exhibition belongs to the present. The 500e, the first fully electric Fiat of the modern era – a symbol of the 500's ability to reinvent itself without losing its soul. And finally, the reason for this entire show: the new Fiat 500 Hybrid Torino, a model produced where it all began. A car that proudly bears the Mole Antonelliana – Turin's symbol of the sky – marking a return to its roots. The color, the textures, the interior design, everything points to a deep connection between the city and the product.





Die Ausstellung, begleitet von historischen Filmstills, die den 500 in ikonischen Kinomomenten zeigen, schließt nicht mit einem Auto, sondern mit einem Ort: „Mirafiori Since 1939“, eine fotografische Reise durch mehr als acht Jahrzehnte industrieller Geschichte. Und irgendwo zwischen den Bildern schwungt die Erkenntnis mit, dass der 500 nicht nur ein Produkt eines Werks ist, sondern ein Erbe einer Kultur.

Roberto Giolito, der Vater des 2007er Fiat 500, formuliert es so klar wie poetisch: Manche Autos bewegen nicht nur die Technik vorwärts, sondern eine Nation. Der 500 ist einer dieser seltenen Fälle, in denen ein Objekt sowohl emotional als auch funktional unverzichtbar wird. Ein Auto, das Geschichte macht, weil es Geschichten zulässt. „The Italy We Love: Welcome to the Home of the Fiat 500“ ist deshalb mehr als eine Ausstellung. Sie ist ein Rückblick auf das, was Italien ausmacht. Ein Blick auf Menschen, die aus kleinen Dingen große Träume formen. Und auf ein Auto, das gelernt hat, in allen Epochen zu sprechen – und doch immer dieselbe Stimme behalten hat.

The exhibition, accompanied by historical film stills showing the 500 in iconic cinema moments, does not end with a car, but with a place: "Mirafiori Since 1939," a photographic journey through more than eight decades of industrial history. And somewhere between the images, there is a sense that the 500 is not just a product of a factory, but a legacy of a culture.

Roberto Giolito, the father of the 2007 Fiat 500, puts it as clearly as poetically: Some cars not only advance technology, but also a nation. The 500 is one of those rare cases in which an object becomes both emotionally and functionally indispensable. A car that makes history because it allows stories to be told.

“The Italy We Love: Welcome to the Home of the Fiat 500“ is therefore more than an exhibition. It is a retrospective look at what makes Italy what it is. A look at people who turn small things into big dreams. And at a car that has learned to speak in every era – yet has always retained the same voice.



**TO RENT FOR
YOUR EVENT**

**IN- & OUTDOOR
350 PERS.**



[HTTPS://KOELN.MOTORWORLD-INN.DE](https://koeln.motorworld-inn.de)

KOELN@MOTORWORLD.DE

Be a part, become a #MEMBER

Jetzt Mitglied werden und Vorteile genießen!

<https://membercard.motorworld.de>

Explore history, speed and lifestyle #BULLETIN

Kostenfreies E-Magazin für Sie!

<https://www.motorworld-bulletin.de>

Discover our merchandise #SHOP

Online Shop für Freunde, Familie und für Sie!

<https://membercard.motorworld.de>

Welcome to
MOTORWORLD
G R O U P

EVENT-LOCATIONS



VARIABLE FLÄCHEN FÜR:

- **EVENTS**
- **CONFERENCE**
- **SEMINAR**
- **ROADSHOWS**
- **MESSEN**



10 - 5.000 qm Indoor
bis 4.500 qm Outdoor
2 - 10.000 Personen
Catering, Technik
Gastro, Hotel, Parkbereiche
top Verkehrsanbindung



Die MOTORWORLD Standorte bieten Eventlocations in allen Größen und für jeden Anlass: Kunden- und Mitarbeiterevents, Business und private Feiern, Kongresse, Präsentationen, Meetings, Galas, Parties - Indoor und Outdoor.

Mehr dazu erfahren Sie über den QR-Code oder auf www.motorworld.de/eventlocations/



STUTTGART KÖLN MÜNCHEN BERLIN RÜSSELSHEIM HERREN METZINGEN ZÜRICH LUXEMBOURG MALLORCA

GENESIS MAGMA

GENESIS MAGMA
WORLD PREMIERE



Es gibt Momente, in denen eine Marke nicht einfach ein neues Fahrzeug präsentiert, sondern sich selbst neu definiert. Der Genesis Magma GT Concept ist genau ein solcher Moment – ein Zeitschnitt, ein Werkstück aus Ambition und Entschlossenheit. Enthüllt im südfranzösischen Le Castellet, dort, wo Kurven Tradition haben und Asphalt noch Geschichten schreibt, wirkt dieses Auto weniger wie ein Konzept und mehr wie ein Versprechen. Es markiert nicht nur eine Idee von Leistung, sondern eine Vision von Identität. Genesis will in die Welt der Performance eintreten – und dieses Fahrzeug ist der Türöffner.

Was sofort auffällt: Der Magma GT ist kein Auto, das mit Gewalt überzeugen will. Genesis selbst spricht von „Effortless Performance“, eine Formulierung, die nach Understatement klingt, aber in Wahrheit eine präzise Haltung beschreibt. Dieses Auto will nicht beeindrucken, indem es dem Fahrer etwas abverlangt. Es will ihn besser machen. Man spürt, dass hier nicht das rohe Spektakel im Vordergrund steht, sondern das Gefühl des vollkommenen Gleichgewichts. Luc Donckerwolke, der kreative Kopf hinter dem Konzept, spricht davon, dass der Magma GT nicht die Fähigkeiten eines Fahrers prüfe, sondern sie erweitere. Diese Idee wirkt mutig, fast rebellisch in einer Zeit, in der Performance oft gleichgesetzt wird mit Zahlen und Rekorden, mit Härte und Größe.

There are moments when a brand does not simply present a new vehicle, but redefines itself. The Genesis Magma GT Concept is precisely such a moment – a snapshot in time, a work of ambition and determination. Unveiled in Le Castellet in the south of France, where curves are a tradition and asphalt still writes stories, this car seems less like a concept and more like a promise. It marks not only an idea of performance, but a vision of identity. Genesis wants to enter the world of performance – and this vehicle is the door opener.

What immediately stands out is that the Magma GT is not a car that seeks to impress with force. Genesis itself speaks of “effortless performance,” a phrase that sounds like an understatement but in reality describes a precise attitude. This car does not seek to impress by demanding something of the driver. It seeks to make them better. You can sense that the focus here is not on raw spectacle, but on a feeling of perfect balance. Luc Donckerwolke, the creative mind behind the concept, says that the Magma GT does not test a driver’s abilities, but rather expands them. This idea seems bold, almost rebellious, at a time when performance is often equated with numbers and records, with toughness and size.

GENESIS MAGMA WORLD PREMIERE



GENESIS MAGMA WORLD PREMIERE



Der Magma GT hingegen wirkt wie ein präziser Schnitt. Seine Proportionen sind nicht brachial, sondern harmonisch verdichtet. Die Motorposition im Heck-Mittelbereich verleiht ihm jene stille Entschlossenheit, die echte GT-Rennwagen auszeichnen. Die Frontspanne liegt tief wie ein gespannter Bogen, die Dachlinie zieht sich nach hinten wie ein Strich im Wind – ein einziges fließendes Momentum. Die Kotflügel wölben sich nicht als Muskelspiel, sondern als organische Erweiterung der Form. Die Kabine läuft nach hinten zusammen wie das Heck eines schnellen Bootes – schmal, komprimiert, bereit, die Luft zu schneiden.

Ein Detail, das ins Auge fällt, sind die vorderen Canards, die sich mit den Scheinwerfern verweben, als wären Aerodynamik und Identität längst eine Einheit. Auch das G-Matrix-Muster, das sich vom Frontsplitter wie ein technischer Atemzug über die Fläche zieht, wirkt weniger wie Ornament als wie ein funktionaler Akzent. Der gesamte Wagen scheint darauf ausgelegt zu sein, nicht nur Luft zu durchdringen, sondern mit ihr zu kooperieren.

Dabei hat der Magma GT Concept nicht das Bedürfnis, den Rennwagen zu spielen. Er ist vielmehr ein Kodex, ein in Metall gegossenes Manifest dessen, was Genesis in den kommenden zehn Jahren werden möchte. Das Konzept steht am Beginn einer neuen Linie, die die Marke bewusst Richtung Hochleistung positioniert – eine Linie, die nicht nur Straßenautos hervorbringen soll, sondern auch den Weg in den GT-Rennsport weist. Genesis macht keinen Hehl daraus: Der Magma GT ist die Lichtgestalt, der „Halo“-Wagen, an dem sich alle kommenden Performance-Modelle orientieren werden.

Und dennoch bleibt der Magma GT Concept – zumindest jetzt – ein stilles Versprechen. Ein Fahrzeug, das den Übergang markiert zwischen dem, was Genesis heute ist, und dem, was es sein möchte. Ein Blick in die Zukunft, der nicht auf Lautstärke setzt, sondern auf Präzision. Nicht auf aggressive Dominanz, sondern auf souveräne Spannung. Ein Auto, das weniger ruft als leuchtet – wie glühende Lava, wie eine Idee, die noch jung ist, aber längst zu brennen begonnen hat.

The Magma GT, on the other hand, appears like a precise cut. Its proportions are not brutal, but harmoniously condensed. The engine position in the rear center gives it the quiet determination that characterizes real GT race cars. The front span is low like a taut bow, the roof line stretches back like a line in the wind – a single flowing momentum. The fenders bulge not as a display of muscle, but as an organic extension of the form. The cabin tapers toward the rear like the stern of a fast boat – narrow, compressed, ready to cut through the air.

One detail that catches the eye is the front canards, which interweave with the headlights as if aerodynamics and identity had long since become one. The G-Matrix pattern, which stretches across the surface from the front splitter like a technical breath, also appears less like ornamentation and more like a functional accent. The entire car seems designed not only to penetrate the air, but to cooperate with it.

Yet the Magma GT Concept doesn't feel the need to play the race car. Rather, it is a code, a manifesto cast in metal of what Genesis wants to become in the next ten years. The concept marks the beginning of a new line that deliberately positions the brand toward high performance – a line that will not only produce road cars but also pave the way for GT racing. Genesis makes no secret of it: the Magma GT is the shining light, the “halo” car that will serve as a benchmark for all future performance models.

And yet, at least for now, the Magma GT Concept remains a silent promise. A vehicle that marks the transition between what Genesis is today and what it wants to be. A glimpse into the future that focuses not on volume but on precision. Not on aggressive dominance but on confident excitement. A car that shines rather than shouts – like glowing lava, like an idea that is still young but has long since begun to burn.

MEMBER



ME AND MY CARD

<https://membercard.motorworld.de>

Ihre Mitgliedschaft in der **MOTORWORLD-FAMILY** sichert Ihnen attraktive Vorteile. **BE PART OF IT!**

MOTORWORLD
MEMBER CARD

QR code

Anzeige

DEUVET BUNDESVERBAND OLD-TIMER-YOUNGTIMER E.V. ERWEITERT SEINE INFORMATIONSKAÄNLE IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Die Mediennutzung verändert sich in immer kürzeren Zeiträumen. Um auch Freunde der historischen Mobilität zu erreichen, die sich vor allem über soziale Medien informieren, geht auch der DEUVET Bundesverband Oldtimer-Youngtimer e.V. neue Wege.

Viele Beiträge und Informationen finden alle Old- und Youngtimerfans jetzt auch auf den folgenden Kanälen:

https://www.instagram.com/deuvet_de?igsh=MW1pN3B0bG5lcTYzaQ==

<https://www.facebook.com/share/19zhtWoDSW/>

<https://www.linkedin.com/company/deuvet-bundesverband-oldtimer-youngtimer-e-v/>

Zusätzlich gibt es den Kanal DEUVET - Bundesverband Oldtimer-Youngtimer e.V. auf WhatsApp:
<https://whatsapp.com/channel/0029Vb0ZxRuBvvsZtnFbBC1u>



Eine Einzelmitgliedschaft im
DEUVET Bundesverband Oldtimer-Youngtimer e.V.
kostet 25 Euro pro Jahr.
Kontakt: info@deuvet.de



JÜRGEN LEWANDOWSKI's BÜCHERECKE

IM SONDERANGEBOT - DIE NÄCHSTE FERRARI-BIBEL

Darf man ein Buch zum Preis von 125 Euro als Sonderangebot bezeichnen? Der Rezensent ist hin- und hergerissen – wenn man bedenkt, dass für das Werk 2018 glatte 4.500 Euro verlangt wurden (und wir sprechen nicht einmal von der auf 250 Exemplare limitierten Edel-Ausgabe mit einem von Designer Marc Newson gestalteten und signierten Edelstahl-Ständer für 25.000 Euro), dann erscheinen die nun geforderten 125 Euro tatsächlich als Sonderangebot.

Wahrscheinlich gibt es in Deutschland nur einen Verlag, der sich nicht vor großen Formaten und hohen Preisen scheut: den Kölner Taschen-Verlag – seine kiloschweren Werke sind bekannt und er sahnte auch 2024 mit seinem Riesenband mit Porsche-Rennfotos von Rainer Schlegelmilch den Motorworld-Autobuchpreis ab. Dessen 1.000 Euro-Edition ist längst ausverkauft und im Preis entsprechend gestiegen, die „Sonderausgabe“ ist längst nachgeschoben.

Ob sich die Edel-Version des Ferrari-Buchs tatsächlich so locker verkaufen ließ, ist nicht bekannt – aber Ferraristi werden ja dank der neuen Internet-Millionäre und dank arabischer Sammler immer reicher, die Preise sind in erstaunliche Höhen gestiegen, stagnieren derzeit zwar etwas, aber das ändert nichts daran, dass Ferrari HOT ist.

Nun gibt es also sieben Jahre später die Volks-Ausgabe des Ferrari-Buchs von Pino Allievi – 480 Seiten Ferrari, sechs Kilogramm Ferrari – generalüberholt und aktualisiert. Da kann man nur hoffen, dass der Coffee-Table ausreichend dimensioniert ist. Das erfreuliche an dem Werk ist die Tatsache, dass der Autor damals Zugriff zu etlichem bis dato unbekanntem Material erhielt – das Problem bei den meisten schönen Ferrari-Büchern ist ja, dass die bereits seit Jahren

bekannten Fotos immer wiederholt werden, was oft zu Langeweile führt. Hier erlaubte Ferrari also vor sieben Jahren einen tiefen Griff ins Werks-Archiv – es gibt also damals wie heute reichlich bis dato ungesehenes und überraschendes zu betrachten, zumal die Modelle der vergangenen Jahre bis hin zum F80 und den – zumeist enttäuschenden – Motorsport-Ergebnissen ergänzt wurden.

Erstaunlich, dass ein Großteil dieses Materials bislang in den vielen neueren Büchern nicht aufgetaucht ist – hier wird Ferrari wohl den Daumen drauf halten. Die Rennbilder sind toll – früher gab es eben Fotografen wie Louis Klemantaski, die sich todesmutig direkt an die Rennstrecken setzen durften, die todesmutigen Piloten direkt ins Visier nahmen und Fotos zauberten, die es in dieser Form nie wieder geben wird. Insofern gesehen ist das Werk nicht gealtert.

2018 hat Ulf Poschart, bekennender Ferraristi und Herausgeber der Welt den Wälzer bereits treffend portraitiert: „Über das sinnliche Abenteuer dieses Buchs kann nur gemutmaßt werden. Es wird wohl einzigartig sein. Die intellektuelle Durchdringung des Themas bleibt aber aus. Eigentlich ist Ferrari eine Marke philosophischer Fragestellungen – die Ideen von Ferrari erschöpfen sich nicht in Rennsportgeschichten und prominenten Besitzer-Anekdoten.“

Zwar ist Enzo Ferrari mittlerweile besser denn je beschrieben worden – Luca dal Monte hat das Leben von Enzo großartig portraitiert (bei Delius Klasing erschienen) – doch worauf das Faszinosum Ferrari beruht, bleibt noch zu ergründen. Ein toller Band zum „Sonderpreis“, sieben Jahre alt und dennoch in diesen Jahren nicht gealtert.

AUTOS-
MI AMORE



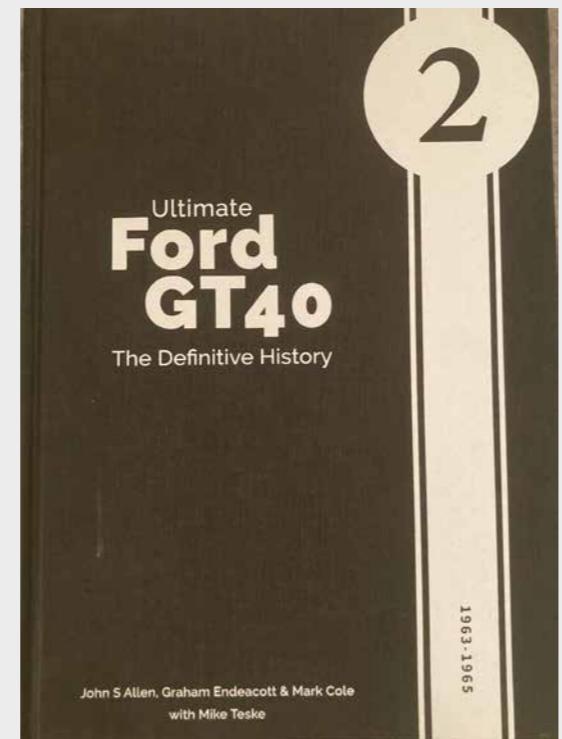
Pino Allievi, Ferrari, Taschen Verlag, € 125,-- ISBN 978-3-7544-0135-4

UND NUN DER ZWEITE GT40 STREICH

Vor ein paar Monaten berichteten wir an dieser Stelle unter der Überschrift Noch mehr Ford GT40 ist unmöglich über einen großen 576 Seiten umfassenden Band über den Ford GT 40 – jenen legendären Rennwagen, mit dem Henri Ford in den 60er Jahren ohne Rücksicht auf finanzielle Verluste die Siegesserie der Ferrari-Rennwagen beendete. Mittlerweile hat die großartige Fleißarbeit von Ronnie Spain zu Recht seine Kategorie beim Motorworld Autobuch-Preis gewonnen – und schon hat der britische Verlag Porter Press den zweiten Band veröffentlicht.

Wie nicht anders zu erwarten, ist das von einem Autoren-Quartett geschaffene Werk über die Geburt des GT 40 ein weiteres Meisterwerk geworden: Der Band beschreibt präzise wie nie zuvor die Renngeschichte von Ford, den angedachten und verhandelten – aber nie vollzogenen – Verkauf von Ferrari an Ford und die Reaktion von Henry Ford II. auf die Absage im letzten Moment. Ford hatte immerhin bereits die Presse-Mitteilung über den Verkauf formuliert – sie ist hier erstmals zu sehen. Wie man mit Lola einen ersten Partner fand und der GT 40 langsam Gestalt annahm, die ersten Renneinsätze – die nicht so gut liefen – und wie das Projekt mit der Hilfe von Carroll Shelby dann Fahrt aufnahm.

Band 2 umfasst die Seiten 580 bis 1152 – mittlerweile hat Porter Press bekannt gegeben dass 2026 und 2027 noch zwei weitere Bände folgen werden. Bis dahin sorgen die 1152 Seiten der ersten zwei Bände noch für sehr viele faszinierende Lestunden und reichlich Erkenntnisse über die Person Henry Ford II., das Innenleben des Hauses Ford und die Geschichte eines der interessantesten Rennwagen der Geschichte. Trotz des hohen Preises empfohlen – die Auflage beträgt nur 1.000 Stück, irgendwann werden die Bücher vergriffen und noch teurer sein.



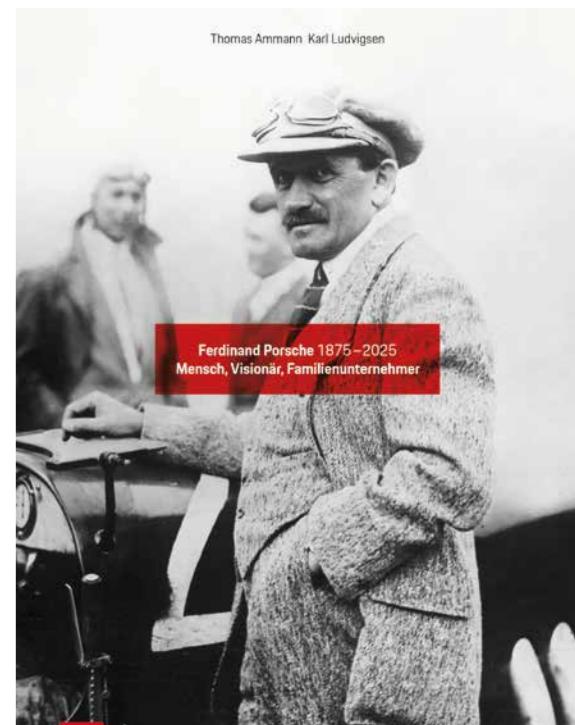
John S. Allan, Graham Endeacott, Mark Cole, Mike Teske, *Ultimate Ford GT 40 – The definitive History – Vol. 2*,
Porter Press, € 439,--.
ISBN 978-1-913089-72-6,
Wer Verzollungsgebühren und die Verzollungsprozedur sparen möchte bestellt
bei www.rallywebshop.com

Wahrscheinlich gibt es neben Enzo Ferrari keinen zweiten Automobil-Pionier, über den derart viele Bücher geschrieben worden sind wie Ferdinand Porsche. Und dennoch haben sich die Myriaden von Geschichten praktisch ausschließlich dem Konstrukteur und – natürlich – VW Käfer-Entwickler Ferdinand Porsche gewidmet. Eine Tatsache, die den Familien Porsche und Piëch nicht verborgen geblieben ist, weswegen man dem Patriarchen zum 150. Geburtstag nun einen Band gewidmet hat, der den Menschen Ferdinand Porsche herausarbeiten und beschreiben soll.

Das Ergebnis ist keine Doktorarbeit, sondern ein Blick auf den privaten Jahrhundert-Ingenieur, in dem drei der Enkel einen familiären Blick auf den Großvater werfen. Ernst Piëch, Hans-Michael Piëch und Wolfgang Porsche erinnern sich an den Großvater, die Stunden mit ihm – als Familienmensch und Privatperson. Er muss ein zugänglicher, empathischer Großvater gewesen sein, der sich – soweit ihm seine rastlose Tätigkeit Zeit dafür ließ – Zeit für die Familie nahm. Ernst Piëch, den ältesten Enkel, nahm er schon in jungen Jahren mit zu technischen Besprechungen – ansonsten segelte der Nicht-Schwimmer Porsche gerne auf dem Wörthersee und liebte Besuche im Kino, wo er gerne und rasch einschlief.

Zu den Gesprächen mit den drei Enkeln liefert Karl Ludvigsen eine profunde Beschreibung des Lebens und Wirkens von Ferdinand Porsche – man merkt, wie tief sich der Doyen der Autogeschichte im Laufe vieler Jahrzehnte in die Geschichte der Familie Porsche eingearbeitet hat. Ergänzt werden die Kapitel mit einer Vielzahl bislang unveröffentlichter Fotos aus den diversen Familienalben – alleine diese Bilder sind schon eine nähere Beschäftigung mit dem Jubiläumsband wert.

FERDINAND PORSCHE - MENSCH, VISIONÄR



Thomas Ammann / Karl Ludvigsen,
Ferdinand Porsche –
Mensch, Visionär,
Familienunternehmer,
Delius Klasing Verlag, Bielefeld,
€ 24,90.
ISBN 978-3-667-13133-1

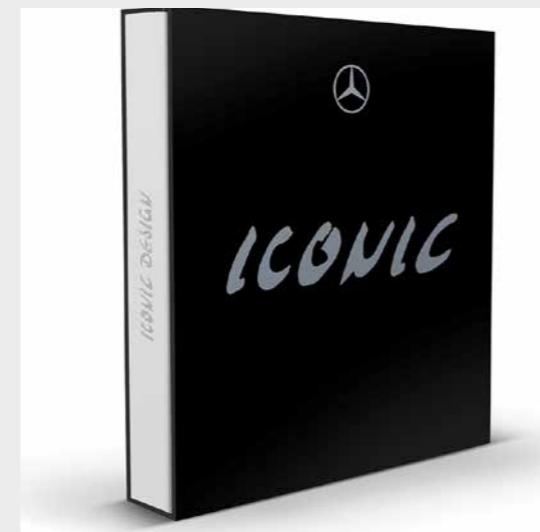
ICONIC DESIGN BY WAGENER

Gorden Wagener dient seit 28 Jahren dem Haus Mercedes-Benz – und seit 17 Jahren wirkt der 57jährige bei dem ältesten Automobil-Hersteller der Welt als Chief Design Officer der Mercedes-Benz Group. Gorden Wagener hat also bereits viele Design-Strömungen miterlebt und mitgeprägt – und nun hat der Chief Design Officer ein großzügig gestaltetes Werk geschaffen, in dem das Thema „Ikonisches Design“ definiert wird.

Das ist grundsätzlich gesehen ein völlig normaler Vorgang – hin und wieder muss jedes Haus seinen Kunden und der noch nicht eroberten Klientel möglichst eindrucksvoll demonstrieren, was Sache ist: Grandiose Vergangenheit, großartige Gegenwart und verheißungsvolle Zukunft. Und da kann Wagener mit der Historie seines Hauses und den zahlreichen Ikonen – vom 300 SLR „Uhlenhaut“-Coupé über den 540 K „Autobahn-Kurier“ bis hin zum AMG ONE – eine stattliche Anzahl von Ikonen vorweisen.

Doch das genügt nicht – er holt zur Erläuterung des Begriffs „Ikone“ neben Mercedes-Benz auch Chanel und Apple und deren Protagonisten mit ins Boot. „Drei Marken, die zeigen, wie Design Welten prägt. Hier ist Gestaltung nicht Stilmittel, sondern Sprache. Nicht Schmuck, sondern Haltung. Ein Logo, eine Linie, eine Form wird zur Identität. So wurden Ikonen geschaffen – lesbar, fühlbar, erinnerbar. Das ist die Power of Design“. Warum gerade Chanel und Apple gewählt wurden ist nicht ganz nachvollziehbar – aber die beiden Label passen perfekt in diesen wunderschönen zum Buch gereiften Werbeprospekt.

Die auf 540 Exemplare limitierte und signierte Ausgabe erlaubt einen interessanten Zugang in die Design-Welt und gewährt Einblicke in das sonst verschlossene Design-Studio in Sindelfingen. Für Mercedes-Benz-Fans interessant – auch wegen der limitierten Auflage und der Signatur des Chief Design Officers.



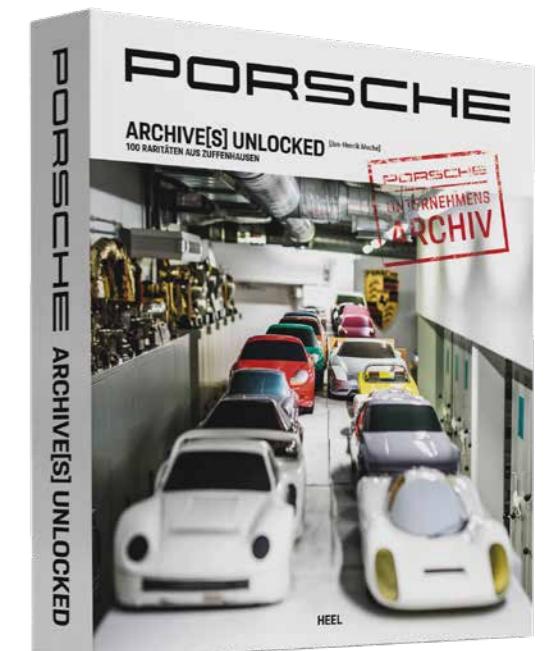
Gorden Wagener, *Iconic Design*,
€ 75,--,
Delius Klasing-Verlag, Bielefeld.
ISBN 978-3-667-13155-3

DAS ARCHIV WIRD GEPLÜNDERT

Es wurde an dieser Stelle schon oft erwähnt, dass der Stapel der Porsche- und Ferrari-Bücher unaufhaltsam wächst. Und so sind auch in dieser Ausgabe des Motorworld-Bulletins ein Ferrari- und zwei Porsche-Bücher vertreten. Während sich das eine Buch mit dem Großvater beschäftigt, hat sich Jan-Henrik Muche in die Tiefen des nicht einfach zu besuchenden Porsche-Archivs begeben und dort 100 außergewöhnliche und oftmals zuvor nicht gezeigte Exponate gesucht und gefunden.

Natürlich kann längst nicht jedes Stück der riesigen Inventarliste auch den Museumsbesuchern gezeigt werden und so ist das große und schwere Werk einer sehens- und lesenswerten Ergänzung geworden, die natürlich auch nur einen Bruchteil der verborgenen Schätze zeigt. Aber darunter finden sich Schätzchen wie der 1925 ausgestellte Führerschein von Ferry Porsche, der damals gerade einmal 16 Jahre alt war. Der Bauplan des Werks in Zuffenhausen stammt von 1937 und das Original-Glasnegativ des ersten Fotos des 356 „Nr. 1“ von 1948. Der Händlervertrag zwischen Porsche und Max Hoffman von 1951 war die Basis des US-Erfolgs und mit den Unterlagen zum Bergrennen Rossfeld von 1968, die zeigen, wie penibel Porsche jedes Rennen vorbereitete – es macht Lust, von Seite zu Seite zu blättern und immer wieder neue Objekte zu sehen und deren Bedeutung für das Unternehmen nachzuvollziehen.

Nach der Lektüre der knapp 400 Seiten weiß man dann, dass für den viersitzigen 928, den Ferry Porsche 1984 zum Geburtstag geschenkt bekam, eine eigene Betriebsanleitung gedruckt wurde und dass am Geburtshaus von Ferdinand Porsche im heutigen Vratislavice eine einen Meter breite und 30 Zentimeter hohe Messingtafel in tschechischer Schrift darauf hinweist. Wie gesagt: Man muss vieles davon nicht wissen – aber es macht Spaß es zu lesen.



Jan-Henrik Muche, *Porsche – Archive(s) unlocked*,
€ 79,--,
Heel-Verlag.
ISBN 978-3-96664-580-5

Be the **MOTOR**
change the **WORLD**



STUTTGART KÖLN MÜNCHEN BERLIN RÜSSELSHEIM HERREN METZINGEN LUXEMBOURG ZÜRICH MALLORCA BULGARIA