

# CLASSIC DRIVER

## Curated's John Temerian lebt in Miami den Traum von Vintage-Supercars

### Lead

Wenn es einen Ort in den USA gibt, an dem Träume von Vintage-Lamborghini und anderen Supercars wahr werden, dann in John Temerians legendärer Restaurierungs-Werkstatt „We Are Curated“ und seinem weltberühmten Geschäft in Miami. Wir haben ihn dort besucht.



### Danke, dass wir Sie besuchen dürfen, John. Was ist Ihre früheste Erinnerung an Autos?

Lustig, ich habe zwei sehr denkwürdige Momente. Ich habe sogar noch die Fotos von diesem Tag – es war das erste Mal, dass ich einen Lamborghini Diablo SE30 in lila, Baujahr 1994, sah und sogar in ihm mitfahren durfte. Ein US-spezifiziertes Auto, das neu an einen Freund meines Vaters, Mr. Marcus, ausgeliefert worden war. Ich weiß noch immer, wo sich dieses Auto heute befindet, nämlich bei einem begeisterten Besitzer in Alaska. Der Lamborghini ist dort bestens untergebracht. Er besitzt auch noch dieselben Spezialfußmatten von Händler Keith Collins, die ich damals als Passagier in 1995 selbst erlebte. Mr. Marcus erschien mit dem Auto im Januar 1995 beim Palm Beach Ferrari Cavallino-Event, das hat mein Leben fundamental verändert.



### Und die zweite Erinnerung?

Die andere ist sinnlicher Natur. Mein Vater kam mit einem neuen Countach 25th Anniversary in Rosso über Crema nach Hause. Er war dabei, den ersten Service abzuschließen und nahm mich zu einer Testfahrt mit. Ich erinnere mich noch lebhaft an den Duft des italienischen Leders, den Sound des USA Fuel-Injected Countach-Motors, an den neuen Alpine CD-Spieler mit einer Madonna-CD auf Replay. Als wär's gestern!





**Entzündete das Ihre Passion für Autos?**

Ja, es hat mein Leben für immer geprägt. Jedes Mal, wenn ich einen Countach oder Diablo fahre, werde ich wieder in diese frühen Momente zurückversetzt. Es ist ein Gefühl wie „zuhause sein“. Für mich sehr sentimental und sehr emotional.

**Wie haben Sie als Teenager diese Leidenschaft „gefüttert“?**

Von dem Zeitpunkt als ich neun Jahre alt war bis etwa 19 verbrachte ich jedes Wochenende und jeden Sommer mit Arbeit in der Werkstatt meines Vaters. Zunächst kehrte ich die Werkstatt, reinigte Werkzeug und Teile. Das führte dazu, dass ich die Autos waschen durfte, als 13-jähriger war ich dann bereit, die Autos zu bewegen und parken. In einem Sommer reichte mein Vater meine Werkzeuge auf und erlaubte mir, den Auspuff eines Testarossa auszutauschen. Mit 15 Jahren bereitete ich einen Countach auf die Lackierung vor. Ich liebe es immer noch, mir die Hände schmutzig zu machen und was das Abdeckband betrifft, bin ich ein Virtuose! In dieser Zeit habe ich so viel gelernt. Als andere Kids Baseball oder Fußball gespielt haben, vertiefte ich mich in Fahrgestellnummern und Countach Pirelli P7R-Reifen.



**Es war also Ihr Vater, der Ihre Passion und Ihren Beruf inspirierte?**

Ja, mein Vater widmete sein ganzes Leben seiner Leidenschaft für Lamborghini und Jaguar. Er perfektionierte die Details seiner persönlichen Autos, sammelte Schilder, Memorabilien und Spielzeugmodelle. Ich wuchs mit VHS-Kassetten von Lamborghini-Events auf, mit Lamborghini-Filmen, Lamborghini-Werksführungen, Werbung mit Lamborghini. Alles bei uns zuhause drehte sich um Lamborghini. Das mag sich vielleicht wie eine krankhafte Störung anhören, aber heute weiß ich wirklich diese Grundlage, die mein Vater für mich bereitete, zu schätzen. Ohne seine Leidenschaft wäre ich heute nicht wo ich stehe.

**Verglichen mit Ihrem Vater, was für eine Art Car Guy sind Sie?**

Mein Vater ist ein zwanghafter Perfektionist, der nicht anders als über-restaurieren kann. Er ist von Schönheit besessen und davon, Ursprünglichkeit zu perfektionieren. Ich liebe mehr die Geschichten, die Reise, die Visionäre, die exzentrischen Eigner, welche diese Autos in den 1980er Jahren kauften. Ich bin im Grunde meines Herzens ein Schatzsucher.





**Wie verlief Ihr Karriereweg ins Autobusiness?**

Ich agierte 2005 zunächst als Ausrichter und Produzent von großangelegten Supercar-Veranstaltungen in Palm Beach. Ich hatte das große Glück, dass mein erster Event ein großes Medienecho erhielt, darauf konnte ich aufbauen und Netzwerke entwickeln. An einem Punkt war das Palm Beach Supercar Weekend eines der größten Supercar-Events weltweit. Tausende von Menschen, Hunderte von Autos. Diese Veranstaltung lehrte mich das Geheimnis von Branding, Marketing und wie man gelungen netzwerkt. Ich verlor alles, was ich hatte beim Organisieren dieser Treffen, aber es waren zugleich die besten Lehrjahre für einen 23-jährigen.

**Und wie führte das zur Gründung von „We Are Curated“ in 2015?**

Jahre der Fehlschläge, Jahre, in denen ich Beziehungen aufgebaut habe und die Erkenntnis, dass ich bereit bin, etwas aus der Taufe zu heben, wovon ich immer schon als Kind geträumt habe. Ich habe gesehen, dass es da eine ganze Generation von Autos gibt, die als geschmacklos, lächerlich gelten und deswegen entsorgt worden sind. Autos, die alle zukünftigen Supersportwagen vorweggenommen haben und die Autowelt nachhaltig beeinflussten. Ich verstand, dass diese Autos moderne Kunst sind, doch niemand behandelte sie mit Respekt.



**Schlug „We Are Curated“ sofort erfolgreich ein?**

Nein, wir mussten uns sehr durchbeißen. Wir hatten kein Geld für Angestellte und lebten von Verkauf zu Verkauf, mit kaum Kapital für die Anzahlung des nächsten Ankaufs. Allerdings waren wir immer bemüht, uns korrekt zu verhalten, nach besten Kräften im Rahmen unserer Möglichkeiten und - ich betone - ausschließlich nur fantastische, einzigartige Exemplare zu kaufen.

**Heute gilt Curated als einer der weltweit führenden Spezialisten für Vintage-Supersportwagen. Wie haben Sie das erreicht? Gab es ein bestimmtes Auto, das den Ausschlag dafür gab? Oder ein bestimmter Mensch?**

Meinen Geschäftspartnern zu begegnen, hat mein Leben verändert. Sie ermöglichten uns, finanziell zu wachsen, in dem sie uns bei der Absicherung durch echte Finanzinstitutionen halfen, aber vor allem lehrten Alan Lazowski und Jim Goetz mir und Jordi Ricart die Grundlagen, um ein Weltklasse-Business aufzubauen. Noch wichtiger, wie man das macht, während man sich um andere kümmert. Immer das Richtige zu tun, das Wohl der Kunden und Stakeholder im Auge zu behalten, wie auch das der



Angestellten. Jim und Alan waren unsere großen Vorbilder.



**Weshalb haben Sie den Namen „We Are Curated“ gewählt?**

Ich kam auf diesen Namen, als ich erkannte, dass niemand diese Autogeneration als Kunst betrachtete. Der Countach hat das verdient, sie alle haben das verdient. Es schien nur passend einen Begriff aus der Kunstwelt zu verwenden. Anfangs hat das allerdings niemand verstanden.

**Worin unterscheidet sich We Are Curated von den anderen Händlern?**

Liebe. Sie ist unsere Orientierung, unser Leuchtturm. Wir stehen jeden Morgen auf, weil wir Träume erfüllen wollen. Die Träume unserer Kunden, die Träume unserer Teammitglieder. Ich kaufe kein Auto, in das ich mich nicht verliebt habe, wir handeln nicht mit Fahrzeugen, die uns nicht ansprechen. Wir unternehmen alles nur Erdenkliche, damit unsere Kunden zufrieden sind, wir liefern Autos bei Ihnen ab, die schlüsselfertig für den nächsten Concours-Auftritt sind. Das erfordert ein umfassendes Team-Engagement - und es basiert alles auf Liebe.



**Im Zentrum Ihrer Bemühungen stehen besondere und seltene Lamborghini aus den 1970ern bis zu den frühen 2000er Jahren. Warum fesseln Sie gerade diese Modelle?**

Weil ich sie am besten kenne und sie mich bewegen. Mein Vater war während der 1980er und 1990er der bedeutendste Lamborghini-Spezialist der USA. Geradezu zwanghaft penibel brachte er mir jedes Detail nah, er zeigte mir, was diese Autos ausmacht. Ich habe mich seit meiner Kindheit in Fahrgestellnummern, Zeitschriften, Bücher und noch vieles mehr vertieft. Ich mag nicht hyperintelligent sein, aber ich verfüge über ein enzyklopädisches Wissen über diese Lamborghini. Meiner Meinung nach sind sie extrem unterschätzt. Ihre Signifikanz für die Autowelt wird erst jetzt allmählich erkannt, zugleich sind die Produktionszahlen so gering. Wenn ich mich erinnere, sah der Businessplan von Lamborghini vor, in 1998 weltweit 187 Stück zu verkaufen. Ich habe viele Unternehmer und junge Sammler getroffen, die ein Countach-Poster an ihrer Wand hatten. Der Countach hat sie angespornt, mehr aus ihrem Leben herauszuholen zu wollen. Die Auswirkung Lamborghinis auf mehrere Generationen reicht über die Autoszene hinaus. Lamborghini der 80er und 90er Jahren waren für viele ein Erfolgssymbol, sie verkörperten den Geist, etwas leisten und erreichen zu wollen, die waren der Traum und noch so vieles mehr.





**Die Lamborghini jener Epoche sind wild und ungestüm. Was macht sie zu Ikonen?**

Die Lamborghini jener Zeit sind wie exquisite geschneiderte Anzüge. Sie wurden alle von Hand gebaut und sind äußerst selten. Sie haben die Autowelt schockiert und für immer verändert. Sie waren auf Titelseiten, in Filmen und noch vieles mehr. Sie zwangen andere Marken, kühner zu sein und Trends zu setzen. Ich glaube, dass dies ein besonderer historischer Moment war: Visionäre, Ingenieure und Designer erhielten die Freiheit, ein paar wirklich verrückte Maschinen zu entwickeln. Diese Kunstwerke zogen ihrerseits noch interessantere Besitzer an. An diesem Punkt fangen die Reisen dieser Autogeschichten an, wirklich spannend zu werden!



**Eine weitere wichtige Marke in Ihrem Portfolio ist Ferrari...**

Stimmt. Später in den 90er Jahren wurde mein Vater einer der größten Tubi-Style-Händler in den USA, der italienische Spezialist für Aftermarket-Auspuffsyste. Von diesem Moment an verliebte ich mich in F40, F50 und Testarossa. Auch diese Autos sind moderne Kunst. Sie sind fahrbar und zeitlos. Der F40 und der F50 waren zwar Straßenwagen, aber damals beinahe schon Rennwagenversionen. In meinen Augen repräsentieren sie die am meisten authentischen und wichtigsten Modelle, welche die Marke je bauen wird.

**Was ist für Sie das großartigste Autodesign? Und weshalb?**

Marcello Gandini - seine Keilform hat die Autoindustrie für immer geprägt. Selbst heute noch wirken seine Entwürfe perfekt. Ich halte ihn für einen der größten Meister dieses Fachs.

**Und wer war der bedeutendste Ingenieur?**

Ich bin immer wieder beeindruckt von den Entwicklungen und der Leistung des jungen Romano Artioli und der Ingenieure seines Bugatti-Unternehmens in den neunziger Jahren. In wenigen Jahren schufen sie einen der interessantesten Supersportwagen seiner Zeit. Quad-Turbo, Karbon-Monocoque, Allrad und dazu eine fantastische Verarbeitung. Diese Autos wirken nicht, als entstammten sie einem Start-up. Sie sind genauestens durchdacht und immens beeindruckend.





**In diesem Geschäft ist die Fähigkeit, die wesentlichen Autos vom Rest zu unterscheiden ein Schlüssel zum Erfolg. Wie haben Sie das gemacht?**

Durch Recherche. Wenn ich nicht selbst die spezifische Geschichte eines Autos kennen würde, müsste ich mich auf die Hilfe anderer Experten verlassen. Zum Glück kenne ich die Details vieler Fahrzeuge. Die Recherche rund um ein Auto ist wie eine Schatzsuche – man erkundet dessen Geschichte, taucht tiefer ein, bemüht sich, frühere Besitzer und deren Geschichten nachzuvollziehen. Dann, natürlich, die physische Inspektion. Oft genug habe ich mich in unberührte Low-Mileage-Exemplare verliebt, obwohl sie noch nie einen Service hatten und tatsächlich noch die Originalbereifung besaßen. Ich weiß dann, dass niemand an ihnen herumgeschraubt hat. Es ist unsere Aufgabe, sie zu retten und zu neuem Leben zu erwecken. Jedes noch so kleine Detail ist mir wichtig, Abnutzung im originalen Interieur, originale Ausstattungen und so weiter.

**Wie würden Sie die Marktentwicklung dieser Autos im Lauf der letzten fünf bis zehn Jahre einordnen?**

Zum ersten Mal erfahren die Supercars der 80er und 90er Jahren die Wertschätzung von Sammlern, weil sie Investments sind und zugleich benutzerfreundliche Sammlerautos. Inzwischen werden sie von mehreren Altersgruppen in Ehren gehalten.





### Was ist Ihre Prognose für die Zukunft?

Ich denke, dass Autos wie die ursprünglichen, frühen Lamborghini Countach LP400 S „Low Body“-Exemplare, die ersten frühen Countach mit ausgestellten Radgehäusen und Breitreifen, als moderne Kunstwerke beurteilt werden. Für mich ist das der Auftakt. Supercars im Allgemeinen werden langsam als eigene Asset-Klasse betrachtet, doch gibt es auf der Welt kaum eine andere Anlage, die so viel Passion und Spannung in sich vereint. Ich glaube, dass das Momentum für fahrbare, seltene, analoge Supersportwagen gerade am Entstehen ist. Mit jedem Jahr sinkt das Durchschnittsalter unserer Klientel – das ist für die Zukunft dieser Leidenschaft ein aufregendes Phänomen. Als ich aufwuchs, hatte keiner in meiner Schule ein Ahnung, was ein Porsche 959 oder ein Ferrari F50 ist. Heute? Tausende, wenn nicht gar Millionen von Kids und Erwachsene lernen sowas durch die sozialen Medien und Videospiele. Eine Leidenschaft ist entfacht worden, die in der Geschichte des Automobils wohl ohne Parallele ist. Die wichtigsten Marken sind Lamborghini, Ferrari und Porsche. Zugleich ist We Are Curated nicht nur Händler, sondern wir bieten gleich hinter dem Showroom eine Werkstatt – und wir expandieren!



### Welchen Service und welche Expertise bietet Ihre Werkstatt?

In der Werkstatt werden unsere Autos ausschließlich für den nächsten Eigner vorbereitet. Wir verfügen über eine unglaubliche Gruppe von einzelnen Könnern aus der ganzen Welt, die uns darin unterstützen, diese Juwelen zu erhalten, zu restaurieren und zu perfektionieren.

### Wo wollen Sie in 10 Jahren mit We Are Curated positioniert sein?

Ich will nicht noch mehr Autos verkaufen, sondern diese Experience optimieren. Ich glaube, dass die Autos mit denen wir heute handeln, sich im Wert verdoppeln und noch begehrt denn je sein werden. Das heißt in puncto Recherche, Dokumentation und Historie müssen wir noch besser werden! Ich betrachte mich ungern als Autohändler. Eher sind wir Historiker. Wir jagen nach Details, Fakten, Geschichten und Geschichte. Mehr Inhalte, mehr Geschichten und noch ein tieferes Eintauchen in Einzelheiten.





**Auf welche Autos, die Sie vermittelt haben, sind Sie besonders stolz?**

Okay, hier sind meine zehn Favoriten: der Monaco Grand Prix Countach, Porsche GT1 Straßenversion, Miami Vice Testarossa, AMG Hammer Prototype, F40LM, Diablo GT Jota P01, Ford Shelby Cobra Concept, Wolf of Wall Street Countach, Miura SVj, Final Production Enzo.

**Gibt es ein Traumauto, das Sie eines Tages entdecken und weiterverkaufen wollten?**

Es wird angenommen, dass Pagani den Countach Evoluzione beeinflusste, der während eines Versuchs zerstört worden ist: ein blanker Leichtmetall-Countach mit Karbon-Chassis und Karbonfaser überall. Ich möchte einfach nicht glauben, dass es ihn nicht mehr gibt, doch leider könnte das der Fall sein!

**Besitzen Sie selbst Autos? Haben Sie eine eigene Sammlung?**

Ja, ich habe ein persönliches Traumauto, das ich mein Eigen nenne: einen Lamborghini Diablo SE30 von 1994. Vor ein paar Jahren habe ich einen Kredit aufgenommen, um ihn und einen Countach zu kaufen. Ich denke, dass ich beide nie verkaufen könnte.



**Letzte Woche zeigten Sie bei der Monterey Car Week und beim Pebble Beach Concours d`Elegance einige bemerkenswerte Autos. Erzählen Sie uns, mit welchen Exemplaren Sie in Kalifornien waren und wie es war, sie vor dieser großen Kulisse zu präsentieren?**

Wir hatten die Ehre, letzte Woche einige fantastische Autos bei The Quail und beim Pebble Beach Concours d`Elegance vorzuführen: der One-off Lotec C1000, einer von fünf manuellen Murcielago LP670-SV, ein Argento Ferrari F40 und Kode 0. Eine surreale Erfahrung. Es ist der Moment, in dem die harte Arbeit, die Leidenschaft und Hingabe, die Kunstwerke zu erhalten, lebhaft verwickelt werden. Es war schon ein Privileg, eingeladen worden zu sein, eine Präsentation umgeben von Legenden, großartigen Könnern und den ganz Großen der Industrie. Wir spielen eine Rolle in der Historie eines Autos, wir leisten unseren Teil zur Heritage und übernehmen Verantwortung für die Bewahrung. Einen Preis zu erhalten war eine unfassbare Ehre und ein echter Beweis für den unendlichen Einsatz des Teams, die Geschichte eines jeden Autos zu bewahren. Wir sind so dankbar, dass wir eine Rolle bei diesem ikonischen Treffen spielen durften und Teil einer Community sind, die unsere tiefe Zuneigung und Leidenschaft für diese Autos teilt. Jedes Jahr fühlt sich an wie ein Traum.





### **Sehen Sie sich als einen Classic Driver?**

Bis vor Kurzem hatte ich noch nie für mich ein neues Auto bestellt oder gekauft. Deren Technologie ist zwar beeindruckend, aber neuen Autos fehlt die Seele jener unserer Vergangenheit. Ich werde immer ein Classic Driver sein.

*Fotos: Rémi Dargegen von Classic Driver*

**Galerie**



















































































































































































































































