

CLASSIC DRIVER

Treffen Sie die Herren der Youngtimer bei Image Automotive

Lead

Unter dem Dach der britischen Firma Image Automotive sind vier unterschiedliche Tochtermarken untergebracht. Alle bieten eine beeindruckende Auswahl moderner Klassiker mit geringem Tachostand. Classic Driver hat Gründer Lucas Hutchings und Verkaufschef Nick Maingot in Surrey besucht.



Unter englischen Enthusiasten sind The Octane Collection, Millenium Heroes, Fast Classics und Great British Classics längst Qualitätsbegriffe. Diese vier Marken firmieren unter dem Dach von Image Automotive als Spezialisten für die unterschiedlichen Sparten vorwiegend moderner Klassiker und Supersportwagen. Das Unternehmen, das von Lucas Hutchings gegründet wurde und in der britischen Grafschaft Surrey jetzt ein neues Domizil mit rund 372 Quadratmetern bezogen hat, wurde auch durch seine hochwertige Inszenierung der angebotenen Automobile berühmt. Was nicht zuletzt daran liegt, dass Image Automotive auch ein eigenes professionelles Fotostudio unterhält, das die Traumautos begeisternd in Szene setzt. Gründer Lucas Hutchings hat uns verraten, was sonst noch zu ihrem Erfolg beiträgt.



Was ist Ihre früheste Erinnerung an ein Auto?

Es gibt Fotos, die mich als Zweijährigen im Jaguar E-Type meines Vaters zeigen. Wobei ich mich, ehrlich gesagt, daran nicht mehr erinnern kann. Doch nicht nur, dass ich bereits im Kinderwagen wollte, dass es schneller vorwärts geht. Mich faszinierte auch schon früh, wie Dinge wie zum Beispiel der Verbrennungsmotor funktionieren. So kam ich zu den Autos. Mich mit der Tradition von Herstellern zu befassen, die auch von dieser Leidenschaft geleitet wurden, macht mir gerade am meisten Freude.

Hatten Sie immer schon einen Hang zu den Youngtimern und Low-Mileage-Klassikern oder hat sich das erst jetzt entwickelt?

In geschäftlicher Hinsicht: ja. Aber ich mochte Youngtimer eigentlich immer, weil sie sich einfacher und besser fahren lassen. Sie machen meist auch weniger Probleme.



Was war der Anlass, ein Unternehmen mit vier verschiedenen Bereichen zu gründen?

Als ich mit 4 Star Classics begann, war die Vorstellung unseres Bestandes in einem Fotostudio ein Alleinstellungsmerkmal - es gab kaum Händler, die das auch machten. Jetzt, da viele auf den Trend aufgesprungen sind, musste ich mir für Image Automotive etwas Neues ausdenken, das uns von den anderen differenziert. Bei 4 Star Classics haben wir Marketing immer sehr gut beherrscht. Diesen Ansatz wollte ich in weiteren Aspekten des Business erweitern.

Worin liegt der Vorteil, mit vier unterschiedlichen Marken zu operieren?

Es erlaubt uns, eine Vielzahl von unterschiedlichen Fahrzeugtypen vorrätig zu haben, ohne dabei den Status eines Spezialisten einzubüßen. Wir können unterschiedliche Kunden ansprechen und uns in unterschiedlichen Feldern spezialisieren. Die Mehrheit unserer Kunden hat besondere Vorlieben wie beispielsweise MGBs und Triumph oder renntaugliche Ferraris und Porsches. Gleichzeitig sind wir dadurch auch attraktiv für die kleine Gruppe an Sammlern mit breitgefächertem Interesse.



Das kann aber auch seine Tücken haben, oder nicht?

Ja, wir arbeiten im Premiumsegment, also wollen wir immer nur die besten Autos. Wir sind immer ganz aufgeregt, wenn wir ein Exemplar finden, das wie durch eine Zeitschleuse nach 20 oder 30 Jahren zu uns kommt. Es ist einfach wichtig, dass diese Modelle gut gepflegt für künftige Generationen bewahrt werden. Deswegen nehmen wir die Suche nach einer neuen Heimat für sie auch so ernst.





Das macht Ihr Engagement aber nicht leichter?

Einen guten Bestand zu organisieren ist schwierig, genauso wie die Vorbereitung gemäß unserem anerkannten Standard. Aber mit unseren vier Brands können wir das Netz für potenzielle Kandidaten noch weiter auswerfen. Wir weisen viel mehr angebotene Fahrzeuge zurück, als wir Autos mit geringerer Qualität annehmen, damit sich unsere Betriebskosten rechnen.

Was können Kunden von Image Automotive erwarten, was sie woanders nicht finden würden?

Unsere Expertise liegt im Marketing und in der Werbung - wir versuchen unsere Autos in der bestmöglichen Art und Weise zu präsentieren. Das gefällt auch den anspruchvollsten Kunden. Ähnlich wie bei Classic Driver zählt auch für uns ganz wesentlich, wie etwas nach außen dargestellt wird. Letztlich sind wir wie unsere Kunden einfach Enthusiasten, die von den selben Automobilen fasziniert sind wie sie. Es ist essentiell, eine gute Beziehung aufbauen zu können.



Wie hat sich in den letzten fünf Jahren der Markt für moderne Klassiker verändert und wie wird er sich zukünftig weiterentwickeln?

Ich verrate Ihnen kein Geheimnis mehr, wenn ich sage, dass diese Autos hochrentabel sind. Neben den Sammlern kaufen inzwischen auch Investoren. Der Markt zeigt uns, dass limitierte Modelleditionen sehr attraktiv sein werden und dass die Kurve der Wertminderung lange nicht mehr so steil verläuft, wie einst. Nehmen wir als Beispiel den Ferrari 360 Challenge Stradale, der acht oder zehn Jahre lang stetig an Wert verloren hat, dessen Preise aber jetzt stark ansteigt. Im Handel mit klassischen Automobilen wird sich dieser ausgeprägte Trend der letzten Jahre sicher nicht so schnell in sein Gegenteil umkehren. Die Umsätze werden zwar nicht mehr so stark explodieren, aber auf dieser Basis dürften sich die Geschäfte kontinuierlich weiterentwickeln. Andererseits bin ich auch kein Finanz-Insider.



Welches Auto hätten Sie im Lauf Ihrer Karriere gerne für sich behalten?

Ich denke, dass wir uns alle wünschen, wir hätten vor einem Jahrzehnt eine Scheune mit Low-Mileage-Exoten gefüllt. Leider, leider war das nicht der Fall.

Was fahren Sie persönlich am Wochenende?

Meinen BMW M3 CSL - er hat über 100.000 Kilometer auf dem Zähler und so viele kleine Steinschlag-Dellen, dass ich ihn nach Lust und Laune ausfahren kann, ohne mir große Sorgen um die Erscheinung machen zu müssen.

Fotos: [Tim Brown](#) für Classic Driver © 2015

Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/autos/treffen-sie-die-herren-der-youngtimer-bei-image-automotive>
© Classic Driver. All rights reserved.