

Maschinen, Mythen und Millionen



Automobile Klassiker sind Kapitalanlage, Kulturgut und Glücksversprechen zugleich.

Und die Oldtimer wollen nicht nur bewundert, sondern auch bewegt werden.

Ulf Poschardt ist mit seinem Testarossa nach Italien gefahren, in die Heimat

seines Ferraris – mitten hinein in eine Welt voller Leidenschaft

W

Wenn Autos die Doubles ihrer Besitzer sind, dann war das für meine runtergerockte italienische Schönheit der wohl aufregendste Moment ihrer 38 Lebensjahre. Der schwarze Testarossa mit dem Berliner Kennzeichen war zu Besuch bei den königlichen Hoheiten seiner Familie. Und dass es Familie ist, war daran zu erkennen, dass der Testarossa mit seinen 98.000 Kilometern auf dem Tacho und den Spuren seines Lebens voller Leidenschaft und auch liebevoller Pflege ganz selbstverständlich zwischen all den Autos stand, die weltberühmt, 100 Millionen Euro teuer oder einfach nur Gänsehaut produzierende Ikonen der Automobilgeschichte sind.

„Wir sind hier eine Familie“, erklärt der charismatische Chef der Classiche

Werkstatt, Andrea Modena. Und in jeder Familie, auch den wohlhabendsten und glamourösesten, gibt es eben schwarze oder bescheidene Schafe. In dem Fall: mein Testarossa und ich.

Die Werkstatt von Classiche ist Herz und Seele der Marke Ferrari. Im Zentrum der alten Fabrik, die Enzo Ferrari 1942 in Maranello in ein ziemlich blauerliches Nichts gesetzt hat, stehen an diesem Vormittag Ende Mai Fahrzeuge, die addiert mehr als eine halbe Milliarde Euro wert sind. Der Testarossa aus dem Jahr 1958 mit dem Motor des Mille-Miglia-Ferrari 335 S von Alfonso de Portago, der mit dem Auto tödlich verunglückte und dabei zehn weitere Menschen mit in den Tod riss, darunter fünf Kinder. Jeder, der Michael Manns Ferrari-Epos aus dem Jahr 2024 kennt, weiß: eines der furchterlichsten Unglücke der Rennsportgeschichte, das zum Aus des traditionellen Straßenrennens in Norditalien führte.

Direkt neben de Portagos Motor steht der ikonisch gewordene 212 des weltberühmten kommunistischen Regisseurs und Ferraristi Roberto Rossellini. Im Juni 1953 hatte sich Rossellini

mit seiner noch berühmteren Ehefrau Ingrid Bergman in diesem Ferrari auf den Weg von Rom nach Stockholm gemacht – eine Strecke von rund 2700 Kilometern, die sie in weniger als 50 Stunden zurücklegten. Der Wagen, ein Pininfarina-Coupé mit V12-Motor, war nicht nur ein Hochzeitsgeschenk, sondern ein romantisches Eheversprechen auf einen Alltag ohne Langeweile, aber mit jeder Menge Raserei. Anstatt zu fliegen, wählte Rossellini den Ferrari, ohne Chauffeur. Da der Ferrari über kaum Stauraum verfügte, wurde ein Gepäckträger auf dem Dach montiert – eine Premiere für die Marke und ein pragmatisch anmutender Hinweis darauf, dass dieses Fahrzeug nicht für Ausstellungen, sondern für das Reisen und Rasen gebaut wurde. Rossellini steuerte den Wagen mit hoher Durchschnittsgeschwindigkeit, kaum Pausen und einer Fahrweise, die dem professionellen Rennsport nahekam.

Die Reise wurde unter Autofans und Medien schnell zur Legende. In Stockholm angekommen, mitten in der Nacht, musste die Polizei die Menge zurückhalten, die sich vor dem Hotel

Eleganz und Schönheit:
Bei der Veranstaltungsreihe
Fuori Concorso treffen sich Automobil-
Enthusiasten am Comer See



Erschwinglich: Der K 70 war VWs erster Wagen mit Frontantrieb und Wasserkühlung



Der Trabant zählt - wie der K 70 - zu den Einstiegsmodellen für Sammler. Bei Oldtimer-Treffen in Deutschland sind sie Attraktionen

versammelt hatte. Dieses Dingsymbol europäischer Hochkultur fällt an diesem Maivormittag 2025 in dem Allerlei berühmter Rennhistorien kaum auf. Und dazwischen mein Sparmobil.

Wenige Tage vorher durfte der Testarossa, der wie alle Ferrari hier geboren wurde, in der Nähe seines Kreißsaals bestaunt werden. Als der Testarossa gebaut wurde, 1987, lebte Enzo Ferrari noch, und es ist nicht unwahrscheinlich, dass der auch diesen Monodado mit den ikonischen Zentralverschlussfelgen in seinen Fabrikhallen begutachtet hat. Zum einen, weil er in der seltenen Konfiguration nero metallizzato mit schwarzem Leder für einen Hamburger Apotheker angefertigt wurde, zum anderen, weil der Firmengründer bis an das Ende seiner Tage das eigene Fabrikgelände wie ein aufmerksamer Monarch durchstreifte und dabei besetzte. In der Welt von Ferrari gelten jene Fahrzeuge, die potenziell noch von den Augen des Gründers inspiziert wurden, als besondere Reliquien im Markenkult.

Wie kaum eine andere Marke im Hyperkapitalismus hat Ferrari die DNA des Gründers internalisiert und zum Sinnzentrum der Produktion und des Mehrwertes definiert. Die Marke erzeugte mehr oder weniger unmittelbar nach Gründung 1947 eine Art religiöse Verehrung, die seither wuchs und global verbreitet wurde. Maranello ist in Italien der zweite Vatikan. Für die weltweite Gemeinde der Petrolheads ist sie wie Weissach (Porsche) oder Sant'Agata Bolognese (Lamborghini) ein Sehnsuchtsort. Und in einer zunehmend abstrakt, kühl und digital werdenden Ökonomie sind Marken, die Mythen sind, besonders erfolgreich.

Im Juni 2025 liegt die Marktkapitalisierung von Ferrari je nach Quelle zwischen etwa 85,4 Milliarden und 116,9 Milliarden Dollar. Damit zählt Ferrari zu den wertvollsten Automobilherstellern weltweit. Das Geschäftsmodell basiert auf Exklusivität und begrenzter Stückzahl, was zu einer hohen Nachfrage und starken Margen führt. Trotz niedriger Produktionszahlen erzielt das Unternehmen dadurch eine außergewöhnlich hohe Bewertung. Diese ist ohne Kultur, Tradition und einem fast intellektuellen Markenverständnis nicht vorstellbar.

Diese Markenpflege im Sinne der Tradition ist nahezu überall zu spüren. In Fiorano zum Beispiel. Der hauseigenen Rennstrecke, auf der von Niki Lauda bis Lewis Hamilton alle Formel-1-Legenden ihr Sportgerät um die Ecken jagten. Jetzt eben auch der alte Testarossa und jeder Meter davon ist eine Art Reinkarnation jener Geburtssituation, bei der nach dem Verlassen des Produktionsortes die ersten Kilometer jedes Ferraris in diesen Ecken der Region gefahren wurden. Natürlich wäre es albern zu behaupten, dass der alte italienische Sportwagen seit diesem Moment besser und fehlerfreier fährt, aber als rationaler Zeitgenosse überhaupt so etwas zu denken, verdeutlicht, dass im Inneren auch des kühlen, abstrakten Kapitalismus das Romantische eine hohe Funktionalität besitzt. Oder um es genauer zu formulieren: Luxus funktioniert nur über kulturelle Valorisierung. Ein Produkt, das in seiner Funktionalität aufgeht, verführt selten.

Andrea Modena ist der Hohepriester der Tradition bei Ferrari. Der Maschinenbauingenieur kam aus der Rennsportabteilung zu Classiche. Und das ist eine geradezu ideale Fluchtlinie. Das Wesen von Ferrari ist es, Rennen zu gewinnen. Als Modena an einem sonnigen Morgen im Archiv seiner Abteilung steht, wie immer ebenso lässig wie elegant angezogen, beantwortet er die zentrale Frage „Wer ist Enzo Ferrari?“ knapp und klug: Ein Verrückter. Warum? Weil er besessen war, die schnellsten Autos zu bauen, Autos, die alle auf der Rennstrecke besiegen, Autos, die gefährlich, dramatisch und eben unbeherrschbar waren. Das Ökonomische hat Ferrari nie interessiert. Die Straßenfahrzeuge waren nur Ableitungen dieser Obsession. Der Mythos von Ferrari lebt auch davon, dass dieser obsessive Fokus stets das Wesen der Marke definiert hat, auch wenn einige Produkte wie ein Ferrari 308 in der Urversion eher gemütliche denn sportliche Produkte waren.



In Szene gesetzt: Der international bekannte Fotograf Dylan Don zeigt seine Werke auf einer Ausstellung im Comer See, darunter der Porsche 911 Carrera RS



Es gibt eine neue Generation von Sammlern mit neuen Vorlieben

SIMON KIDSTON, Oldtimer-Experten und -Händler sowie Moderator des Events Concorso d'Eleganza

Doch auch deren Wesen lernt man auf der Rennstrecke kennen. Deshalb ist es nur folgerichtig, wenn Ferrari für seine Kunden mit alten Ferraris auch einen Fahrkurs anbietet - in Fiorano auf der heiligsten Rennstrecke für Ferraristi. Diese Herangehensweise verlangt Mut - besonders, wenn der eigene Wagen sechs- oder siebenstelligen Summen wert ist. Wer sein Auto wirklich liebt, muss es beim Heizen über die Rennstrecke auch zu sich selbst kommen lassen.

Der Autor dieser Zeilen tat sich damit schwer. Die Leidenschaft für italienische Sportwagen, gepaart mit einem überschaubaren Budget, hat ihn gelehrt, die Fahrzeuge nicht langsam, aber dennoch sehr behutsam zu bewegen. Jeder Verschleiß ist unsagbar kostbar. Und doch: Als sich die Ge-

legenheit bot, einen Ferrari Daytona auf der Rennstrecke zu fahren, war das ein Moment, der sich tief einprägte. Der hellblaue Klassiker - Baujahr 1973, Wert um die 800.000 Euro - ist ein Denkmal auf Rädern. Es fiel schwer, ihn über die Curbs zu jagen. Widerstand regte sich im Herzen und in der Lenkung.

Die Erkenntnis war erhellend und befreiend zugleich: Der Daytona ist auf der Rennstrecke ein schöner, aber trüger Gefährte. Das Überraschende aber war, wie viel agiler, präziser und unterhaltsamer der vergleichsweise günstige Ferrari Mondial wirkte - ein Modell, das im Kanon von Ferrari-Favoriten sonst kaum vorkommt. Der Daytona blieb unversehrt, der Instrukteur schmunzelte. Man hatte den Eindruck, dass meine Ehrfurcht zu groß war. Und doch: Auch das ist Teil des Programms. Ferrari will zeigen, dass selbst ein Daytona nicht zum Stillstand verdammt ist. Deshalb gibt es mittlerweile sogar Hobbyrennfahrer, die alte Ferrari-Formel-1-Boliden in einer eigenen Rennserie gegeneinander antreten lassen.

Die Mechaniker behandeln den Medienheini anders bei dem Fahrkurs, wenn sie mitbekommen haben, dass dieser komplett der Familie verfallen ist. Sie streicheln und säubern das Auto und drängeln sich, als es darum geht, den Testarossa wieder in die Fabrik zu fahren. „Que bella macchina“, zwinkern sie dem vor Stolz fast platzenden Besitzer zu, der auf der Rennstrecke gleich wieder in einen hellblauen Daytona einsteigen darf, der gut sechsmal so viel wert ist. Es ist eine fantastische Welt, in der es ausschließlich um Leidenschaft geht. Und die fängt im Zweifel mit einem runtergerammelten Ferrari Mondial an, der für den Preis eines normalen, bescheidenen Golfs zu haben ist.

Am Ende des Lehrgangs überreicht der Leiter der Classiche-Abteilung jedem Teilnehmer eine Urkunde - persönlich mit Handschlag, vor einem gemeinsamen Mittagessen. Dabei will Modena von jedem wissen, wie er zu seinem Wagen gekommen ist, was ihn daran fasziniert, welche Geschichten sich darum ranken. Ferrari interessiert sich nicht nur für PS-Zahlen und Seriennummern. Sondern auch für das, was man gemeinhin Geschichte nennt: Gespräche, Erinnerungen, private Recherchen. Das macht die Classiche-Abteilung zu einer Art sozialem Archiv der Marke.

Wohin diese Haltung führen kann, lässt sich dann wenige Tage später am Comer See erleben. Ende Mai versammelt sich dort das Who's Who der automobilen Kultur, beim Concorso d'Eleganza in der Villa d'Este. Zwischen Seeterrassen und Marmorsäulen stehen die wichtigsten Fahrzeuge der Automobilgeschichte - sorgfältig kuratiert, fein silberlich aufgereiht. Es ist eine Art europäisches Festival des automobilen Erbes. Neue Marken wie die des jungen Marc Philipp Gemballa mit seinem aufregenden Porsche-Remix Marsien treffen auf neue Konzepte von Routiniers aus der Familie des Alpina-Gründers Burkard Bovensiepen, die ein atemberaubendes Coupé in Zusammenarbeit mit Andrea Zagato vorgestellt haben.

In verschiedenen aneinandergereihten Parks der Villen am See hat der benzinsüchtige CEO der Luxusmodemarke Larusmiani, Guglielmo Miani, über Jahre ein einzigartiges Schauspiel arrangiert. Wer Autos liebt, wie andere Kunst, findet hier Louvre, Prado und Alte Pinakothek zusammen. Begonnen hat der Fuori Concorso als ergänzende Veranstaltung zum Concorso d'Eleganza, mittlerweile trägt er dessen Ruhm entscheidend mit.

Jedes Jahr zieht er mehr Marken an, die sich im Licht dieser mediterranen Perfektion spiegeln wollen. Es ist eine Mischung aus Bummel in den schicksten Mailänder Einkaufsstraßen, wo Miani zu Hause ist, und einer geradezu obsessiven Genauigkeit wirklich nur das Beste vom Besten zur Schau zu stellen. Dazwischen die perfekte Espresso-Bar mit Sandwiches im Schatten riesiger Villen-Platanen. Nichts stört das Auge. Auf dem See rasen die Riva-Boote und Touristenschiffe. Seit er 19 Jahre ist, sammelt Miani Autos, „also, bevor alles so teuer wird“, wie er grinsend hinzu-

Blick in die Geschichte: Die Veranstaltungen Concorso d'Eleganza und Fuori Concorso sind Festivals des automobilen Erbes. In den Parks am Comer See sind verschiedenste Fahrzeuge zu bestaunen, darunter ein Bizzarrii Europa 1900 GT (o.) und ein Glücksbaum 002S LMH (u., von oben)



Besitzer einer unglaublichen Sammlung: Guglielmo Miani hat den Fuori Concorso ins Leben gerufen



fügt und sein Gegenüber mit seinen stahlblauen Augen mustert. Jeden Tag ist er von morgens bis abends auf dem Gelände, inspiziert alles, macht Selfies, freut sich über die langen Schlangen am Eintritt und Legenden wie Harry Metcalfe, einen der einflussreichsten Auto-Journalisten der Welt.

Zentrum des Wochenendes bleibt aber der Concorso am Samstag in der Villa d'Este. In deren Garten wird fortgesetzt, wo der Fuori Concorso zwei Kilometer vorher aufhört. Der Como Car Week gelingt so mühelos, woran die deutschen Debatten um Mobilität so gern scheitern: Nach drei oder vier Tagen bei den Ausfahrten, Partys, den Ausstellungen und Concorsi ist so unbestreitbar, dass ein Dino 206 oder Bizzarrii 1900 Stradale ebenso sehr für europäische Hochkultur stehen wie eine Picasso-Skulptur oder Gemälde von Francis Bacon.

Wenn am Nachmittag des Samstags die Autos zum Leben erweckt werden und die vornehme Gemeinde - auch die Monteure tragen da schon mal einen Maßanzug - auf langen Kiespfaden Richtung Simon Kidston rollt, erhält die Begeisterung eine erste Klimax, weil die Autos stinken, schreien, scheppern und einige Zylinder mit ihrem Lärm für Gänsehaut und Verzückung sorgen. Kidston, der wohl berühmteste Autohändler im Bereich des Hyperluxus, moderiert den Concorso seit 25 Jahren, und niemand weiß so viel über Autos, niemand ist bei seinen Anekdoten und Pointen so geschmackvoll und niemand führt bei den kurzen Inter-



Großes Spektakel: Die Autos schreien, lärmen, scheppern und sorgen so für Gänschaut und Verzückung



Hochkultur: Wer Autos liebt, wie andere Kunst, findet in den Parks der Villen am Comer See, Louvre, Prado und Alte Pinakothek zusammen



views mit den Besitzern so unterhaltsam informative Gespräche. Er ist ein Botschafter und Professor automobilier Hochkultur.

Frägt man Kidston im Nachgang zum Concorso, für den er am Samstag von einer betuchten Elite bejubelt wird und am Sonntag im Park der Villa Erba von der breiten Masse in einem einzigartigen Schaulauf der Gewinner und Fastgewinner – fragt man also Kidston, wie es im 21. Jahrhundert dazu kommen konnte, dass sich der Markt der klassischen Automobile so entwickeln konnte, erinnert er sich an die Anfänge der Gegenwart: „Im Jahr 2000 befanden wir uns mitten im Platzen der Dotcom-Blase, und alle Märkte waren von Unsicherheit geprägt“, sagt

Kidston. Heute sei die geopolitische Lage weltweit noch komplexer, und die Stimmung sei erneut stark von Zurückhaltung geprägt. Aber in der Zwischenzeit habe sich viel verändert: „Eine ältere Sammlergeneration ist zurückgetreten, während eine neue Generation mit anderen Vorlieben aufgetreten ist – und es sind unzählige neue Fahrzeuge entstanden, die heute bereits als sammelwürdig gelten. Online-Verkäufe sind mittlerweile völlig normal, besonders bei jüngeren, standardisierten Modellen. Auch sogenannte Restomods – modernisierte Klassiker – werden nicht nur akzeptiert, sondern gewinnen inzwischen an Wert. Wer beim letzten Einbruch des Marktes eingekauft und seine Fahrzeuge behalten hat, konnte finanziell stark profitieren. Wer in den letzten

zehn Jahren gekauft hat, hatte nur dann Erfolg, wenn er gut informiert war – oder Glück hatte.“

Wer bei Kidston kauft, verlässt sich weniger auf Glück, denn auf eine Expertise, die ihren Preis hat. Er verkörpert den absoluten Peak des Oldtimerhandels. Natürlich suchen auch Auktionshäuser die Nähe zu diesem Expertentum. Am Comer See versucht Broad Ar-

row mit einer illustren Schar von Einsteiger- und High-End-Modellen Käufer zu finden. Unter den Besuchern der Exponate ist auch eine Berühmtheit der diskreten deutschen Ferrari-Welt anzutreffen: Andreas Birner. Der 50-Jährige ist seit Kindheitstagen vom Ferrari-Virus befallen. Aus der frühen Leidenschaft wurde ein Beruf: Er sammelt seit 1992 akribisch Daten zu Ferraris,

schreibt Artikel, berät Käufer und Verkäufer – und kennt dank seines Netzwerks die Storys hinter den Chassisnummern wie kaum ein anderer.

Birner ist so etwas wie ein Ferrari-Makler: Er bringt Besitzer seltener Modelle mit potenziellen Käufern zusammen – diskret, zuverlässig, detailversessen. Seine Provision verdient er weniger mit Lautstärke, als im Zweifel mit Wissen, Vertrauenswürdigkeit und Netzwerk. Für ihn sind viele Ferrari-Modelle Kunstwerke mit Seele. Er warnt jedoch davor, Oldtimer nur als Wertanlage zu sehen – der emotionale Mehrwert sei entscheidend: Fahrspaß, Design, Geschichten. Wer nur auf Wertzuwachs spekuliert, landet oft auf der Nase. In den 1980ern, so Birner, explodierten die Ferrari-Preise. Nach En-

zo Ferraris Tod 1988 ging der Markt durch die Decke – um 1991 spektakulär zu kollabieren. Seither ist vieles stabiler, aber auch differenzierter. Nicht jedes Modell ist ein Goldesel. Erfahrung zählt mehr denn je.

Birner beobachtet, dass jüngere Sammler weniger Wert auf muscled Garage, als vielmehr auf Fahrbarkeit und Nutzung legen. Youngtimer aus den 80ern bis 2000ern sind gefragt. Klassiker der 50er verlieren an Relevanz – die Szene wird jünger und bewegter. Sein Tipp für stabile Ferrari-Werte: die „Big Five“ – 288 GTO, F40, F50, Enzo Ferrari und LaFerrari. Begrenzte Stückzahlen, ikonisches Design, emotionale Strahlkraft. Das sind die Postercars der Millennials – und potenzielle Millionenwerte von morgen.

Der Luxus liegt im Fahren und Erleben

GUGLIELMO MIANI, Gründer des Automobil-Events Fuori Concorso

Ferrari-Classic ist Herz und Seele der Marke. Hier werden historische Ferrari-Modelle restauriert und zertifiziert. Es ist zudem das Archiv des Unternehmens. Der Testarossa des Autors (r. u.) erfährt dort Anerkennung. Andrea Modena (r. u.) leitet die Abteilung.



Egal, ob Kauf, Verkauf oder Bewertung: Birner hilft mit Expertise, dem unerlässlichen Gespür für Substanz – und dem Anspruch, keine Blender zu bedienen. Die sind in der Ferrari-Welt leider nicht selten. Seine Kunden sind diskret, vermögend und wissen seinen realistischen Blick zu schätzen. Er selbst fährt einen braun-metallic Ferrari 308 Dino, und fragt man den bescheidenen Niedersachsen nach seinem Traum, wenn die sprichwörtliche Fee einen Wunsch erfüllen sollte, dann gibt er eine ebenso nerdige wie perfekte Antwort: „Wenn Geld keine Rolle spielen würde, wären drei meine Wahl: ein 250 GT California Spyder SWB mit abgedeckten Scheinwerfern, ein 275 GTB/6C Longnose Aluminium mit außen liegendem Tankdeckel oder alternativ ein 275 GTB/4 Aluminium, und ein F40. Für mich die perfekte Ferrari-Garage!“

Während der Como Car Week sammelt er wie immer Geschichten, Wissen und Kontakte. Leute wie Birner machen dort weiter, wo die Archive von Ferrari und die Kiesauffahrten der Villen am Comer See enden. Die Vintage-Welt ist eine bunte, stetig wachsende, und natürlich ist sie nicht nur für Millionäre und Bestverdiener.

Auch andere Marken haben bemerkenswerte Wertentwicklungen. Der Porsche 911 Carrera RS 2.7 hat sich zwischen 2000 und 2014 im Wert verzehnfacht. Aber es gibt auch Einstiegs-Oldtimer wie den VW K 70 und Trabant, die zwischen 2018 und 2022 Wertzuwächse von mehr als 80 Prozent erzielten und damit viele Aktienindizes übertrafen. Der K 70 war VWs erster Wagen mit Frontantrieb und Wasserkühlung – ein technischer Vorläufer des Passats. Dennoch wurde er lange als „vergessener VW“ übersehen. Seine Wiederentdeckung in Sammlerkreisen sorgte für einen rapiden Imagewandel. Der K 70 wurde nur von 1970 bis 1975 gebaut – insgesamt circa 210.000 Exemplare. Viele Modelle rosteten schnell. Heute existieren nur noch wenige zugelassene Fahrzeuge in gutem Zustand. Bei Oldtimer-Treffen in Deutschland sind gut erhaltene Brot- und Butter-Autos oft die Stars: Exzellente erhaltene Audi 100, der Jeans-Käfer der Oma, die Heckflosse von Mercedes.

Selbst diejenigen, die sich keinen Oldtimer leisten können, genießen die Aura als Besucher und Fans. Längst ist aus dem Rummel um Oldtimer ein Magnet jedweder Form von Hedonismus geworden: von Ausfahrten in Champagner-Anbaugelände über die Ausstellungen in Kunstmuseen über Pininfarina und Gandini bis hin zu einer Art glamourösen Fotokunst, die nicht mehr nur in den blank polierten Garagen von Multimillionären hängt, sondern in konservativen Villengrundstücken von Winterhude über Keitum bis Tutzing. Einer der sinnlichsten Agenten der Ästhetisierung der Autokultur ist Lorenzo Botero. Gerade ist der fünfte Band seines hyperglamourösen Werkes als strikt limitiertes Coffee-Table-Book erschienen.

Für Botero liegt die wahre Schönheit eines Autos nicht im PS-Wert oder der Höchstgeschwindigkeit. Es ist das Licht, das über die Karosserie tanzt, die Linie, die das Auge weiterzieht, und die stille Präsenz, mit der ein Fahrzeug einfach da ist. Für ihn ist Design Poesie in Bewegung – jede Fläche ein Vers, jede Rundung ein Reim.

Vor allem bei klassischen Fahrzeugen kommt diese emotionale Verbindung zum Tragen. Ihre Ausstrahlung ist nicht nur eine Frage der Form – es ist die Zeit, die sie in sich tragen. In der Patina alter Lederpolster, im leicht stumpfen Chrom, in der Mechanik, die noch fühlbar arbeitet, steckt eine Geschichte. Je analoger, desto größer die Seele.

Besonders Vintage-Sportwagen faszinieren Botero. Sie sind auf das Wesentliche reduziert – leicht, direkt, kompromisslos. Keine Displays, keine Assistenzsysteme, nur pure Funktionalität. Sie wurden gebaut, um zu fahren – nicht, um zu gefallen. Diese Form der Konzentration auf das Wesentliche findet er heute selten.

Und wie ist es mit den Menschen, die diese Autos sammeln und fahren – sind sie glücklicher als andere? Botero zögert, dann sagt er: „Sie sind leidenschaftlicher. Sie schätzen Dinge, die bleiben. Das verrät viel über ihren Blick auf

„Ein Ferrari muss immer ein echter Ferrari bleiben“

Classiche-Chef Andrea Modena erklärt, wie der Sportwagenhersteller Marke und Geschichte pflegt

Wenn Ferrari ein Mythos ist, dann ist Andrea Modena einer seiner stillen Hüter. Als Leiter der Abteilung Ferrari Classic kümmert er sich seit 2020 um die Geschichte – aber mit Blick auf die Zukunft. Der Maschinenbauingenieur arbeitete zuvor in der Rennsportabteilung des Unternehmens. In Maranello spricht er über den Werterhalt historischer Fahrzeuge, Kunden zwischen Leidenschaft und Investment – und darüber, was Ferrari auf Dauer Ferrari bleiben lässt.

ULF POSCHARDT

WELT AM SONNTAG: Herr Modena, was genau macht Ferrari Classic?

ANDREA MODENA: Die Abteilung wurde 2006 auf Initiative von Jean Todt gegründet, der damals CEO war. Er erkannte, wie wichtig es ist, unsere Geschichte systematisch zu pflegen. Zunächst geschah das ausschließlich in Maranello. Zehn Jahre später entstand die Idee, auch international zertifizierte Werkstätten einzubinden. So entstand 2014 das Konzept der „Officina Classica“ – heute gibt es 74 dieser Partnerbetriebe weltweit, alle geschult und von uns regelmäßig überprüft. Seit 2022 können alle autorisierten Ferrari-Werkstätten Zertifizierungsprozesse anstoßen, auch wenn die finale Entscheidung ausschließlich in Maranello getroffen wird.

WAMS: Wie läuft diese Zertifizierung ab?

MODENA: Fahrzeuge bis Baujahr 1974 müssen wir physisch sehen. Bei späteren Modellen arbeiten wir digital: mit einem durch KI unterstützten Bildvergleichssystem. Nur wenn es Abweichungen oder Unklarheiten gibt, holen wir das Auto zu uns. Der technische Fortschritt – und die industrielle Reproduzierbarkeit der Bauteile – macht das heute möglich. Bei älteren Modellen, etwa mit Colombo-Motoren, reicht das nicht: Da öffnen wir den Motorblock, analysieren Material, Hubraum, Verdichtung – wie kürzlich bei einem

vermeintlich originalen Motor von 1954, der sich als perfekt gebaut, aber komplett modernisiert herausstellte. Er sah aus wie ein Original – war aber keins. Genau deshalb braucht es uns: um die Geschichte zu schützen.

WAMS: Und zugleich steigen die Preise alter Ferraris. Wie erleben Sie das Verhältnis von Leidenschaft und Investment?

MODENA: Natürlich sehen wir Wertsteigerungen. Aber das erklärt sich nicht allein aus der Geschichte. Der begrenzte Umfang unserer Produktion spielt ebenso eine Rolle wie die Authentizität. Es gibt Nischenmarken mit noch kleineren Stückzahlen, deren Modelle teils höhere Werte erzielen als unsere. Aber was Ferrari auszeichnet, ist nicht nur die Marke, sondern auch das persönliche Vermächtnis. Unsere größte Herausforderung? In 78 Jahren muss jemand hier sitzen, in diesem Büro – und sagen können: Die Ferraris aus den 2020er- und 2030er-Jahren sind ebenso erkennbar authentisch wie die von 1954 oder 1973. Sie müssen Ferrari bleiben. In ihrer Technik. In ihrem Geist.

WAMS: Was ist Ihre Erfahrung mit den Kunden – Investoren oder Enthusiasten?

MODENA: Die meisten unserer Kunden sind emotional stark eingebunden. Ich bekomme mehr Mails, in denen sich Kunden beschweren, weil sie seit einer Woche keine neuen Fotos von ihrer laufenden Restaurierung erhalten haben, als solche, die nach Lieferverzögerungen fragen. Natürlich gibt es auch Investoren – vielleicht zehn Prozent –, denen es primär um Wertentwicklung geht. Aber sie sind selten langfristige Partner. Die meisten anderen begleiten ihre Autos seit Jahrzehnten. Ein amerikanischer Kunde etwa schrieb mir: „Ich habe das Auto endlich gekauft. Bitte bringen Sie es bis September in einen guten Zustand für die Cavalcade – danach können Sie es in Ruhe restaurieren, damit ich 2028 an der Mille Miglia teilnehmen kann.“ Das ist keine Kalkulation. Das ist Passion.

WAMS: Man sagt oft: Wer nur investiert, kann sehr reich, aber auch sehr traurig sein. Erleben Sie Ihre Kunden als glückliche Menschen?

MODENA: Viele schon. Vielleicht liegt das Besondere darin, dass man einen Ferrari nicht nur anschauen kann – man kann ihn erleben. Man hört ihn, riecht ihn, bewegt ihn. Anders als bei Kunstwerken geht es hier um eine körperliche, umfassende Erfahrung. Manche Sammler bauen sogar ihre Wohnräume um die Garage herum. Für sie ist der Wagen ein Teil ihres Lebens. Kein Museumsstück.

WAMS: Aber es gibt auch Sammler, die ihre Autos kaum bewegen, oder?

MODENA: Natürlich. „Garage Queens“ gibt es – Fahrzeuge, die nur für Shows gefahren werden. Aber ich würde sagen, rund 50 Prozent unserer Kunden nutzen die Autos regelmäßig. Vor einigen Jahren wollten wir die „Historic Challenge“ wiederbeleben – eine Rennserie für klassische Ferraris. Damals sagten viele Sammler: „Wir sind dabei – aber nur, wenn alle Wagen original sind und keiner riskieren muss, gegen getunte oder replizierte Fahrzeuge zu fahren.“ Es braucht Vertrauen, dass auch der andere das Auto respektiert. Ein Kunde etwa brachte seinen 250 LM, als wir einen Film drehen für Ferrari. Danach fragte er: „Kann ich meinen anderen Testarossa auch noch mitbringen?“ Solche Momente zeigen: Diese Menschen leben ihre Leidenschaft – mit Ehrat und Liebe zum Original.

WAMS: Gibt es auch Ausnahmen, wie die berühmte 86-jährige Dame aus Neuseeland, die ihren Ferrari noch täglich fährt?

MODENA: Oh ja, das war ein magischer Moment. Sie kam spontan mit ihrem 166 Sport vorbei, als wir mit dem Parosangue unterwegs waren. Das sind Begegnungen, die zeigen, dass Ferrari nicht einfach ein Auto ist. Solche Geschichten sind selten, aber nicht einzigartig. Bei der 60-Jahr-Feier des Ferrari 275 in Deutschland waren zwei Fahrzeuge mit ihren Erstbesitzern dabei. Eines wurde noch aktiv gefahren – nach sechs Jahrzehnten. Diese Verbindung ist tief.

Dabei ist Don kein Sammler im klassischen Sinn. Kulturpflege interessiert ihn wenig. Investitionsstrategien nur insoweit, als sie den Spaß finanzieren. „Das Glück ist Prio Nummer eins“, sagt er – und meint damit nicht den Zufall, sondern die emotionale Aufladung, die ein Handschalter, eine originale Linie, ein wenig Patina und gelegentlich sogar die Sorge ums Fahrzeug mit sich bringen. Die Welt der klassischen Autos hat sich für ihn gewandelt: Sie ist jünger, stilbewusster, internationaler geworden – „Wein statt Bier, Design-Talk statt nur PS-Ge-

quatsche“. Modelle aus den 90ern, einst unterbewertet, steigen rasant im Preis; Originalität zählt wieder mehr als überrestaurierte Perfektion. Trotz wachsender Kommerzialisierung bleibt für Don klar: Autos sind keine Spekulationsobjekte, sondern Persönlichkeiten mit Oberfläche und Tiefe – und wenn man sie richtig inszeniert, dann erzählen sie Geschichten, die länger nachhallen als der Sound ihres Motors.

Am Ende mehrerer Wochen in einem alten italienischen Sportwagen kommt dem Autor auf der langen Fahrt nach Hause der erlösende Gedanke. Auch bei Sportwagen folgt die Form der Funktion. Und die bestand ursprünglich natürlich im schnellen Fahren auf langen Geraden und in engen Kurven. Auf einer viel existenzielleren, fundamentaleren Ebene aber ist es mehr: eine lebensverlängernde Funktion. Es ist das pure Glück: Im Morgengraue eines frühen Junisonntags über eine Autobahn zu gleiten, kein Radio an, nur das freundlich entspannte Brummen eines Zwölfzylinders.

In der psychologischen Forschung wird Glück zunehmend als ein adaptiver Zustand verstanden, der mit höherer Resilienz gegenüber Stressoren, verbesserten sozialen Kompetenzen sowie kognitiver und emotionaler Selbstregulation assoziiert ist. Positive Emotionen lösen nicht nur kurzfristige Stimmungseffekte aus, sondern erweitern nachhaltig die kognitiven und sozialen Ressourcen. Menschen, die häufiger positive Emotionen erleben, zeigen ein breiteres Verhaltensrepertoire und eine höhere psychologische Belastbarkeit. Na klar. Willkommen in der Oldtimer-Welt.

Andere Glückskonzeptionen definieren Kernkomponenten des Wohlbefindens, die allesamt im Leben im, um und mit Oldtimern herum selbstverständlich sind: positive Emotionen, Engagement, soziale Beziehungen, Sinn und Zielverwirklichung. Der Sinn: Da wiederum gibt es Rückkopplungsschleifen zum Investment und zur Pflege des Kulturgutes. Glück fungiert als Marker gelingender Selbstverwirklichung. Glückliche Menschen verfügen somit über eine bessere affektive Steuerung und ein geringeres Risiko für dysfunktionales Verhalten. Auch das ist Grundlage für die Nutzung schneller Oldtimer. Wer seine Kisten liebt, achtet auf sie und damit sich.

Guglielmo Miami hat in Mailand den Laden seiner Vorfahren zu einer Galerie umgebaut, in der alle vier Wochen eine Kostbarkeit aus der Automobilgeschichte ausgestellt wird. In der Familie war das nicht unumstritten. Jeder Quadratmeter Ausstellungsfläche auf der Via Monte Napoleone kostet 20.000 Euro. Mehr als auf der Fifth Avenue in New York. Doch heute sählten seine Schaufenster zu den meistfotografierten in Mailand. Miami liebt seine Autos sehr. Jeden Tag sieht man ihn mit einem anderen Wagen durch die Gegend fahren. Sein liebtes Auto in seiner ungläublichen Sammlung ist immer seine neueste Erwerbung: „Aktuell ist das ein AMG Mercedes-Benz SEC aus der Vor-Merger-Ära, einer von nur 25 gebauten – der einzige in Blau. Außerdem ein Gemballa GTR, basierend auf einem Porsche 996 GT2 Clubsport.“

Nach Tagen und Wochen in dieser wunderbaren Welt, fährt der alte, betagte, staubige, unrestaurierte, patinierte Testarossa zurück in die heiße Garage. Vorher bekommt er ein Schaumbad und jede Menge Pflege. Das Auto hat jetzt über 100.000 Kilometer auf dem Tacho. Es ist Dutzende Male fotografiert worden. Unzählige Klöder haben sich hinter dem Lenkrad von ihren stolzen Vätern verweigern lassen. Egal, wo – überall gab es den Daumen nach oben. Dass der Wert des lange übersehenen Ferraris gestiegen ist, freut den Besitzer, aber eigentlich ist das zweitrangig. Es ist, wie Guglielmo Miami gesagt hat: „Glück und Leidenschaft machen für mich rund 90 Prozent aus. Es ist ein schönes Gefühl zu wissen, dass die Fahrzeuge an Wert gewinnen – aber der eigentliche Luxus liegt im Fahren und Erleben.“

Genauso ist es. Keine Assetklasse bringt mehr Lebensglück. Und Glück ist einfach unbezahlbar.

Ein Interview mit Simon Kidston lesen Sie in WELT und auf welt.de.