



MOBILITY SPEED LIFESTYLE

MOTORWORLD, eine Marke der MOTORWORLD Trademark Management AG



**18**

Weihnachten in der Motorworld

**6**

Cavallino Abu Dhabi

**24**

Encor Series I

**38**

Veritas

**50**

911 Jubiläums Porsche

**52**

10 Jahre FCA Heritage

# INHALT/CONTENT

*Frohe Weihnachten  
und ein gutes Neues Jahr!*

Begleiten Sie Santa auf seiner schwungvollen Fahrt, denn wie Victor Hugo schon sagte: „Ein Traum ist unerlässlich, wenn man die Zukunft gestalten will“.

Auch 2026 haben wir einiges vor – am liebsten gemeinsam mit Ihnen. Spannende Ziele, anspruchsvolle Herausforderungen und neue Chancen erwarten uns.

*Merry Christmas  
and a Happy New Year!*

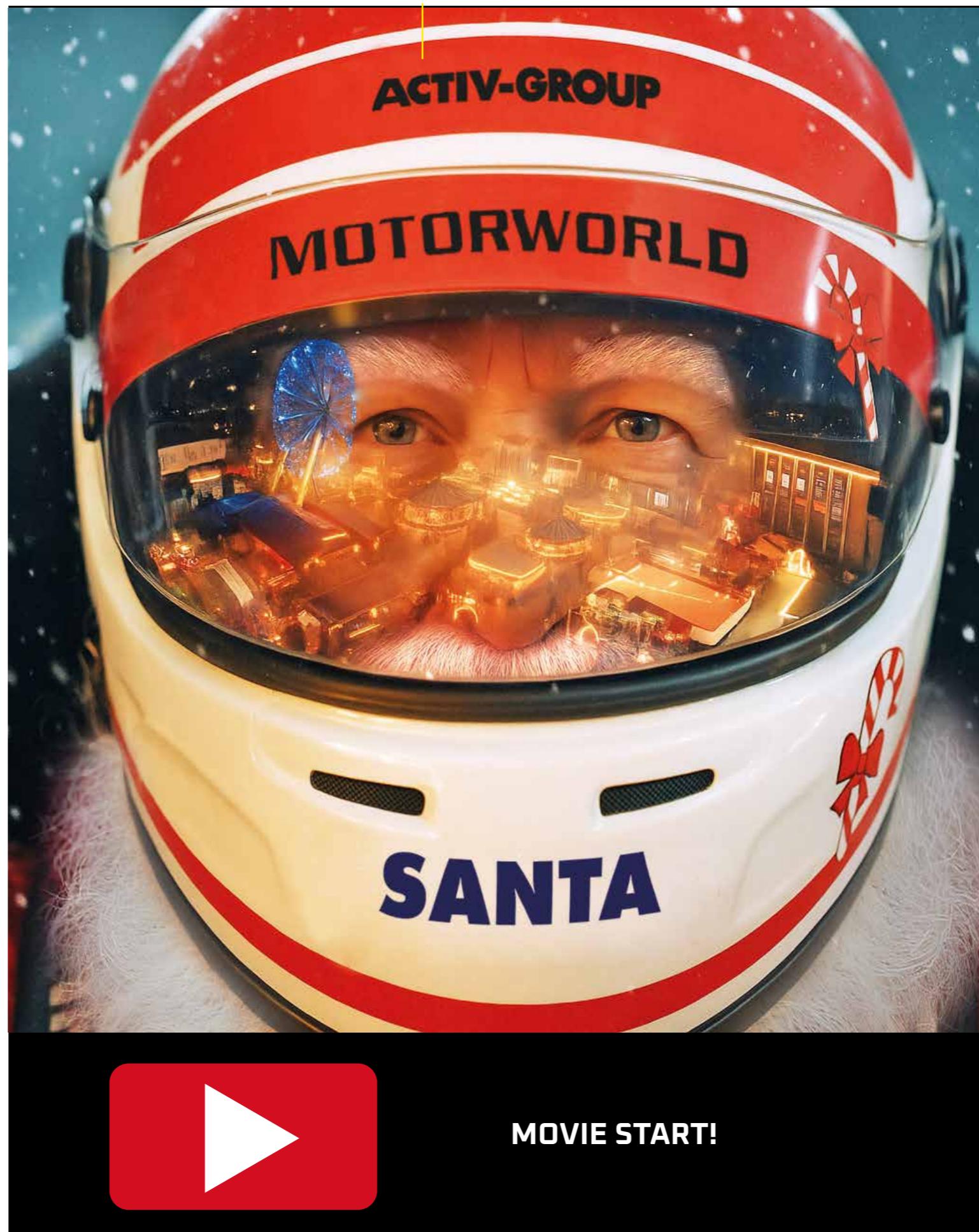
Accompany Father Christmas on his spirited journey for, as Victor Hugo once said, „A dream is imperative if you want to shape the future“.

We have many plans for 2026 as well – preferably together with you. Exciting goals, ambitious challenges and new opportunities lie ahead.

*Feliz Navidad  
y próspero Año Nuevo!*

Le invitamos a acompañar a Santa en su recorrido lleno de ilusión, porque, como dijo Victor Hugo, “Un sueño es imprescindible para construir el futuro.”

Mirando hacia 2026, queremos seguir construyendo ese futuro juntos. Nos esperan nuevos proyectos, retos apasionantes y oportunidades que afrontaremos con entusiasmo y colaboración.



## IMPRESSUM IMPRESS

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

# CAVALLINO ABU DHABI



Abu Dhabi im Dezember. Warmes Wüstenlicht, der Geruch von Benzin und Champagner in der Luft, irgendwo zwischen Formel-1-Finale, Superyachten und maßgeschneiderten Loafern: Willkommen beim Cavallino Classic Middle East 2025. Ferrari hat eingeladen – und die Welt der roten Ikonen ist gekommen. Zum fünften Mal inzwischen, und spätestens jetzt ist klar: Das hier ist kein Ableger mehr. Das ist ein Fixpunkt im internationalen Concours-Zirkus.

Wer dachte, Eleganz müsse immer etwas verstaubt daherkommen, wurde in Abu Dhabi eines Besseren belehrt. Casa Ferrari auf Yas Marina Island lieferte die perfekte Bühne: modern, sonnendurchflutet, ein bisschen dekadent – genau wie die Autos, die hier aufgefahren wurden. Zwischen Palmen, Marmor und Motoren entstand ein Setting, das eher nach Jetset-Weekend als nach Klassikertreffen roch. Und genau das macht den Reiz dieses Events aus.

Ferrari kann Heritage. Ferrari kann Motorsport. Ferrari kann Luxus. Aber Ferrari kann eben auch Lifestyle – und zwar so, dass es nicht peinlich wird. Cavallino Classic Middle East ist der Beweis dafür. Hier treffen Sammler mit ernsthaften Garagen auf Menschen mit ernsthaftem Geschmack. Keine Parkplatztreffen-Aura, kein „Bitte nicht anfassen“-Museumston. Stattdessen: Gespräche über Chassisnummern bei Espresso, Patina-Diskussionen beim Sundowner, Carbon und Chrom im goldenen Abendlicht.

*Abu Dhabi, December. Warm desert light, the smell of gasoline and champagne in the air, somewhere between the Formula 1 finale, superyachts, and custom-made loafers: Welcome to the Cavallino Classic Middle East 2025. Ferrari sent out the invitations—and the world of red icons came. Now in its fifth year, it's clear that this is no longer a spin-off. It is a fixture in the international concours circus.*

*Anyone who thought elegance always had to be a little dusty was proven wrong in Abu Dhabi. Casa Ferrari on Yas Marina Island provided the perfect stage: modern, sun-drenched, a little decadent – just like the cars that were driven here. Between palm trees, marble, and engines, a setting was created that smacked more of a jet-set weekend than a classic car meet. And that's exactly what makes this event so appealing.*

*Ferrari knows heritage. Ferrari knows motorsport. Ferrari knows luxury. But Ferrari also knows lifestyle – and in a way that isn't embarrassing. Cavallino Classic Middle East is proof of that. This is where collectors with serious garages meet people with serious taste. No parking lot meet vibe, no "please don't touch" museum tone. Instead: conversations about chassis numbers over espresso, patina discussions over sundowners, carbon and chrome in the golden evening light.*



Im Zentrum natürlich die Königsdisziplin: Best of Show. Und hier wurde nicht gekleckert, sondern tief in die Ferrari-DNA gegriffen. Der Titel Best of Show Competizione ging an einen Ferrari 275 GTB von 1965, Fahrgestellnummer 07075 – ein Auto, das aussieht, als hätte man Rennsport-Eleganz destilliert und in Aluminium gegossen. Langhaube, gespannte Linien, genau die richtige Portion Aggression. Kein Lautsprecher, kein Flügel, kein Theater. Einfach Ferrari, als er noch leise, aber tödlich schnell war.

Nicht minder ikonisch: Best of Show Gran Turismo für einen Ferrari F50 von 1997. Ja, richtig gelesen. F50. Der lange unterschätzte Mittelmotor-V12-Supersportler, der heute endlich die Anerkennung bekommt, die er verdient. In Abu Dhabi stand er da wie ein Statement gegen den Zeitgeist: kompromisslos, mechanisch, analog. Ein Formel-1-Motor mit Kennzeichen, verpackt in 90er-Jahre-Carbon. Wer hier nicht kurz Gänsehaut hatte, sollte seinen Puls überprüfen.

Und dann noch die Kategorie für die Puristen mit Zertifikatsfetisch: Best of Show Ferrari Classiche Certified ging an einen 512 BBi von 1982. Boxer-V12, flach wie ein Gerücht und breiter als so mancher Hotelparkplatz. Kein Showcar, sondern ein echtes Stück Ferrari-Geschichte, das zeigt, wie verdammt sexy Ingenieurskunst sein kann, wenn sie nicht durch Assistenzsysteme weichgespült wird.

*At the center, of course, was the supreme discipline: Best of Show. And here, they didn't hold back, but delved deep into Ferrari's DNA. The title Best of Show Competizione went to a 1965 Ferrari 275 GTB, chassis number 07075 – a car that looks as if racing elegance had been distilled and cast in aluminum. Long hood, taut lines, just the right amount of aggression. No loudspeakers, no wings, no drama. Just Ferrari, when it was still quiet but deadly fast.*

*No less iconic: Best of Show Gran Turismo for a 1997 Ferrari F50. Yes, you read that right. F50. The long-underrated mid-engine V12 super sports car that is finally getting the recognition it deserves today. In Abu Dhabi, it stood there like a statement against the zeitgeist: uncompromising, mechanical, analog. A Formula 1 engine with license plates, wrapped in 90s carbon fiber. If you didn't get goosebumps here, you should check your pulse.*

*And then there's the category for purists with a certificate fetish: Best of Show Ferrari Classiche Certified went to a 1982 512 BBi. Boxer V12, flat as a rumor and wider than many a hotel parking lot. Not a show car, but a genuine piece of Ferrari history that shows how damn sexy engineering can be when it's not watered down by assistance systems.*





Besonders charmant: der Cavallino Magazine Award, der an einen Ferrari F80 Modelljahr 2025 ging. Ein Wink mit dem Zaunpfahl in Richtung Zukunft. Ferrari ruht sich nicht aus. Während andere Marken Heritage melken wie eine alte Kuh, baut Maranello weiter an der nächsten Legende. Und ja, auch das gehört zu einem Concours im Jahr 2025 dazu.

Was Abu Dhabi zusätzlich besonders macht, ist das Timing. Cavallino Classic Middle East fand parallel zum Finale der Formel-1-Weltmeisterschaft statt. Motorsport-Geschichte auf der Strecke, Automobilgeschichte auf dem Rasen. Das Publikum? International, kosmopolitisch, stilbewusst. Hier stehen Uhren, die mehr kosten als manche Häuser, neben Autos, die unbezahlbar sind, weil man sie schlicht nicht mehr bekommt.

Luigi Orlandini, Chairman & CEO von Cavallino Inc., brachte es auf den Punkt: Die wachsende Bedeutung des Events sei ein klares Zeichen für die Leidenschaft dieser Region für Automobile – und besonders für Ferrari. Und man muss kein Marketingstrategie sein, um zu sehen: Der Nahe Osten ist längst mehr als nur Absatzmarkt. Er ist Bühne, Sammlerzentrum und Lifestyle-Labor zugleich.

Das Erfolgsrezept von Cavallino Classic Middle East ist simpel – und genau deshalb so schwer zu kopieren. Man nimmt Tradition ernst, ohne sie zu verklären. Man feiert Moderne, ohne das Alte zu verraten. Und man versteht, dass Automobile Emotionen sind. Keine Excel-Tabellen, keine Reichweitenangst, keine Belehrungen. Hier geht es um Sound, Design, Geschichte und dieses schwer zu erklärende Kribbeln, wenn ein V12 erwacht.

*Particularly charming: the Cavallino Magazine Award, which went to a 2025 Ferrari F80 model. A nod to the future. Ferrari is not resting on its laurels. While other brands milk their heritage like an old cow, Maranello continues to build the next legend. And yes, that's also part of a concours in 2025.*

*What makes Abu Dhabi even more special is the timing. Cavallino Classic Middle East took place parallel to the Formula 1 World Championship finale. Motorsport history on the track, automotive history on the lawn. The audience? International, cosmopolitan, style-conscious. Here, watches that cost more than some houses stand next to cars that are priceless because they are simply no longer available.*

*Luigi Orlandini, Chairman & CEO of Cavallino Inc., summed it up: The growing importance of the event is a clear sign of this region's passion for automobiles – and especially for Ferrari. And you don't have to be a marketing strategist to see that the Middle East has long been more than just a sales market. It is a stage, a collector's center, and a lifestyle laboratory all at once.*

*The recipe for success at Cavallino Classic Middle East is simple – and that's precisely why it's so difficult to replicate. Tradition is taken seriously without being romanticized. Modernity is celebrated without betraying the old. And it is understood that automobiles are about emotions. No Excel spreadsheets, no range anxiety, no lectures. It's all about sound, design, history, and that hard-to-explain thrill when a V12 roars to life.*





Am Ende des Wochenendes wurden 25 weitere Platinum Awards vergeben. Zahlen, die beeindrucken, aber eigentlich nebensächlich sind. Denn was bleibt, ist ein Gefühl: Ferrari lebt. Und zwar nicht nur in Museen oder auf Auktionen, sondern mitten im pulsierenden Jetzt.

Während die Sonne über Yas Marina untergeht und der letzte Champagner entkorkt wird, wandern die Gedanken bereits weiter – nach Palm Beach, wo Cavallino Classic bald sein 35-jähriges Jubiläum feiert. Doch Abu Dhabi hat gezeigt: Die Zukunft dieser Veranstaltung ist global. Laut, elegant, international.

Cavallino Classic Middle East ist kein Pflichttermin. Es ist ein Versprechen. An Sammler, an Enthusiasten, an alle, die Autos nicht als Fortbewegungsmittel, sondern als Ausdruck von Persönlichkeit verstehen. Und ganz ehrlich: Wenn Concours d'Elegance immer so aussehen würden – wir wären jedes Wochenende dabei.

*At the end of the weekend, 25 more Platinum Awards were presented. These numbers are impressive, but ultimately irrelevant. What remains is a feeling: Ferrari is alive. And not just in museums or at auctions, but right here in the vibrant present.*

*As the sun sets over Yas Marina and the last bottle of champagne is uncorked, thoughts already wander onward—to Palm Beach, where Cavallino Classic will soon celebrate its 35th anniversary. But Abu Dhabi has shown that the future of this event is global. Loud, elegant, international.*

*Cavallino Classic Middle East is not a must-attend event. It is a promise. To collectors, to enthusiasts, to everyone who sees cars not as a means of transportation, but as an expression of personality. And honestly, if Concours d'Elegance always looked like this, we would be there every weekend.*





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 Käsefondue-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](http://www.oldtimerspendenaktion.de)





## MOTORWORLD

# Weihnachten ist ein Gefühl. Und ein guter Plan.

**Christmas is a feeling. And a good plan.**

Lichter, Stimmen, vertraute Gesichter. Weihnachten ist die Zeit im Jahr, in der Nähe entsteht – mit der Familie, mit Freunden, mit Kolleginnen und Kollegen. Es sind diese Wochen, in denen man zusammenrückt, lacht, anstößt und Erinnerungen sammelt, die bleiben. In den Motorworld-Standorten entfaltet sich diese besondere Stimmung jedes Jahr auf ganz eigene Weise. Historische Hallen, großzügige Räume und liebevoll inszenierte Details schaffen Orte, die wie gemacht sind für gemeinsame Momente.

In der Motorworld München wird diese Zeit mit der Winterworld besonders erlebbar: funkelnnde Lichter, Eisbahn, Riesenrad, gemütliche Chalets und die Motorworld Alm schaffen eine winterliche Kulisse für Familien, Freunde und Firmenfeiern.

Auch an anderen Standorten zeigt sich die Wintersaison facettenreich.

In der Motorworld Inn Mallorca steht winterlicher Genuss im Mittelpunkt – mit saisonalen Spezialitäten wie Gans oder Raclette und langen Abenden am Tisch. In Metzingen prägen winterliche Märkte und festlich gestaltete Bereiche die Adventszeit, während auf der Motorworld Zeche Ewald im Ruhrgebiet die Atmosphäre rund um die MOTO59 Foodgarage von saisonalen Angeboten und winterlichem Treiben lebt.

Lights, voices, familiar faces. Christmas is the time of year for gatherings – family, friends and colleagues. These are the weeks when we come together, laugh, toast, and make memories that will stay with us forever.

At the Motorworld locations, this special atmosphere unfolds in its own unique way every year. Historic halls, spacious rooms and lovingly staged details create places that are made for shared moments.

At Motorworld München, this time of year is brought to life with Winterworld: twinkling lights, an ice rink, a Ferris wheel, cozy chalets and the Motorworld Alm create a wintery backdrop for families, friends, and company celebrations.

The winter season also has many guises at other locations.

At Motorworld Inn Mallorca, the focus is on winter pleasure – with seasonal specialities such as goose or a raclette grill, and long evenings spent at the table. In Metzingen, the Advent season is marked by winter markets and festive decorations, while at Motorworld Zeche Ewald in the Ruhr region the atmosphere around the MOTO59 Foodgarage thrills with seasonal offers and winter fun.



Wer größer denkt, findet in der Motorworld Region Stuttgart in der neu gestalteten Legendenhalle eine großzügige Eventfläche, die den passenden Rahmen für festliche Feiern bietet.

Kulinarisch steht die Wintersaison überall im Zeichen des Zusammenseins. Saisonale Menüs, klassische Festtagsgerichte und wärmende Getränke begleiten die Zeit vor und nach den Feiertagen. Ob gemütlich im kleinen Kreis, als Abend unter Freunden oder als Jahresabschluss mit dem gesamten Team – jeder Standort bringt seinen eigenen Charakter ein und macht den Jahresausklang zu etwas Besonderem.

So entstehen Abende, die nicht durch Programmpunkte bestimmt sind, sondern durch Gespräche. Durch gemeinsames Essen. Durch das Gefühl, am richtigen Ort zu sein.

Und während die aktuelle Weihnachtszeit langsam ausklingt, beginnt leise bereits die Vorfreude auf das, was kommt. Wer solche Momente auch im nächsten Jahr wieder erleben möchte, darf den Gedanken ruhig weitertragen: Weihnachten 2026 lässt sich nicht planen – aber wunderbar vorbereiten.

Wir wünschen frohe Festtage und für 2026 viele schöne Momente.

*Anyone looking for something bigger will find a spacious event area in the newly designed Hall of Legends at Motorworld Region Stuttgart, which offers the perfect setting for festive celebrations.*

*Where food is concerned, the winter season is all about getting together. Seasonal menus, traditional festive dishes and warming drinks accompany the time before and after the holidays. Whether it's a cozy get-together, an evening with friends, or seeing the year out with the whole team – each location brings its own character and makes the end of the year something special.*

*This creates evenings that are not determined by the programme, but by conversations. By eating together. By the feeling of being in the right place.*

*And while this year's Christmas season is slowly drawing to a close, the anticipation of what is to come is already quietly beginning. If you want to experience moments like this again next year, just think about it: Christmas 2026 can't be planned – but it can be wonderfully prepared.*

*We wish you happy holidays and many wonderful moments in 2026.*



# WELCOME

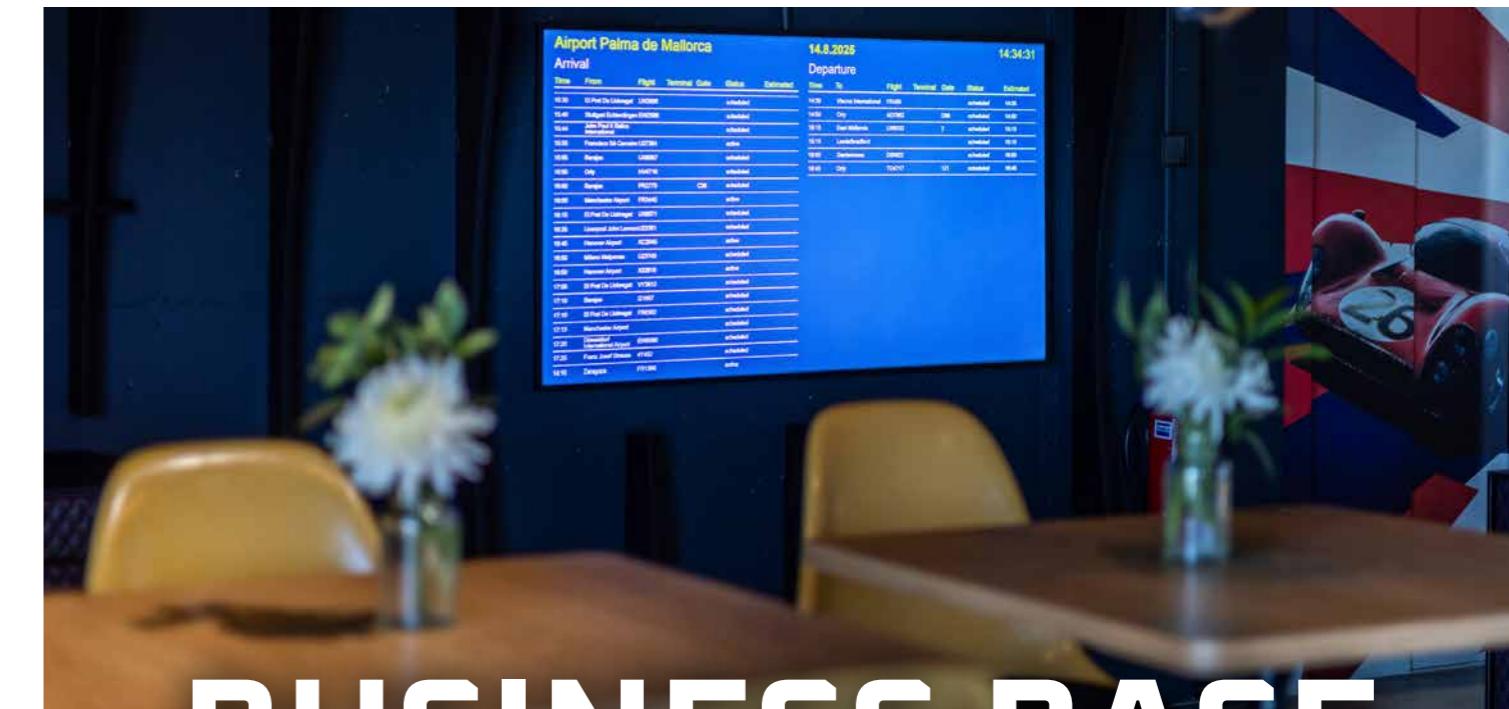
# MEMBERS



Germany Directly at the Flughafenautobahn MA 19, between the airport and Palma is the Motorworld Mallorca located. In the exclusive Drivers Lounge there are modern Business- and Coworking-Spaces - perfect for everyone who wants to concentrate on their work, hold meetings or simply be productive in a private atmosphere. Generous 300 m<sup>2</sup> 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.

UK 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.

Spain 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 m<sup>2</sup> 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.



# BUSINESS BASE



 Motorworld Mallorca S. L. U.  
Cami Vell de Llucmajor, 110-112  
07007 Palma de Mallorca, Illes Balears, Spain

 drivers-lounge@motorworld.de  
motorworld.de/mallorca/drivers-lounge  
+ 34 971 599 449

Become a member now!



<https://motorworld.de/mallorca/drivers-lounge>

# SERIES 1 ENCOR

Es gibt Autos, die altern. Und es gibt Autos, die reifen. Der Lotus Esprit gehört unbestreitbar zur zweiten Kategorie. Keilförmig, kompromisslos, ein rollendes Manifest der 70er-Jahre-Zukunftsvisions. Jetzt, exakt 50 Jahre nach seinem Debüt in Paris, kehrt diese Ikone zurück – nicht als billige Retro-Show, nicht als elektrisch weichgespülte Neuinterpretation, sondern als Encor Series 1. Ein Restomod? Nein. Ein Remaster. Und zwar mit Haltung. Encor geht an den Esprit heran wie ein Vinyl-Sammler an ein legendäres Album: nicht neu einspielen, sondern neu mastern. Besserer Klang, mehr Tiefe, gleiche Seele. Das Ergebnis ist ein Auto, das aussieht, als hätte man 1975 kurz in die Zukunft gelinst – und dann 2025 endlich die richtigen Werkzeuge gehabt, um diese Vision umzusetzen.

Some cars age. Others mature. The Lotus Esprit undeniably belongs to the latter category. Wedge-shaped, uncompromising, a rolling manifesto of the 1970s vision of the future. Now, exactly 50 years after its debut in Paris, this icon is making a comeback – not as a cheap retro showpiece, not as an electrically softened reinterpretation, but as the Encor Series 1. A restomod? No. A remaster. And one with attitude.

Encor approaches the Esprit like a vinyl collector approaches a legendary album: not re-recording it, but remastering it. Better sound, more depth, same soul. The result is a car that looks as if someone had briefly glimpsed the future in 1975 – and then finally had the right tools in 2025 to realize that vision.





Der Ansatz nennt sich bei Encor „respectful enhancement“. Klingt nach PR, ist aber tatsächlich der Kern des Projekts. Hier wurde nichts überzeichnet, nichts modernisiert, nur um modern zu sein. Stattdessen haben Designer und Ingenieure – mit Stationen bei Lotus, Aston Martin, Koenigsegg und Skyships – den originalen Esprit S1 digital zerlegt, analysiert und anschließend mit chirurgischer Präzision neu aufgebaut. Kein Design-Geschrei, keine Instagram-Kanten. Disziplin statt Drama. Das sichtbarste Statement ist die Vollcarbon-Karosserie. Kein GFK, keine historischen Produktionsnarben, keine zweiteilige Formlinie aus den 70ern. Stattdessen ein makellos autoklavierter Carbon-Body, der die ikonische Keilform schärfer, sauberer und ehrlicher wirken lässt als je zuvor. Die Proportionen bleiben vertraut, doch alles sitzt straffer: Radläufe, Schulterlinie, Frontvolumen. Der Esprit sieht nicht aggressiver aus – nur konsequenter. Auch bei den Details zeigt sich der Respekt vor dem Original. Die Pop-up-Scheinwerfer bleiben. Punkt. Allerdings neu gedacht: ultra-kompakte LED-Projektoren, sauber integriert, mit besserer Aerodynamik und moderner Lichteistung. Gleiches gilt für die Räder – eine elegante Reminiszenz an Slot-Mags und Sport-350-Fünfspeichen, neu interpretiert in geschmiedetem und geprästem Aluminium. Kein Retro-Kitsch, sondern Evolution. Unter der Haut wird es besonders interessant. Encor nutzt bewusst das Lotus-Esprit-V8-Fundament, inklusive Chassis, um Identität und historische Kontinuität zu wahren. Doch alles, was zählt, wird neu aufgebaut. Der 3,5-Liter-Twin-Turbo-V8 erhält geschmiedete Kolben, neue Turbolader, moderne Einspritzung, ein zeitgemäßes Motormanagement und eine maßgeschneiderte Abgasanlage. Das Ergebnis: rund 400 PS, 350 lb-ft Drehmoment, unter 1.200 Kilogramm Gewicht.

Encor calls this approach “respectful enhancement.” It sounds like PR, but it’s actually the core of the project. Nothing here has been exaggerated or modernized just for the sake of being modern. Instead, designers and engineers – with stints at Lotus, Aston Martin, Koenigsegg, and Skyships – digitally dismantled the original Esprit S1, analyzed it, and then rebuilt it with surgical precision. No flashy design, no Instagram edges. Discipline instead of drama.

The most visible statement is the full carbon body. No GFK, no historical production scars, no two-piece mold line from the 70s. Instead, a flawlessly autoclave-cured carbon body that makes the iconic wedge shape look sharper, cleaner, and more honest than ever before. The proportions remain familiar, but everything sits tighter: wheel arches, shoulder line, front volume. The Esprit doesn’t look more aggressive – just more consistent.

The details also show respect for the original. The pop-up headlights remain. Period. However, they have been redesigned: ultra-compact LED projectors, cleanly integrated, with better aerodynamics and modern light output. The same applies to the wheels – an elegant reminder of slot mags and Sport 350 five-spokes, reinterpreted in forged and milled aluminum. Not retro kitsch, but evolution.

Things get particularly interesting under the skin. Encor deliberately uses the Lotus Esprit V8 foundation, including the chassis, to preserve identity and historical continuity. But everything that matters has been rebuilt. The 3.5-liter twin-turbo V8 gets forged pistons, new turbochargers, modern fuel injection, contemporary engine management, and a custom exhaust system. The result: around 400 hp, 350 lb-ft of torque, and a weight of less than 1,200 kilograms.





Zahlen sind hier fast nebensächlich – aber sie passen. Vier Sekunden auf 100 km/h, knapp 175 mph Spitze. Wichtiger ist das Wie: analog, direkt, unverfälscht. Kein Allrad, kein Doppelkupplungs-Overkill, kein künstlicher Sound. Geschaltet wird manuell – über ein gemeinsam mit Quaife überarbeitetes Fünfganggetriebe mit Sperrdifferenzial und verstärkter Mechanik. Das Lenksystem bleibt hydraulisch. Ein bewusster Affront gegen die digitale Gleichförmigkeit moderner Supersportler.

Fahrwerk und Bremsen? Natürlich auf Stand. Sport-350-Spezifikation, AP Racing, moderne Dämpfer. Aber immer mit dem Ziel, das Gefühl zu bewahren, nicht die Grenzwerte ins Absurde zu treiben. Der Encor Series 1 soll kein Trackday-Werkzeug sein, sondern ein Fahrerauto im besten Sinne: leicht, ehrlich, fordernd.

Im Innenraum setzt sich diese Philosophie fort. Wer hier ein iPad-Gewitter erwartet, ist falsch abgebogen. Stattdessen bleibt die ikonische Esprit-Architektur erhalten: tief sitzender Fahrerplatz, wraparound Cockpit, schräge Instrumententafel. Doch alles wird neu gedacht. Die Instrumenteneinheit besteht aus einem einzigen Aluminiumblock, umschließt ein modernes digitales Display und wirkt gleichzeitig technischer und wertiger als jedes Originalteil. Carbon, Aluminium, hochwertige Stoffe – inklusive tartanartiger Akzente – schaffen eine Atmosphäre, die Vergangenheit und Gegenwart elegant verbindet.

Die Technik im Hintergrund stammt von Skyships: Infotainment, Klima, Kameras – alles da, alles diskret. Kein Overkill, keine Ablenkung. Dieses Auto will gefahren werden, nicht bedient.

*The numbers are almost irrelevant here—but they fit. Four seconds to 62 mph, just under 280 km/h top speed. More important is the how: analog, direct, unadulterated. No all-wheel drive, no dual-clutch overkill, no artificial sound. Shifting is manual – via a five-speed transmission with limited-slip differential and reinforced mechanics, redesigned in collaboration with Quaife. The steering system remains hydraulic. A deliberate affront to the digital uniformity of modern super sports cars.*

*Chassis and brakes? Up to standard, of course. Sport 350 specification, AP Racing, modern dampers. But always with the aim of preserving the feel, not pushing the limits to the point of absurdity. The Encor Series 1 is not intended to be a track day tool, but a driver's car in the best sense of the word: light, honest, demanding.*

*This philosophy continues in the interior. Anyone expecting a barrage of iPads here has taken a wrong turn. Instead, the iconic Esprit architecture remains: low-slung driver's seat, wraparound cockpit, sloping instrument panel. But everything has been reimaged. The instrument unit consists of a single aluminum block, enclosing a modern digital display and looking both more technical and more valuable than any original part. Carbon, aluminum, high-quality fabrics—including tartan-like accents—create an atmosphere that elegantly combines the past and the present.*

*The technology in the background comes from Skyships: infotainment, climate control, cameras—everything is there, everything is discreet. No overkill, no distractions. This car wants to be driven, not operated.*





Produziert werden exakt 50 Exemplare weltweit. Jedes individuell konfiguriert, jedes auf Bestellung, jedes mit einem bestehenden Esprit V8 als Basis. Der Einstiegspreis liegt bei £430.000, exklusive Spenderfahrzeug und Steuern. Günstig? Nein. Angemessen? Absolut. Denn hier kauft man nicht nur ein Auto, sondern eine Haltung: gegen Wegwerf-Restomods, gegen belanglose Retrodesigns, gegen digitale Entfremdung.

Der Encor Series 1 ist kein lauter Aufschrei. Er ist ein leiser, selbstbewusster Satz: So hätte der Esprit immer sein sollen. Und vielleicht ist das die größte Leistung dieses Projekts. Es fühlt sich nicht wie Nostalgie an. Sondern wie eine späte, sehr elegante Vollendung.

Exactly 50 units will be produced worldwide. Each one is individually configured, each one made to order, each one based on an existing Esprit V8. The starting price is £430,000, excluding the donor vehicle and taxes. Cheap? No. Reasonable? Absolutely. Because here you're not just buying a car, you're buying an attitude: against disposable restomods, against trivial retro designs, against digital alienation.

The Encor Series 1 is not a loud cry. It is a quiet, confident statement: this is how the Esprit should always have been. And perhaps that is the greatest achievement of this project. It doesn't feel like nostalgia. It feels like a belated, very elegant completion.

## 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](http://dekra.de/oldtimer).

30 Ausgabe 202 / 2025



## MOTORWORLD Manufaktur Region Zürich

# Wenn Präzision auf Puls trifft

### When precision hits the mark

Der Saisonhöhepunkt der SWISS SIMRACING SERIES 2025 in der Motorworld Region Zürich

Es gibt Orte, an denen Geschwindigkeit nicht nur gemessen, sondern gespürt wird. Orte, an denen Technik, Konzentration und Wettkampf zu einer eigenen Dramaturgie verschmelzen. Als die SWISS SIMRACING SERIES 2025 ihr großes Finale in den Hallen der Motorworld Manufaktur Zürich in Kemptthal austrug, wurde genau dieser Anspruch Realität.

Zwanzig Rennsimulatoren von SimTrack Racing standen in Reih und Glied, hochpräzise eingestellt, bereit für den entscheidenden Moment einer ganzen Saison. Siebzig Finalisten hatten sich qualifiziert – und für viele von ihnen ging es um mehr als Podestplätze. Vier Meistertitel standen auf dem Spiel. Und selten zuvor war der Ausgang so offen.

Denn schon vor dem Start war klar: Diese Meisterschaft würde sich nicht früh entscheiden. In drei der vier titelberechtigten Kategorien lagen die Führenden vor dem Finale punktgleich. Jeder Fehler, jede Hundertstelsekunde konnte den Ausschlag geben. Entsprechend hoch war die Spannung, die sich über die nahezu voll besetzten Tribünen legte – spürbar, konzentriert, elektrisiert.

*The season highlight of the SWISS SIMRACING SERIES 2025 at Motorworld Region Zürich*

*There are places where speed is not only measured but felt. Places where technique, concentration and competition merge to form a dramaturgy of their own. When the SWISS SIMRACING SERIES 2025 held its grand finals in the halls of Motorworld Manufaktur Zürich in Kemptthal, this claim became reality.*

*Twenty racing simulators from SimTrack Racing were lined up, precisely adjusted, and ready for the decisive moment of an entire season. Seventy finalists had qualified – and for many of them it was about much more than podium places. Four championship titles were at stake. And rarely before has the outcome been so open.*

*It was clear even before the start that this championship would not be decided quickly. In three of the four categories eligible for the title, the leaders were tied on points before this final round. Every mistake, every hundredth of a second could make the difference. The tension in the almost full stands was correspondingly high – palpable, concentrated, electrified.*



Gefeiert wurde SimRacing auf höchstem Niveau. Virtueller Motorsport par excellence, der in seiner Intensität dem realen Rennsport in nichts nachstand. Zwei Rennläufe, ein anspruchsvoller virtueller Kurs in Spa-Francorchamps und ein Punktesystem, das im Finale bewusst mehr Gewicht erhielt: Die Entscheidungen fielen erst in den letzten Metern.

Dass dieser Saisonabschluss in der Motorworld Region Zürich stattfand, war mehr als eine logistische Wahl. Die industrielle Architektur, die Weite der Hallen und das Zusammenspiel von Technik und Raum boten die ideale Bühne für einen Wettbewerb, der digitale Präzision und echte Emotionen vereint. Hier wurde SimRacing nicht als Nische präsentiert, sondern als zeitgemäße Form des Motorsports – offen, zugänglich und hochprofessionell.

Am Ende standen die Meister fest. Doch was bleibt, ist mehr als ein Ergebnisprotokoll. Es ist das Bild einer wachsenden Szene, die Generationen verbindet, und eines Finales, das gezeigt hat, welches Potenzial entsteht, wenn moderner Wettbewerb auf einen Ort trifft, der für Leidenschaft, Mobilität und Performance steht.

*SimRacing at the highest level was celebrated. Virtual motorsport par excellence with an intensity to match that of real racing. Two races, a challenging virtual circuit at Spa-Francorchamps, and a points system that was deliberately given more weight in the final: the decisions only fell over the final metres.*

*The fact that this season ended at Motorworld Region Zürich was more than just a logistical choice. The industrial architecture, the expanse of the halls and the interplay of technology and space provided the perfect stage for a competition that combines digital precision and genuine emotion. SimRacing was not presented here as a niche pastime, but as a contemporary form of motorsport – open, accessible and highly professional.*

*By the end, the champions had been crowned. But what remains is more than just a record of the results. It is the picture of a thriving scene that connects generations, and of a final round that displayed the potential which materialises when modern competition meets a place that exudes passion, mobility and performance.*

#### Die Meister der SWISS SIMRACING SERIES 2025

##### PRO (Königsklasse):

Thomas Schmid – holt sich nach einem hochspannenden Finale erneut den Schweizer Meistertitel.

##### Ü50:

Gilbert Denzer – erstmals Schweizer Meister der Ü50-Kategorie.

##### Ladies:

Vanessa Rüfenacht – neue Schweizer Meisterin nach punktgleichem Finale mit Titelverteidigerin Yves Senn.

##### Juniors:

Andreas Lo Bue – gewinnt den Titel nach Punktgleichheit, entschieden durch den Sieg im letzten Saisonlauf.

##### Open (lizenzfreie Kategorie):

Lars Baumeler – dominanter Gesamtsieger der Open-Klasse.

#### The champions of the SWISS SIMRACING SERIES 2025

##### PRO (Premium Class):

Thomas Schmid – wins the Swiss championship title again after a riveting final.

##### Ü50:

Gilbert Denzer – Swiss champion in the over 50s category for the first time.

##### Ladies:

Vanessa Rüfenacht – new Swiss champion after a tie in the final with defending champion Yves Senn.

##### Juniors:

Andreas Lo Bue – wins the title after tying on points, decided by victory in the last race of the season.

##### Open (licence-free category):

Lars Baumeler – dominant overall winner of the Open class.

# Begeisterung für Mobilität, die verbindet

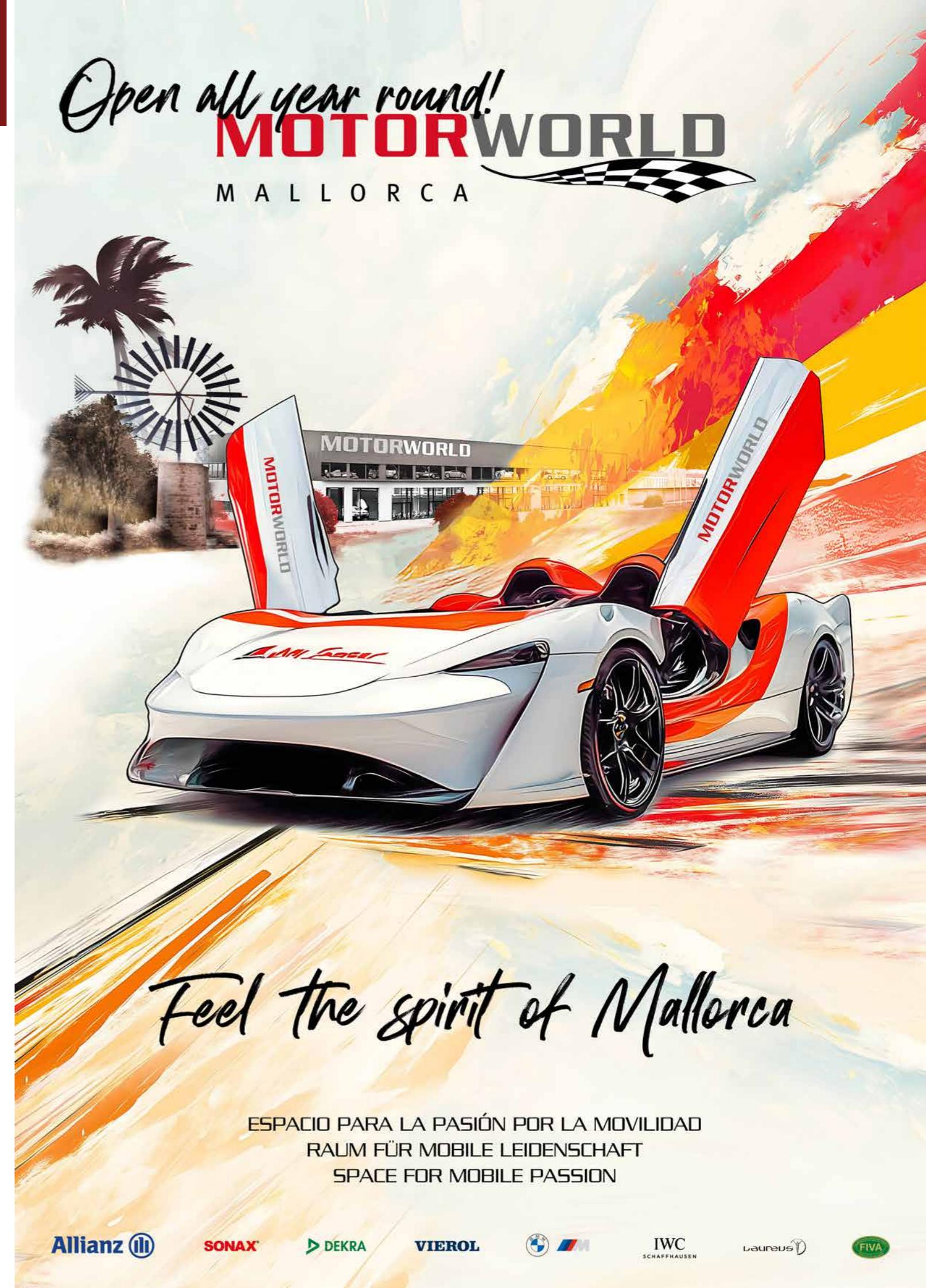
Die begeisterte Community wächst! Jeden Tag entdecken mehr Besucher, Gäste und Fahrzeugenthusiasten die Motorworld Mallorca – in der Leidenschaft für Mobilität, Erlebnisse und Events zuhause sind. Ob Klassiker oder Hightech – hier trifft sich, was bewegt.

**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**



# VERITAS

Es gibt Automarken, die jeder kennt. Und es gibt solche, die man kennen sollte. Veritas gehört kompromisslos zur zweiten Kategorie. Ein Name wie ein Versprechen – lateinisch für „Wahrheit“ – und eine Geschichte, die klingt wie ein Drehbuch aus der Nachkriegszeit: Visionäre Ingenieure, improvisierte Werkstätten, große Siege, noch größere Hoffnungen und ein jäher Absturz. Genau deshalb ist Veritas heute faszinierender denn je.

Wer sich mit historischen Sport- und Rennwagen beschäftigt, stößt früher oder später auf den Namen Veritas. Google spuckt zehntausende Ergebnisse aus, doch echte Substanz ist rar. Viel Mythos, wenig Kontext. Nicht als Legende, sondern als Realität aus Aluminium, Benzin und Ambition.

*There are car brands that everyone knows. And there are those that you should know. Veritas uncompromisingly belongs to the second category. A name like a promise – Latin for "truth" – and a story that sounds like a post-war screenplay: visionary engineers, improvised workshops, great victories, even greater hopes, and a sudden crash. That's exactly why Veritas is more fascinating today than ever before.*

*Anyone interested in historic sports and racing cars will sooner or later come across the name Veritas. Google spits out tens of thousands of results, but real substance is rare. Lots of myth, little context. Not as a legend, but as a reality made of aluminum, gasoline, and ambition.*



Veritas RS  
FOTOS : Kay MacKenneth



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. Die Geschichte beginnt dort, wo viele deutsche Nachkriegsgeschichten beginnen: im Chaos – und mit Mut. Ernst Loof, einst Rennleiter bei BMW, schloss sich 1947 mit einer kleinen Gruppe Gleichgesinnter zusammen: Lorenz Dietrich, früher kaufmännischer Leiter des BMW-Werks Allach, Rennfahrer Georg „Schorsch“ Meier und Werner Miethe. Gemeinsam gründeten sie die Veritas-Arbeitsgemeinschaft für Sport- und Rennwagenbau. Kein Konzern. Kein Kapitalpolster. Nur Know-how, Ehrgeiz und ein unbedingter Wille, wieder Rennen zu fahren.

Der Name „Veritas“ entstand angeblich spontan – bei Verhandlungen mit der französischen Besatzungsmacht. Eine Anekdote, die perfekt passt. Denn Veritas war nie kalkuliert, sondern intuitiv. Gebaut wurde, was möglich war. Als Basis dienten gebrauchte BMW 328, deren Fahrgestelle und Motoren weiterverwendet wurden. Doch was daraus entstand, war alles andere als Recycling. Die ersten Veritas-Prototypen trugen pontonförmige, stromlinienförmige Aluminiumkarosserien – mutig, modern, ihrer Zeit voraus.

Diese offenen Zweisitzer waren sowohl für Straße als auch Rennstrecke gedacht. Und sie funktionierten. Bereits 1948 trat Veritas erstmals öffentlich beim Rennen auf dem Hockenheimring an – und dominierte auf Anhieb. Klassensiege bei den Sportwagen bis 2 Liter, dazu ein Erfolg in der Kategorie der formelfreien Rennwagen. Ein Start wie aus dem Lehrbuch. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sich Veritas zur dominierenden Rennwagenmarke im Nachkriegsdeutschland.

In den späten 1940er- und frühen 1950er-Jahren war kaum ein deutsches Rennen ohne Veritas denkbar. Die Fahrzeuge waren schnell, leicht, kompromisslos. Sie fuhren nicht nur in Deutschland, sondern auf Rennstrecken in ganz Europa. Veritas stand für Aufbruch. Für technische Kompetenz. Für den Versuch, deutsche Ingenieurskunst wieder international konkurrenzfähig zu machen – auf der Rennstrecke, nicht im Prospekt.

Doch Erfolg allein zahlt keine Rechnungen. Um zahlungskräftige Kunden anzusprechen, die zwar Stil, aber keinen Rennkalender wollten, entstand aus dem RS-Rennwagen eine zivile Ableitung: das Veritas Comet Coupé. Gedrosselte Leistung, alltagstauglicher – zumindest theoretisch. In der Praxis war der Comet ein Luxusobjekt. Elegant, exklusiv, teuer. Sehr teuer. Tatsächlich war er das teuerste deutsche Serienautomobil seiner Zeit. Das Problem: Es entstanden nur rund acht Exemplare. Zu wenig, um die Firma zu retten.

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 solo 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. The story begins where many German post-war stories begin: in chaos – and with courage. Ernst Loof, once racing director at BMW, joined forces with a small group of like-minded people in 1947: Lorenz Dietrich, former commercial director of the BMW plant in Allach, racing driver Georg "Schorsch" Meier, and Werner Miethe. Together they founded the Veritas Working Group for Sports and Racing Car Construction. No corporation. No capital reserves. Just know-how, ambition, and an unconditional will to race again.

The name "Veritas" was supposedly chosen spontaneously during negotiations with the French occupying forces. An anecdote that fits perfectly. Because Veritas was never calculated, but intuitive. They built what was possible. Used BMW 328s served as the basis, with their chassis and engines being reused. But what emerged from this was anything but recycling. The first Veritas prototypes had pontoon-shaped, streamlined aluminum bodies – bold, modern, ahead of their time.

These open two-seaters were designed for both road and racetrack use. And they worked. As early as 1948, Veritas made its first public appearance at the Hockenheimring race – and dominated right from the start. Class victories in the sports cars up to 2 liters, plus success in the formula-free racing car category. A textbook start. Within a very short time, Veritas developed into the dominant racing car brand in post-war Germany.

In the late 1940s and early 1950s, it was hard to imagine a German race without Veritas. The vehicles were fast, light, and uncompromising. They raced not only in Germany, but on racetracks throughout Europe. Veritas stood for a new beginning. For technical expertise. For the attempt to make German engineering internationally competitive again – on the racetrack, not in the brochure.

But success alone doesn't pay the bills. In order to appeal to wealthy customers who wanted style but not a racing calendar, a civilian version of the RS racing car was developed: the Veritas Comet Coupé. With reduced power, it was more suitable for everyday use – at least in theory. In practice, the Comet was a luxury item. Elegant, exclusive, expensive. Very expensive. In fact, it was the most expensive German production car of its time. The problem was that only around eight were ever made. Not enough to save the company.



Veritas Meteor 2

Der Wendepunkt kam beim Großen Preis von Deutschland 1950. Sieben Veritas-Meteor-Rennwagen gingen an den Start. Keiner erreichte das Ziel. Technische Defekte bei allen Fahrzeugen. Ein Debakel. Öffentlich. Brutal. Der Imageschaden war enorm. Und er kam zur Unzeit. Ferrari, Gordini und andere internationale Hersteller waren technisch bereits einen Schritt weiter. Die deutschen Konstruktionen konnten nicht mehr mithalten.

Im Herbst 1950 war Schluss. Konkurs. Trennung der Partner. Ende eines Traums, der kaum drei Jahre zuvor so vielversprechend begonnen hatte. Veritas verschwand so schnell, wie es gekommen war. Zurück blieben wenige Fahrzeuge – und eine große Geschichte.

Veritas steht für eine Zeit, in der Motorsport nicht kalkuliert war, sondern existenziell. In der Ingenieure Risiken eingingen, weil sie an ihre Ideen glaubten. In der Scheitern kein Makel, sondern Teil der Wahrheit war. Passender könnte der Name kaum sein.

Heute sind Veritas-Fahrzeuge extrem selten. Und genau deshalb so wertvoll – nicht nur monetär, sondern kulturell. Sie erzählen von einem Deutschland im Wiederaufbau, von technischer Brillanz ohne Sicherheitsnetz, von Mut ohne Garantie. Keine perfekte Erfolgsgeschichte. Sondern eine echte.

Veritas war nie bequem. Aber immer ehrlich. Und genau deshalb verdient diese Marke ihren Platz – nicht im Schatten der großen Namen, sondern im kollektiven Gedächtnis automobiler Leidenschaft.

*The turning point came at the 1950 German Grand Prix. Seven Veritas Meteor racing cars lined up at the start. None of them reached the finish line. All of the vehicles suffered technical defects. It was a debacle. Public. Brutal. The damage to the company's image was enormous. And it came at the wrong time. Ferrari, Gordini, and other international manufacturers were already one step ahead in terms of technology. German designs could no longer keep up.*

*In the fall of 1950, it was all over. Bankruptcy. Separation of the partners. The end of a dream that had begun so promisingly barely three years earlier. Veritas disappeared as quickly as it had come. What remained were a few vehicles – and a great story.*

*Veritas stands for a time when motorsport was not calculated, but existential. When engineers took risks because they believed in their ideas. When failure was not a blemish, but part of the truth. The name could hardly be more fitting.*

*Today, Veritas vehicles are extremely rare. And that is precisely why they are so valuable—not only monetarily, but culturally. They tell the story of a Germany in reconstruction, of technical brilliance without a safety net, of courage without guarantees. Not a perfect success story, but a real one.*

*Veritas was never comfortable, but always honest.*

*And that is precisely why this brand deserves its place—not in the shadow of the big names, but in the collective memory of automotive passion.*

# DER WINTERDUFT DEINER TRÄUME



## GREEN FOREST



**MIT KIEFERNDUFT UND WINTERFRISCHE**

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

[sonax.de](http://sonax.de)

42 Ausgabe 202 / 2025

**SONAX**  
MADE IN GERMANY



Veritas Avus Stromlinie



## MOTORWORLD Manufaktur Zürich

# Haltung, Handwerk & Erlebnis

**Philosophy, craftsmanship & experiences**

Wenn sich in Zürich-Oerlikon Marken, Macher und Besucher begegnen, geht es längst nicht mehr nur um Produkte. Es geht um Haltung, um Austausch und um Erlebnisse, die im Gedächtnis bleiben. Genau dafür steht die Man's World, die im Winter 2026 ihr zehnjähriges Bestehen feiert – und die Motorworld Manufaktur Region Zürich ist wieder dabei.

Vom 29. Januar bis 1. Februar 2026 wird die Halle 550 erneut zum Treffpunkt für eine curated Auswahl an Markenwelten, die Handwerk, Innovation und Genuss miteinander verbinden. Auf über 5 000 Quadratmetern entsteht eine Atmosphäre, die zum Entdecken einlädt – jenseits klassischer Messelogik, näher an Menschen und Geschichten. Degustationen, interaktive Formate und persönliche Gespräche mit den Ausstellern machen den Reiz dieser Veranstaltung aus.

Zwischen Food-Konzepten und Degustationen von Gin, Whisky und Wein entstehen Begegnungen ebenso selbstverständlich wie an den interaktiven Stationen: VR-Erlebnisse, Simulatoren, Pop-up-Manufakturen, Vintage-Games oder die Zigarrenlounge fügen sich zu einem vielseitigen Gesamtbild. Die Man's World ist damit ebenso Ort der Inspiration wie Bühne für Genuss und Austausch – ideal für einen Abend unter Freunden, einen Team-Ausflug oder gezieltes Networking.

*When brands, makers and visitors come together in Zurich-Oerlikon, products have long ceased to be the focal point. It's about a philosophy, exchanges and experiences that aren't forgotten. This is precisely what Man's World, which will celebrate its tenth anniversary in winter 2026, stands for – and Motorworld Manufaktur Region Zürich will be there again.*

*From 29 January to 1 February 2026, Hall 550 will once again be the meeting place for a curated selection of brand worlds that combine craftsmanship, innovation and pleasure. On over 5,000 square metres, an atmosphere is created that encourages discovery – beyond the traditional trade fair logic, closer to people and stories. Tastings, interactive formats, and personal discussions with the exhibitors are what make this event so appealing. Between food concepts and gin, whisky and wine tastings, encounters occur just as naturally as at the interactive stations: VR experiences, simulators, pop-up manufactories, vintage games and the cigar lounge come together to create a multifaceted overall picture. Man's World is thus both a place of inspiration and a platform for pleasure and exchanges – ideal for an evening with friends, a team outing, or targeted networking.*



In diesem Umfeld ist die Motorworld Manufaktur Region Zürich mit einem eigenen Stand vertreten. Der Auftritt versteht sich als Einladung zum Dialog mit einem Publikum, das Offenheit, Qualität und Authentizität schätzt. Als Teil einer lebendigen, regional verankerten Community bringt die Motorworld Themen zusammen, in denen Mobilität, Design und Erlebnis ineinander greifen – leise, aber wirkungsvoll.

Dass die Jubiläumsausgabe der Man's World in eine Jahreszeit fällt, die in Zürich traditionell von Messen und kulturellem Austausch geprägt ist, verleiht dem Event zusätzliche Strahlkraft. Sie setzt einen bewussten Akzent im Kalender: als Ort, an dem Markenwelten und Menschen auf Augenhöhe zusammenkommen und Eindrücke entstehen, die über den Moment hinauswirken.

Tickets gibt's unter: [www.mansworld.com](http://www.mansworld.com)

*Motorworld Manufaktur Region Zürich is represented in this setting with its own booth. The presence is an invitation to enter into dialogue with an audience that appreciates openness, quality and authenticity. As part of a vibrant, regionally anchored community, Motorworld brings together themes that intertwine mobility, design and experiences – unobtrusively, but effectively.*

*The fact that the anniversary edition of Man's World falls in a time of year that is traditionally marked by trade fairs and cultural exchange in Zurich gives the event an additional appeal. It sets a deliberate emphasis in the calendar: as a place where brand worlds and people come together at eye level and impressions are created that have a lasting impact.*

*Tickets are available at: [www.mansworld.com](http://www.mansworld.com)*

# 911 GT3 90 F. A. PORSCHE

Es gibt Geburtstage, die verlangen nach Blumen. Und es gibt Geburtstage, die verlangen nach Benzin. Zum 90. Geburtstag von Ferdinand Alexander Porsche, dem Mann, der dem 911 seine zeitlose Form gab, hat sich Porsche für Letzteres entschieden – und ein Sammlerstück geschaffen, das mehr ist als nur eine Sonderedition. Der 911 GT3 90 F. A. Porsche ist kein lauter Jubiläums-Schrei, sondern ein leises, sehr selbstbewusstes Statement. Ganz im Sinne des Mannes, dem er gewidmet ist. .

Some birthdays call for flowers. Others call for gasoline. For the 90th birthday of Ferdinand Alexander Porsche, the man who gave the 911 its timeless shape, Porsche opted for the latter – and created a collector's item that is more than just a special edition. The 911 GT3 90 F. A. Porsche is not a loud anniversary cry, but a quiet, very self-confident statement. Very much in keeping with the spirit of the man to whom it is dedicated.





F. A. Porsche war nie Freund von Effekthascherei. Sein Credo war simpel und brutal ehrlich: Wenn man die Funktion versteht, ergibt sich die Form von selbst. Genau dieses Denken steckt im Kern dieses Fahrzeugs. Und es erklärt auch, warum Porsche ausgerechnet den GT3 mit Touring-Paket als Basis gewählt hat. Kein feststehender Flügel, kein Motorsport-Geschrei. Stattdessen Understatement, gepaart mit maximaler Substanz. Das ist kein Auto für Likes. Das ist ein Auto für Menschen, die wissen.

Gebaut werden exakt 90 Exemplare. Nicht 91, nicht 100. Einer davon bleibt in der Familie – Mark Porsche, jüngster Sohn von F. A., hat sich ein Exemplar gesichert. Die restlichen 89 gehen an Kunden weltweit, die nicht nur das nötige Budget, sondern auch das nötige Verständnis mitbringen. Denn dieser GT3 ist kein Spielzeug. Er ist eine Haltung auf Rädern.

Schon der erste Blick macht klar, dass hier nichts zufällig ist. Die eigens entwickelte Lackierung F. A. Grünmetallic ist eine moderne Interpretation des Oakgrünmetallic, das F. A. Porsche in den 1980er-Jahren selbst fuhr. Kein nostalgischer Abklatsch, sondern eine Farbe mit Tiefe, Ruhe und Charakter. Ergänzt wird das Ganze durch Sport-Classic-Räder in Schwarz Seidenglanz, inspiriert von klassischen Fuchs-Felgen – exklusiv für dieses Modell. Auf den Radnaben: das historische Porsche-Wappen von 1963. Kleine Details, große Wirkung.

Hinten auf dem Motorgitter sitzt eine vergoldete Plakette mit dem „90 F. A. Porsche“-Logo. Kein protziger Schriftzug, sondern ein diskretes Zeichen für Kenner. Genau hier trennt sich die Zielgruppe von der Masse. Wer das erklären muss, ist falsch.

F. A. Porsche was never a fan of showmanship. His credo was simple and brutally honest: If you understand the function, the form will follow. This is precisely the thinking at the heart of this vehicle. And it also explains why Porsche chose the GT3 with Touring Package as its basis. No fixed wing, no motorsport fanfare. Instead, understatement paired with maximum substance. This is not a car for likes. This is a car for people who know.

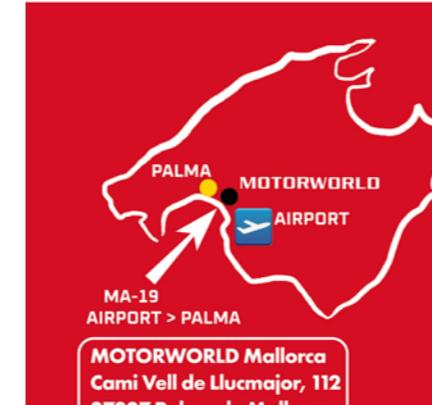
Exactly 90 units will be built. Not 91, not 100. One of them will remain in the family – Mark Porsche, F. A.'s youngest son, has secured one for himself. The remaining 89 will go to customers worldwide who not only have the necessary budget, but also the necessary understanding. Because this GT3 is not a toy. It is an attitude on wheels.

Even at first glance, it is clear that nothing here is left to chance. The specially developed F. A. Green Metallic paint finish is a modern interpretation of the Oak Green Metallic that F. A. Porsche himself drove in the 1980s. It is not a nostalgic imitation, but a color with depth, calm, and character. The whole thing is complemented by Sport Classic wheels in black silk gloss, inspired by classic Fuchs rims – exclusively for this model. On the wheel hubs: the historic Porsche crest from 1963. Small details, big impact.

At the rear of the engine grille is a gold-plated plaque with the „90 F. A. Porsche“ logo. Not a flashy inscription, but a discreet sign for connoisseurs. This is precisely where the target group stands out from the crowd. Anyone who needs to explain this is in the wrong place.



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



**MOBILE LEIDENSCHAFT + EVENTLOCATION**

**MOTORWORLD MALLORCA OFFICE:**  
+34 971 599 449  
[mallorca@motorworld.de](mailto:mallorca@motorworld.de)

**MOTORWORLD MALLORCA EVENTS:**  
+34 677 344 508  
[events-mallorca@motorworld.de](mailto:events-mallorca@motorworld.de)



[www.motorworld.de/mallorca](http://www.motorworld.de/mallorca)



Technisch bleibt der GT3 das, was er ist: eine der letzten Bastionen des kompromisslosen Saugmotors. 4,0 Liter Hubraum, 510 PS, 9.000 U/min, kein Turbo, keine Ausreden. 375 kW, 450 Nm, Hinterradantrieb. Ein Motor, der nicht gefallen will, sondern fordert. Und genau deshalb geliebt wird. In einer Zeit, in der selbst Sportwagen zunehmend weichgespült werden, wirkt dieser Antrieb fast schon rebellisch. Doch der wahre Charakter dieses Sondermodells offenbart sich im Innenraum. Hier wird F. A. Porsche nicht zitiert – er wird interpretiert. Die Lederausstattung in Clubleder Trüffelbraun wird kombiniert mit kalkbeigen Ziernähten und einem Stoff namens F. A. Grid-Weave. Das Muster? Inspiriert von den Lieblings-Sakkos von F. A. Porsche. Fünffarbig, fein gewebt, warm, fast wohnlich. Motorsport trifft Wohnzimmer – und es funktioniert erstaunlich gut. Dieser Stoff findet sich nicht nur auf den Sitzmittelbahnen, sondern auch im Handschuhfach und sogar auf der Kofferraumwendematte. Das ist keine Spielerei, das ist Konsequenz. Ergänzt wird das Interieur durch Details, die man heute kaum noch findet: ein Schalthebel mit Kugel aus offenporigem Nussbaum-Schichtholz, versehen mit einer Plakette und der eingravierten Unterschrift von F. A. Porsche. Ein Material, das lebt, altert, Charakter entwickelt. Genau wie gutes Design.

Technically, the GT3 remains what it is: one of the last bastions of the uncompromising naturally aspirated engine. 4.0 liters displacement, 510 hp, 9,000 rpm, no turbo, no excuses. 375 kW, 450 Nm, rear-wheel drive. An engine that doesn't want to please, but demands. And that's exactly why it's loved. At a time when even sports cars are becoming increasingly watered down, this drive seems almost rebellious.

But the true character of this special model is revealed in the interior. Here, F. A. Porsche is not quoted – he is interpreted. The leather upholstery in club leather truffle brown is combined with chalk beige decorative stitching and a fabric called F. A. Grid-Weave. The pattern? Inspired by F. A. Porsche's favorite jackets. Five colors, finely woven, warm, almost cozy. Motorsport meets living room – and it works amazingly well.

This fabric is not only found on the seat center panels, but also in the glove compartment and even on the reversible trunk mat. This is not a gimmick, it is consistency. The interior is complemented by details that are hard to find today: a gear lever with a knob made of open-pore walnut plywood, featuring a plaque and the engraved signature of F. A. Porsche. A material that lives, ages, and develops character. Just like good design.



Über dem Armaturenbrett thront die Sport-Chrono-Uhr, gestaltet nach dem originalen Chronograph I, den F. A. Porsche einst selbst trug. Und damit sind wir beim nächsten Highlight des Gesamtpakets: Jeder Käufer erhält eine exklusive Edition des Porsche Design Chronograph 1 - 90 F. A. Porsche. Schwarz beschichtet, Titan-Gehäuse, Vintage-Leuchtmasse mit Patina-Effekt, COSC-zertifiziert. Auf der Rückseite: Limitierungsnummer und Signatur. Die Uhr ist kein Merchandising-Artikel. Sie ist Teil der Geschichte. Doch Porsche wäre nicht Porsche, wenn es bei Auto und Uhr enden würde. Zum Lieferumfang gehört außerdem ein maßgeschneiderte Porsche Design Weekender, abgestimmt auf Materialien und Farben des Innenraums. Trüffelbraunes Leder, Grid-Weave-Futter, kalkbeige Nähte. Luxus, der nicht laut ist. Sondern stimmig. Und dann ist da noch dieses charmante Detail, das alles abrundet: die Neuauflage des „Porsche Junior“-Schlittens. Ein Kultobjekt aus den 1960er-Jahren, nun aus Carbon und Kevlar gefertigt, ebenfalls in F. A. Grünmetallic lackiert und auf 90 Stück limitiert. Klingt absurd? Vielleicht. Aber es zeigt, wie tief Porsche dieses Jubiläum gedacht hat. Design ist nicht nur Auto. Design ist Haltung. Und Erinnerung.

The Sport Chrono clock, designed after the original Chronograph I that F. A. Porsche himself once wore, sits enthroned above the dashboard. And that brings us to the next highlight of the overall package: every buyer receives an exclusive edition of the Porsche Design Chronograph 1 - 90 F. A. Porsche. Black coated, titanium case, vintage luminous material with patina effect, COSC certified. On the back: limited edition number and signature. The watch is not a merchandising item. It is part of history.

But Porsche would not be Porsche if it ended with the car and the watch. The package also includes a custom-made Porsche Design Weekender, coordinated with the materials and colors of the interior. Truffle brown leather, grid weave lining, chalk beige stitching. Luxury that is not loud. But harmonious. And then there is this charming detail that rounds it all off: the new edition of the "Porsche Junior" sled. A cult object from the 1960s, now made of carbon and Kevlar, also painted in F. A. Green Metallic and limited to 90 pieces. Sounds absurd? Perhaps. But it shows how deeply Porsche has thought about this anniversary. Design is not just about cars. Design is an attitude. And a memory.



Bestellbar ist der 911 GT3 90 F. A. Porsche ab April 2026, die Produktion startet Mitte des Jahres nach individueller Konfiguration in der Sonderwunsch-Manufaktur. Käufer erwarten ein exklusives Rahmenprogramm – nicht als Verkaufs-Show, sondern als kuratierte Erfahrung. Genau das hätte F. A. Porsche gefallen.

Dieser GT3 ist kein Investment-Hype, kein Spekulationsobjekt für schnelle Rendite. Er ist ein Denkmal. Für einen Mann, der Reduktion zur Kunst erhoben hat. Für eine Zeit, in der Design nicht erklären wollte, sondern funktionieren musste. Und für all jene, die verstehen, dass wahrer Luxus nicht im Mehr liegt – sondern im Weglassen. Der 911 GT3 90 F. A. Porsche ist kein Auto, das schreit. Er flüstert.

Und genau deshalb hört man ihn so deutlich.

*The 911 GT3 90 F. A. Porsche will be available to order from April 2026, with production starting in the middle of the year after individual configuration in the special request workshop. Buyers can expect an exclusive supporting program – not as a sales show, but as a curated experience. That's exactly what F. A. Porsche would have liked.*

*This GT3 is not an investment hype, not an object of speculation for quick returns. It is a monument. To a man who elevated reduction to an art form. To a time when design did not seek to explain, but had to function. And to all those who understand that true luxury lies not in addition, but in omission.*

*The 911 GT3 90 F. A. Porsche is not a car that screams.*

*It whispers.*

*And that's exactly why you can hear it so clearly.*

# 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

Laureus

FIVA

# FIAT TOPOLINO BRITTO





Autos müssen heute vieles sein: nachhaltig, urban, leise, effizient. Was sie dabei oft vergessen, ist das Wichtigste – Emotion. Genau hier setzt der Fiat Topolino an. Und als hätte er das Memo selbst geschrieben, hat Fiat ihn kurzerhand mit einem der fröhlichsten Künstler unserer Zeit zusammengebracht: Romero Britto. Das Ergebnis heißt liebevoll „Brittolino“ – ein Einzelstück, das beweist, dass Mobilität auch Spaß machen darf. Und zwar richtig. Vorgestellt wurde der one-of-one Topolino während der Art Week Miami, ausgerechnet dort, wo Kunst nicht flüstert, sondern schreit, tanzt und Farbe bekennt. Passender Ort, passender Partner. Britto, Gründer der „Happy Art Movement“, steht wie kaum ein anderer für Optimismus, Pop-Art-Energie und visuelle Lebensfreude. Fiat wiederum bringt mit dem Topolino genau das Auto, das sich nicht über Leistung, sondern über Lebensgefühl definiert.

Der Name ist Programm. „Topolino“ bedeutet auf Italienisch „kleine Maus“ – und ist gleichzeitig eine liebevolle Verbeugung vor dem ursprünglichen Fiat 500 Topolino, der zwischen 1936 und 1955 Millionen Menschen mobilisierte. Klein, charmant, zugänglich. Der neue Topolino übersetzt dieses Konzept ins Hier und Jetzt: elektrisch, minimalistisch, urban. Kein Auto für die linke Spur – sondern für das echte Leben zwischen Café, Galerie und Strandpromenade.

Mit Britto bekommt dieses Konzept nun ein visuelles Upgrade, das man kaum übersehen kann. Knallige Farben, dicke schwarze Linien, geometrische Formen, Herz motive – der Brittolino ist kein Fahrzeug, das sich tarnt. Er will gesehen werden. Und er will gute Laune verbreiten. Genau deshalb steht er im Britto Palace, dem größten Kunststudio der Welt und kreativen Hauptquartier des Künstlers. Dort wirkt der Topolino weniger wie ein Auto – und mehr wie eine rollende Skulptur.

*Today's cars have to be many things: sustainable, urban, quiet, efficient. What they often forget is the most important thing – emotion. This is exactly where the Fiat Topolino comes in. And as if it had written the memo itself, Fiat promptly brought it together with one of the most cheerful artists of our time: Romero Britto. The result is affectionately called "Brittolino" – a one-of-a-kind piece that proves that mobility can also be fun. And we mean really fun.*

*The one-of-a-kind Topolino was unveiled during Art Week Miami, where art doesn't whisper, but shouts, dances, and shows its colors. The perfect place, the perfect partner. Britto, founder of the "Happy Art Movement," stands for optimism, pop art energy, and visual joie de vivre like no other. With the Topolino, Fiat is bringing out a car that is defined not by performance, but by attitude.*

*The name says it all. "Topolino" means "little mouse" in Italian – and is also a loving nod to the original Fiat 500 Topolino, which mobilized millions of people between 1936 and 1955. Small, charming, accessible. The new Topolino translates this concept into the here and now: electric, minimalist, urban. Not a car for the fast lane – but for real life between cafés, galleries, and beach promenades.*

*With Britto, this concept is now getting a visual upgrade that is hard to miss. Bright colors, thick black lines, geometric shapes, heart motifs – the Brittolino is not a vehicle that blends in. It wants to be seen. And it wants to spread good cheer. That's exactly why it's on display at Britto Palace, the world's largest art studio and the artist's creative headquarters. There, the Topolino seems less like a car and more like a rolling sculpture.*





Fiat-CEO Olivier François bringt es treffend auf den Punkt: Zwei Marken, die für Farbe und Glück stehen, treffen aufeinander. Fiat und Britto – Italien und Miami, Dolce Vita und Pop Art. Dass der Topolino dabei längst mehr ist als ein europäisches Microcar, zeigen seine Auftritte beim Greenwich Concours d'Elegance, der New York Auto Show und der LA Auto Show. Die Reaktionen? Neugier, Begeisterung, und vor allem: ein breites Grinsen.

Denn der Topolino stellt eine einfache, aber radikale Frage: Warum müssen nachhaltige Fahrzeuge immer so ernst aussehen? Warum futuristisch, kantig, kühl? Der Topolino geht den Gegenweg. Er ist freundlich. Zugänglich. Fast schon verspielt. Und genau darin liegt seine Stärke. In einer Welt, in der SUVs immer größer und aggressiver werden, wirkt der kleine Fiat wie eine wohltuende Erinnerung daran, dass Mobilität auch leicht sein darf.

Technisch ist der Topolino bewusst reduziert. Er gehört zur Kategorie der Micromobility-Fahrzeuge, ist vollelektrisch, leicht und auf den urbanen Alltag zugeschnitten. Kein Reichweiten-Wettrennen, keine PS-Schlachten. Stattdessen: kurze Wege, einfache Bedienung, niedrige Einstiegshürden. Ein Fahrzeug für Menschen, die sich durch die Stadt bewegen wollen – nicht durch Tabellenkalkulationen.

Romero Britto beschreibt den Brittollino als „bewegtes Kunstwerk“. Und das ist nicht übertrieben. Brittos Arbeiten hängen in Museen, Galerien und Sammlungen in über 120 Ländern. Er ist einer der meistgesammelten und lizenzierten Künstler der Welt. Dass seine Kunst nun auf einem Auto statt auf Leinwand lebt, passt perfekt zu seiner Philosophie: Kunst soll Teil des Alltags sein. Erlebbar. Nahbar. Und genau das macht der Topolino.

Fiat CEO Olivier François sums it up aptly: two brands that stand for color and happiness come together. Fiat and Britto – Italy and Miami, Dolce Vita and Pop Art. The Topolino has long been more than just a European microcar, as demonstrated by its appearances at the Greenwich Concours d'Elegance, the New York Auto Show, and the LA Auto Show. The reactions? Curiosity, enthusiasm, and above all: broad smiles.

Because the Topolino asks a simple but radical question: Why do sustainable vehicles always have to look so serious? Why futuristic, angular, cool? The Topolino takes the opposite approach. It is friendly. Accessible. Almost playful. And that is precisely where its strength lies. In a world where SUVs are becoming ever larger and more aggressive, the little Fiat is a welcome reminder that mobility can also be light.

Technically, the Topolino is deliberately minimalist. It belongs to the category of micromobility vehicles, is fully electric, lightweight, and tailored to everyday urban life. No range races, no horsepower battles. Instead: short distances, easy operation, low barriers to entry. A vehicle for people who want to move through the city – not through spreadsheets.

Romero Britto describes the Brittollino as a “moving work of art.” And that’s no exaggeration. Britto’s works hang in museums, galleries, and collections in over 120 countries. He is one of the most collected and licensed artists in the world. The fact that his art now lives on a car instead of on canvas fits perfectly with his philosophy: art should be part of everyday life. Experiential. Approachable. And that’s exactly what the Topolino does.



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](http://allianz.de/oldtimer)

# 10 JAHRE FCA HERITAGE





## ZEHN JAHRE VERGANGENHEIT MIT ZUKUNFT: WENN KLASSEK NICHT VERSTAUBEN, SONDERN WEITERLEBEN

Es gibt Jubiläen, die schaut man sich an, nickt höflich und blättert weiter. Und es gibt Jubiläen, die stehen exemplarisch für eine Haltung. Fünf Jahre FCA Heritage gehören eindeutig zur zweiten Kategorie. Denn hier geht es nicht um sentimentales Zurückblicken oder nostalgisches Polieren alter Embleme. Es geht um etwas Größeres: um die bewusste Entscheidung, automobile Geschichte aktiv zu leben, zu pflegen und weiterzudenken.

Seit 2015 schützt und fördert FCA Heritage das Erbe von Alfa Romeo, Fiat, Lancia und Abarth – vier Marken, die nicht nur Autos gebaut haben, sondern Lebensgefühl, Designgeschichte und Ingenieursmut. In einer Zeit, in der sich Mobilität radikal verändert, wirkt dieser Ansatz fast rebellisch: Statt Altes zu archivieren, wird es relevant gehalten. Statt Mythen zu verwahren, werden sie neu erzählt. Heritage ist hier kein Museumsschild, sondern ein Auftrag. Und genau so versteht ihn Roberto Giolito, Leiter von FCA Heritage. Für ihn bedeutet Heritage nicht bloß Tradition, sondern Vermächtnis. Etwas, das weitergegeben, interpretiert und in die Zukunft übersetzt werden muss. Nicht als Kopie, sondern als Inspiration. Ein Ansatz, der italienischer kaum sein könnte.

Ein zentrales Symbol dieser Philosophie ist der Heritage Hub in Turin, eröffnet 2019 im historischen Industriekomplex Mirafiori. Wo früher Automobile für die Massen entstanden, schlägt heute das Herz der automobilen Erinnerung. Auf 15.000 Quadratmetern stehen mehr als 300 ikonische Fahrzeuge – nicht als statische Schaustücke, sondern als erzählende Objekte. Jede Linie, jede Delle, jede Patina erzählt von Ideen, Krisen, Erfolgen und Mut.

## FCA HERITAGE – TEN YEARS OF THE PAST WITH A FUTURE: WHEN CLASSICS DON'T GATHER DUST, BUT LIVE ON

There are anniversaries that you look at, nod politely, and turn the page. And there are anniversaries that exemplify an attitude. Five years of FCA Heritage clearly belong to the second category. Because this is not about sentimental looking back or nostalgically polishing old emblems. It's about something bigger: the conscious decision to actively live, nurture, and think ahead about automotive history.

Since 2015, FCA Heritage has been protecting and promoting the heritage of Alfa Romeo, Fiat, Lancia, and Abarth—four brands that have not only built cars, but also a way of life, design history, and engineering courage. At a time when mobility is changing radically, this approach seems almost rebellious: instead of archiving the old, it is kept relevant. Instead of managing myths, they are retold.

Here, heritage is not a museum label, but a mission. And that is exactly how Roberto Giolito, head of FCA Heritage, understands it. For him, heritage is not just tradition, but legacy. Something that must be passed on, interpreted, and translated into the future. Not as a copy, but as inspiration. An approach that could hardly be more Italian.

A central symbol of this philosophy is the Heritage Hub in Turin, opened in 2019 in the historic Mirafiori industrial complex. Where automobiles for the masses were once built, today the heart of automotive memory beats. More than 300 iconic vehicles are displayed across 15,000 square meters – not as static showpieces, but as narrative objects. Every line, every dent, every patina tells a story of ideas, crises, successes, and courage.



Der Heritage Hub ist kein steriler Tempel. Er ist roh, industriell, ehrlich. Betonböden, originale Farben, Stahlträger – die Architektur selbst ist Teil der Geschichte. Hier wird nicht beschönigt, sondern eingeordnet. Vergangenheit wird nicht romantisiert, sondern kontextualisiert. Und genau das macht diesen Ort so glaubwürdig.

Doch FCA Heritage denkt größer als nur Turin. In den vergangenen fünf Jahren hat die Abteilung ein beeindruckendes Netzwerk mit internationalen Museen aufgebaut. Fahrzeuge aus der Sammlung waren im Victoria & Albert Museum in London, im Musée National de la Voiture in Compiègne, im Triennale Design Museum in Mailand oder im Technik Museum Sinsheim zu sehen. Der wohl prestigeträchtigste Schritt: die Übergabe eines Fiat 500 von 1968 an das Museum of Modern Art in New York. Kein Showcar, sondern ein restaurierter Klassiker – nun Teil der permanenten Sammlung. Automobildesign als Kunstform. Endgültig.

Diese musealen Kooperationen sind kein Selbstzweck. Sie zeigen, dass Fahrzeuge von Fiat, Alfa Romeo, Lancia und Abarth weit über ihre technische Funktion hinausgehen. Sie sind kulturelle Artefakte, Spiegel ihrer Zeit, Ausdruck von Gesellschaft, Design und Fortschrittglauben. Dass ein Cinquecento im MoMA steht, ist kein Marketingtrick – es ist eine Anerkennung.

*The Heritage Hub is not a sterile temple. It is raw, industrial, honest. Concrete floors, original colors, steel beams – the architecture itself is part of the story. Here, nothing is glossed over, but rather classified. The past is not romanticized, but contextualized. And that is precisely what makes this place so credible.*

*But FCA Heritage thinks bigger than just Turin. Over the past five years, the department has built up an impressive network of international museums. Vehicles from the collection have been on display at the Victoria & Albert Museum in London, the Musée National de la Voiture in Compiègne, the Triennale Design Museum in Milan, and the Technik Museum Sinsheim. Probably the most prestigious step: the handover of a 1968 Fiat 500 to the Museum of Modern Art in New York. Not a show car, but a restored classic – now part of the permanent collection. Automotive design as an art form. Definitely.*

*These museum collaborations are not an end in themselves. They show that vehicles from Fiat, Alfa Romeo, Lancia, and Abarth go far beyond their technical function. They are cultural artifacts, mirrors of their time, expressions of society, design, and belief in progress. The fact that a Cinquecento is on display at MoMA is not a marketing ploy – it is recognition.*





Nicht zu unterschätzen ist auch die digitale Präsenz. FCA Heritage ist kein elitäres Insiderprojekt, sondern offen, zugänglich, dialogbereit. Website, Instagram, Facebook, YouTube – Millionen von Zugriffen zeigen, dass die Faszination für italienische Klassiker ungebrochen ist. Besonders stark: die Einbindung der Community. Geschichten, Bilder, Erfahrungen von Besitzern sind Teil der Erzählung. Heritage wird geteilt – nicht diktiert.

Zum Jubiläum blickt FCA Heritage nicht nostalgisch zurück, sondern klar nach vorne. Elektromobilität, neue Technologien, neue Zielgruppen – all das wird kommen. Und genau deshalb ist es so wichtig, die Wurzeln zu kennen. Der neue elektrische Fiat 500 steht im Heritage Hub nicht als Fremdkörper, sondern als logische Fortsetzung einer Idee, die immer schon Teil von Fiat war: Mobilität für Menschen.

Fünf Jahre FCA Heritage zeigen, dass Geschichte kein Ballast ist, sondern Treibstoff. Für Design, für Identität, für Glaubwürdigkeit. In einer Branche, die sich ständig neu erfinden muss, ist das ein unschätzbarer Wert.

Oder anders gesagt:

FCA Heritage bewahrt nicht nur Autos – sondern Haltung. Und genau deshalb ist dieses Jubiläum mehr als ein Geburtstag. Es ist ein Versprechen für die Zukunft.

Its digital presence should not be underestimated either. FCA Heritage is not an elitist insider project, but open, accessible, and ready for dialogue. Website, Instagram, Facebook, YouTube – millions of hits show that the fascination with Italian classics is unbroken. Particularly strong: the integration of the community. Stories, pictures, and experiences from owners are part of the narrative. Heritage is shared – not dictated.

On its anniversary, FCA Heritage is not looking back nostalgically, but clearly ahead. Electric mobility, new technologies, new target groups – all of this is coming. And that is precisely why it is so important to know your roots. The new electric Fiat 500 is not an alien object in the Heritage Hub, but the logical continuation of an idea that has always been part of Fiat: mobility for people.

Five years of FCA Heritage show that history is not a burden, but fuel. For design, for identity, for credibility. In an industry that has to constantly reinvent itself, that is an invaluable asset.

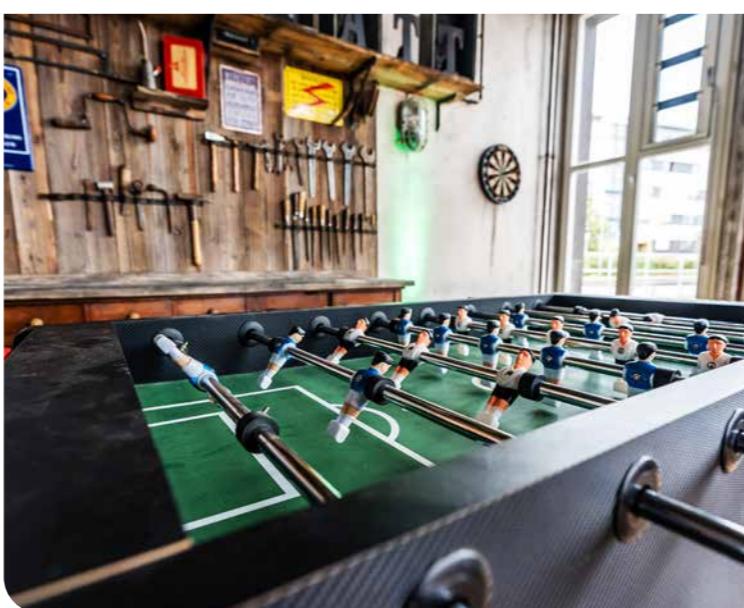
Or to put it another way:

FCA Heritage preserves not only cars – but attitude. And that is precisely why this anniversary is more than just a birthday. It is a promise for the future.



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://www.motorworld-shop.de/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/](http://www.motorworld.de/eventlocations/)



STUTTGART

KÖLN

MÜNCHEN

BERLIN

RÜSSELSEIM

HERTEN

METZINGEN

ZÜRICH

LUXEMBOURG

MALLORCA

# 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

Anzeige



LIEBE FREUNDE DER  
HISTORISCHEN MOBILITÄT,

viel zu schnell geht ein ereignisreiches DEUVET-Jahr zu Ende, das für uns mit einem Stabwechsel im Präsidium begann: Peter Schneider beendete nach über 38 Jahren seine Tätigkeit im DEUVET-Vorstand und wurde zum Ehrenvorsitzenden ernannt, Dr. Ekkehard Pott übernahm das Präsidentenamt. Unsere Arbeit für die Historische Mobilität konnten wir nahtlos weiterführen und uns den herausfordernden Fragen widmen, die uns die Politik, besonders aus dem europäischen Raum, beschert. Durch den politischen Wechsel in Berlin blieb es in der Bundespolitik zunächst ruhig.

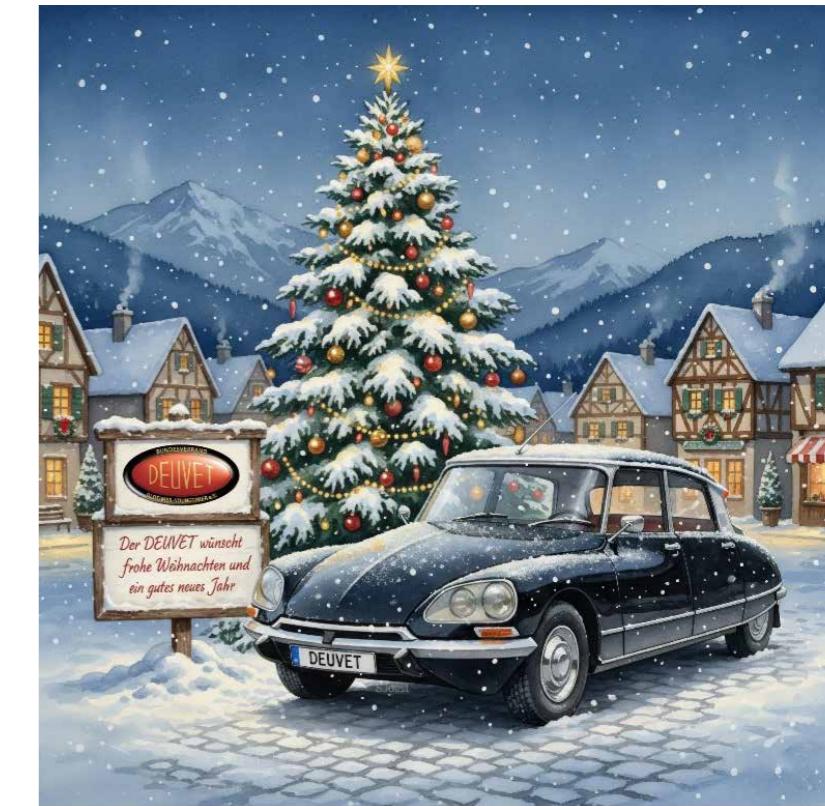
In unserer politischen Arbeit gibt es Ergebnisse: Bei der Neufassung der EU-Altautoverordnung hat der DEUVET klargemacht, dass zukünftig keine Nachteile für Erhalt und Betrieb historischer Fahrzeuge entstehen dürfen. Wir setzen uns weiter dafür ein, dass die Ersatzteilversorgung sowie der Erhalt restaurierungswürdiger Fahrzeuge und Teilespender nicht gefährdet wird.

Das Thema „Jährliche TÜV-Prüfung“ hat den europäischen Rat (Regierungschefs und Fachminister) passiert. Wenn die Kommission (vergleichbar mit der Regierung auf Länderebene) den Vorschlägen folgt, ist das Thema vom Tisch. Der DEUVET kann also schon mal einen Teilerfolg verbuchen.

Auch im neuen Jahr werden wir die aktuellen politischen Themen weiter im Auge behalten und wie gewohnt schnell reagieren, wenn es erforderlich wird. Aber auch unser Angebot und unsere Hilfe für die Clubs, insbesondere bezüglich der Nachwuchsarbeit, bleibt bestehen. Es wäre schön, wenn unsere Angebote zahlreicher angenommen werden.

Im kommenden Jahr wird der DEUVET 50 Jahre alt. 50 Jahre höchstes Engagement für die Historische Mobilität. Wir werden das mit Ihnen und Euch feiern. Schon auf der Bremen Classic Motorshow Ende Januar wird dazu Gelegenheit sein.

Der **DEUVET Vorstand und Anna Reiter** in unserer Geschäftsstelle wünschen allen Freunden, Förderern und Clubmitgliedern ein frohes Weihnachtsfest und einen guten Start ins Jahr 2026. Wir freuen uns darauf auch im kommenden Jahr mit Ihnen und Euch unser gemeinsames Hobby zu genießen.



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



# JÜRGEN LEWANDOWSKI's BÜCHERECKE

## EINEM DENZEL VERFALLEN

Alexander Diego Fritz hat einmal einen Autobuch-Preis gewonnen – für sein Buch über das Lindner Porsche Coupé. Und nun folgt mit dem Buch über die Denzel-Sportwagen ein adäquater Nachfolge-Band – dabei geht es aber nicht nur um die extrem seltenen Denzel-Modelle (von den knapp 70 haben 31 überlebt), sondern im Besonderen um die Fahrgestell-Nummer DK 156, den 56sten gebauten Wagen, sein Auto.

Ihn hat Fritz vor rund 50 Jahren in desolatem Zustand gesehen, genauer gesagt: In unzählige Teile zerlegt, mit fehlenden Teilen und zerstörter Karosserie – so wie er nach einem Unfall von der Straße eingesammelt worden war. Konstruiert und gebaut hatte sie Wolfgang Denzel in Wien von 1948 bis 1960 auf der Basis von VW Käfern gebaut und mit selbst getunten Motoren in die ganze Welt entlassen. Selbst Porsche kaufte in seinen ersten Tagen die Motoren bei Denzel ein – Porsche wurde groß, Denzel kam nie richtig zum Laufen.

Alexander Diego Fritz war seit früher Jugend von diesen kleinen, bildschönen, leichten und schnellen Fahrzeugen fasziniert und träumte jahrzehntelang davon, einen zu besitzen – sein Buch beschreibt nicht nur die Marke und die Modelle, sondern auch seine Suche nach einem Fahrzeug. Bei den Preisen, die für einen Denzel heute verlangt und bezahlt werden, wurde ihm rasch klar, dass er sich – wenn überhaupt – nur das beklagenswerte Wrack leisten können würde. Und eines Tages landeten die Reste – in Bananenkisten verpackt – in seiner Garage. Es begann eine epische, fünfjährige Restaurierung, die Fritz wunderbar beschreibt und die alleine die Lektüre lohnt. Die Suche nach Teilen – Denzel baute auch die Motoren selber –, die Suche nach Helfern und die größtenteils selbst vorgenommene Restaurierung ist faszinierend. Und wenn die frisch lackierte Karosserie einen Kratzer bekommt, weil das neu montierte Fenster nicht passt und zerbricht, leidet man mit Alexander Fritz und seinem Kampf um seinen Denzel. Und selten hat man sich mit einem Mann so gefreut wie mit Alexander Fritz, als er in seinem Denzel die erste Fahrt antritt.



Alexander Diego Fritz,  
Denzel Sportwagen,  
Verlag Brüder Hollinek, Wien,  
€ 49,--.  
ISBN 978-3-85119-399-2

Was hin und wieder bei Betrachtung der neu auftauchenden Bücher begeistert ist die Vielzahl der Themen, mit denen sich Autoren beschäftigen – Wohnmobile in der vergangenen DDR, Tatra-Werbung der 30er Jahre und ein tolles Portrait von Steilwand-Fahrern waren nur einige der vergangenen Themen. Und nun hat Karsten Rehmann – er kümmert sich im „normalen“ Leben bei der Auto-Zeitung um Klassik Cars – in jahrelanger Arbeit die Geburtstage berühmter Männer und Frauen im automobilen Kosmos gesammelt. Man kann nun also feststellen, welche Persönlichkeit am eigenen Geburtstag ebenfalls feiert – so weiß ich nun, dass ich zusammen mit Jesse Gurney Vincent (u.a. Konstrukteur der „Liberty“-Flugzeugmotoren), dem Rennfahrer Franco Cortese und Louis R. Hughes, dem Ex-Vorsitzenden der Adam Opel AG (1989-1992) Geburtstag habe.

Was dieses Wissen dem Einzelnen bringt, ist diskutabel – doch es macht, ehrlich gesagt, Spaß die Seiten durchzublättern und sich die 1962 Datensätze anzusehen. Man entdeckt immer wieder längst vergessene Personen – neben den Car Guys sind übrigens auch 100 „Car Girls“ erfasst – und all die Designer, Kaufleute, Ingenieure und Rennfahrer und -innen haben mit ihren Ideen und Leistungen Autos und Motorräder sicherer, schöner, schneller und zuverlässiger gemacht. Karsten Rehmann: „Menschen, die dafür sorgten, dass die Autos und Motorräder nicht nur ihre Transportaufgaben erfüllen, sondern dabei sogar noch Spaß machen. Ihnen und ihrem leidenschaftlichen Streben nach bahnbrechenden Erfolgen ist dieses Buch gewidmet“.

Wer den Ehrgeiz von Sammlern kennt, weiß natürlich, dass Karsten Rehmann weiter Geburtsdaten sammelt – derzeit hat er 2.074 Personen erfasst, der Wahnsinn könnte also weitergehen.

## WER HAT WANN GEBURTSTAG

Karsten Rehmann  
**Car Guys Kalender**  
Ein Geburtstags-Almanach der Automobil- und Motorradgeschichte  
Herausgeber Jörg-Thomas Födisch



proväEdition

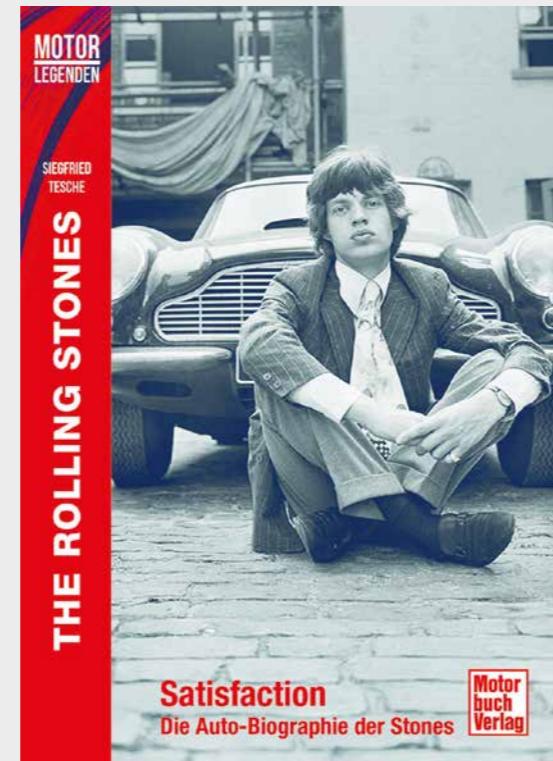
Karsten Rehmann,  
Car Guys Kalender –  
Ein Geburtstags-Almanach,  
proväEdition,  
€ 60,--.  
ISBN 978-3-25637-2-5

## ROLLENDE STEINE AUF RÄDERN

Siegfried Tesche hat sich in den vergangenen Jahren auf das Thema „Stars und ihre Automobile“ eingelassen – und er kümmert sich nebenbei gesagt auch um Automobile in Filmen. Nach Büchern über die Autos der Beatles und von Elvis Presley beschäftigt sich der neueste Band mit den Automobilen der Rolling Stones. Und es ist erstaunlich, was die Band-Mitglieder im Laufe ihres Lebens so alles gefahren sind: Als sie noch arm waren diskutable Gefährte wie Humber Hawk und Humber Snipe (Brian Jones), Riley Pathfinder (Mick Jagger), Morris 10 (Bill Wyman) – fahren gelernt hatte er bei der Armee auf einem Magirus Lastwagen – erlaubt. Und natürlich gab es etliche Ford Transit und andere Transporter um das Equipment zu den Hunderten von Auftritten zu fahren. Die frühen Autos von Charlie Watts und Ron Wood sind unbekannt – Wood besaß dann einen gelben Triumph Spitfire.

Als die Geschäfte besser liefen, kam die Zeit der Rolls-Royce und der Bentley-Modelle – berühmt ist ja der blaue Bentley S 3 Continental Spur, mit dem Brian Jones mit Gefährtin Anita Pallenberg und Keith Richards mit Chauffeur (die Stones waren anfänglich miserable Fahrer mit einer erklecklichen Liste an Unfällen und Schäden) von London nach Marokko fuhren und Brian Jones in Frankreich wegen einer Überdosis im Spital abliefern mussten. Am Ende der Reise waren dann Richards und Pallenberg ein Paar.

Noch später waren dann etliche Ferrari, ein Miura (Charlie Watts) und sogar zwei Citroën SM in den Fuhrparks zu sehen – dazu Mercedes-Benz 300 SEL 6.3 und andere PS-starke Modelle. Berühmt wurde das Foto, auf dem Mick Jagger seine frisch erworbenen Aston Martin DB6 betrachtet, in den ein anderer Fahrer hineingefahren war. Apropos Bilder: Leider sind nur wenige der Stones-Fahrzeuge mit ihren Besitzern abgebildet – sie haben sich offenbar nicht so oft mit ihren Schätzchen abbilden lassen. Aber ansonsten: Eine liebevoll recherchierte Fleißarbeit für Stones-Fans.



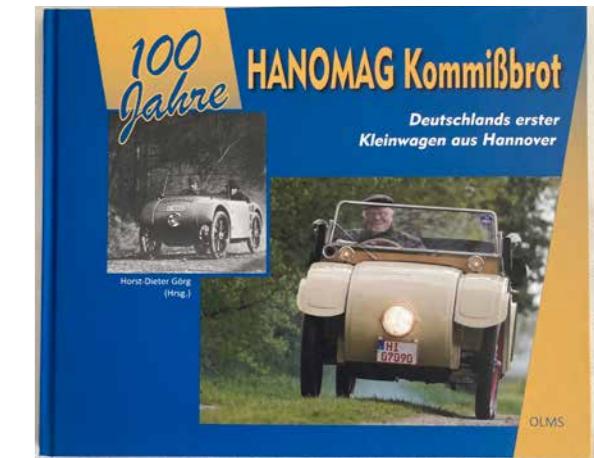
Siegfried Tesche, Motor Legenden –  
The Rolling Stones,  
Motorbuch-Verlag, Stuttgart,  
€ 29,90.  
ISBN 978-3-613-04788-4

## DER ERSTE DEUTSCHE KLEINWAGEN

Vor genau 101 Jahren rollte in Hannover Deutschlands erster Kleinwagen von einem kleinen Fließband. Einfach im Aufbau, solide in der Ausführung, kurios in der Form – so wurden von Herbst 1924 an die ersten Prototypen auf den Straßen rund um die niedersächsische Hauptstadt erprobt. Heute erinnern sich nur noch Spezialisten an den Kleinwagen mit dem Spitznamen „Kommißbrot“, von dem bis zum Produktionsende im Jahr 1928 nicht weniger als 15.775 Exemplare in Hannover-Linden entstehen sollten.

Der „kleine“ Hanomag – er entstand bei der Hannoverschen Maschinenbau-Actien-Gesellschaft – war das Kind von Gustav ter Meer, der 1890 nach Hannover gekommen war und 1909 dort Direktor wurde. Ter Meer glaubte an den Verbrennungsmotor und war der Überzeugung, dass es eine Mobilität für die breite Masse geben musste – und so schufen er und sein Team den Wagen, der als „Kommißbrot“, „Kohlenkasten“ oder „Chausseewanze“ in die Geschichte eingehen sollte.

„Zwei Kilo Blech, ein Döschen Lack, fertig ist der Hanomag“ – der Spruch sollte den Kleinwagen aus Hannover ein Leben lang begleiten. Dabei war der erste deutsche Serien-Kleinwagen ein überaus robustes Gefährt, mit dem seine Besitzer sogar erfolgreich bei Rennen antraten: Hier sorgte das – je nach Karosserieform – zwischen 320 und 450 Kilogramm schwere Gefährt mit seinen 10 PS, die der Einzylinder-Viertaktmotor mit 499 cm<sup>3</sup> Hubraum lieferte, in der Rennausführung für bis zu 90 km/h Höchstgeschwindigkeit. Serienmäßig standen 60 km/h zur Verfügung – was bei den damaligen Straßenverhältnissen mehr als ausreichend war. Horst-Dieter Görg hat zum 100. Geburtstag den lange vergriffenen Band über das „Kommißbrot“ überarbeitet und ein interessantes Buch voller Fakten zum ersten „Volks“-Mobil geschaffen. Der anlässlich der Ausstellung „100 Jahre Hanomag Kommißbrot“ erschienene Band ist rundum gelungen und den Interessenten der Geschichte der frühen Mobilität empfohlen.



Horst-Dieter Görg,  
100 Jahre Hanomag Kommißbrot,  
Edition Olms, Hildesheim,  
€ 29,--.  
ISBN 978-3-7582-0821-8

Welcome to a stopover at your Motorworld.  
Merry Christmas and a Happy New Year!

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



STUTTGART KÖLN MÜNCHEN BERLIN RÜSSELSHEIM HERREN METZINGEN LUXEMBOURG ZÜRICH MALLORCA BULGARIA

