

Gute Karten für den Erfolg

Yilmaz Aras hat es durch Fleiß und eine pfiffige Geschäftsidee zu einem der Top-Ten-Unternehmer in Deutschland gebracht. Sein Maybach 62 hat für ihn symbolische Bedeutung: „Er demonstriert Macht und Erfolg.“ Die Limousine erhielt er als Bonus für einen guten Abschluss. Seinen Sohn hat Yilmaz Aras mit dem Maybach zur Einschulung gebracht – zur großen Freude von Schulkameraden und einer Polizeistreife, die den Wagen stoppte. „Wahrscheinlich wollten die einfach mal sehen, was auf den Papieren steht und wieviel PS der Wagen hat“, amüsiert er sich. Dass er der erste Türke in Deutschland ist, der einen Maybach fährt, erfüllt ihn mit Stolz. „Ich wollte etwas Besonderes“, erzählt er, „und der Luxus der Luxusklasse, das ist ein Maybach.“ Ob ihn der Komfort überzeugt? Na klar. „Auch auf langen Strecken fährt er sehr schön, man spürt gar nicht, dass man im Auto unterwegs ist. Hinten sitzt man viel besser als in der Business-Klasse von einem Flugzeug.“ Yilmaz Aras ist des Lobes voll: „Meiner Meinung nach gibt es keine bessere Limousine als den Maybach auf der Welt. Keine bequemere, keine technisch bessere.“ Und wie reagieren die Berliner auf seinen Maybach? „Sie kennen den Maybach nur aus dem Fernsehen und jetzt sehen sie ihn live und dann sind sie natürlich begeistert. Da wollen sie gleich mal ein Foto machen und reingucken. Anfangs waren auch sehr viele Medien da, Zeitungen und Fernsehen. Erst nach ungefähr 6 Monaten hat sich die Sache beruhigt.“ Wir reden lange und lachen viel, draußen strahlt die Sonne. Ehepaar Aras zieht es nach draußen, dorthin, wo das Team Maybach spielt ...

Willkommen in der Maybach Welt

Er sieht gut aus. Worte und Gesten sind zurückhaltend und wohlgesetzt. Die Stimme ist angenehm wohlklingend und dezent. Umberto Angeloni, Chef der italienischen Edelmarke Brioni, ist so elegant wie die Mode, die er kreiert. Polo ist sein Thema – ein Sport, der „sowohl zu Maybach wie zu Brioni passt“, wie er urteilt. „Beide Marken haben dieselbe Zielgruppe, Menschen, die etwas Besonderes sind, Menschen, die etwas bewegen. Was für den alten Geldadel von Bedeutung sei, träfe eben auch den Geschmack der heute wirtschaftlich Erfolgreichen, meint er. „Das neue Geld legt Wert auf Tradition. Sie wollen keine neuen Marken ohne Geschichte. Vor allem in China gelten Luxusmarken, die etabliert sind und über eine Heritage verfügen, besonders viel.“ Auch deswegen tue Maybach gut daran, sich im traditionsreichen Polo-Sport zu engagieren, findet er und hofft, dass das im Sommer 2004 von Brioni mit Maybach Beteiligung veranstaltete Turnier nun auch auf Dauer zum gesellschaftlichen Treffpunkt wird. Schauplatz des Events war ein Ort, wie er passender nicht hätte sein können: die heute zu Istrien gehörige Insel Brijuni.

Auch die Begegnung mit Heidi und Günther Taube ist ein Vergnügen. Sie sind ein Paar, das man einfach mögen muss. Ihren Maybach haben sie erst selten ausgefahren, Günther Taube behält sich die Limousine für besondere Gelegenheit vor. Frau Taube zögert noch, den Maybach selbst zu lenken: „Mein Mann meint, bevor man sich in ein Auto setzt, muss man zunächst alle Knöpfe studieren und auch ausprobieren“, gesteht sie charmant. Aber obwohl das beim Maybach eine ganze Menge sind, hat sie sich das fest vorgenommen.

On the road to success

Yilmaz Aras has become one of the top ten businessmen in Germany by virtue of hard work and a clever business idea. His Maybach 62 has a symbolic importance for him: “It demonstrates power and success.” He received the saloon as a bonus for good financial results. Yilmaz Aras used the Maybach to take his young son to school on his first school-day – to the delight of the other schoolchildren and a police patrol which pulled the car over. “They probably just wanted to see what the vehicle documents say, and how many horsepower the car has”, he chuckles. He is immensely proud to be the first Turk in Germany owning a Maybach. “I wanted something special”, he says, “and the peak of the luxury class is the Maybach.” Is he happy with the level of comfort? No question. “It drives beautifully even over long distances, you don’t feel that you’re travelling in a car. In the rear you are more comfortable than in the Business Class of an aircraft.” Aras is full of praise: “In my opinion there is no better car in the world than the Maybach. Neither more comfortable nor technically superior.” And how do the people in Berlin react to his Maybach? “They only know the Maybach from the television. When they actually see one they are full of enthusiasm of course. They immediately want to take a photo and look inside. At first there were also a lot of media around, the newspapers and TV. Things only started to calm down after about six months.” We chat for quite a while and laugh a great deal, while the sun shines brightly outside. Aras and his wife decide to go and see the Maybach team play ...

Welcome to the world of Maybach

He cuts a fine figure. His words and gestures are restrained and well-chosen. His voice is pleasant to the ear and refined. Umberto Angeloni, head of the Italian luxury brand Brioni, is as elegant as the fashion he creates. He is talking about polo – a sport which is “in keeping with both Maybach and Brioni” in his opinion. “Both brands have the same target group, namely people who are something special, people who get things moving. What is of importance to the old, moneyed aristocracy also meets the taste of today’s successful business people, he says. “New money attaches importance to tradition. They do not want new brands with no history. Especially in China, luxury brands which are well established and have a heritage are very highly thought of.” For these reasons Maybach is right to become involved in the tradition-steeped sport of polo, and he hopes that the tournament organised by Brioni and held in summer 2004 with Maybach participation will become a permanent social rendezvous. This event took place in a location that could not be more suitable: the island of Brijuni, now part of Istria.

Meeting Heidi and Günther Taube is also a great pleasure. They are a couple it would be impossible to dislike. They have only used their Maybach very rarely, as Günther Taube reserves its outings for special occasions. His wife is still reticent about driving the Maybach herself: “My husband says that before getting into a car, one should first study and try out all the buttons and switches”, she admits charmingly. And although the Maybach has quite a few of these, she is determined to master them.



Oben: Spaß im Schnee. Das Unternehmerehepaar Aras (links) ließ sich von der Atmosphäre des Winterpolo-Turniers begeistern. Auch Heidi und Günther Taube (rechts) genossen den Maybach in St. Moritz.

Above: Fun in the snow. The business couple Aras (left) found the atmosphere at the winter polo tournament exhilarating. Heidi and Günther Taube (right) enjoyed the Maybach in St. Moritz too.



Links: Geschicklichkeitsspiel im Polo-Village. Ein gutes Auge und eine glückliche Hand konnten die Maybach Gäste beim Hufeisenwurf beweisen. Left: A game of skill in the Polo Village. The Maybach guests were able to demonstrate good hand-eye coordination when pitching horseshoes.