



Inhaltsverzeichnis

1. Abstract	3
2. Vorwort	4
3. Danksagung	5
4. Einleitung	6
5. Nachkriegszeit	7
6. Geschichte der Vespa	8
6.1 Der Ursprung.....	8
6.2 Die Geburt der Vespa.....	9
6.3 Das erste Vespa-Patent.....	10
6.4 Die Geschichte eines Namen.....	11
6.5 Piaggio Museum.....	11
7. Enrico Piaggio	11
8. Corradino D'Ascanio	12
9. Erfolg	12
10. Erfolgsfaktoren	13
10.1 Der Zeitpunkt.....	14
10.2 Das Marketing.....	14
10.3 Kostenlose Werbung durch die Presse.....	15
10.4 Die Vespa in Filmen.....	16
10.5 Das Design.....	16
10.6 Die Einfachheit.....	17
10.8 Die Vespaclubs.....	18
10.9 Die Innovation.....	18
10.9 Verkörperung eines Lebensgefühls, das Symbol für Dolce Vita und Italianità..	19
10.10 Der Kultstatus.....	19
10.11 Zusammenfassung Erfolgsfaktoren.....	20
11. Konkurrenz	21
12. Misserfolge in der Geschichte	22
12.1 Einbruch der Verkäufe.....	22
12.2 Vespa Cosa.....	22
13. Reissue der PX	23
14. Vespa 946	25
14. Persönliche Stellungnahme	26
15. Schlusswort	27
16. Anhang	28
17. Literatur-/Quellenverzeichnis	38



1. Abstract

In dieser Arbeit bin ich der Frage nachgegangen, welche Gründe es für den Erfolg der Vespa gibt. Mein Ziel war es, herauszufinden, wie es Piaggio mit der Vespa gelungen ist, erfolgreich zu sein. Zuerst habe ich die Nachkriegszeit sowie die Geschichte der Vespa aufgearbeitet, danach habe ich mich mit dem Begriff „Erfolg“ befasst, diesen durch Definitionen veranschaulicht und den Erfolg der Vespa analysiert.

Über 17 Millionen Vespas wurden seit 1946 verkauft; heute nimmt die Marke Vespa 17% auf dem Rollermarkt in der Schweiz ein, der Wert der Marke Vespa ist nicht durch Zahlen auszudrücken, der Bekanntheitsgrad der Marke ist immens hoch.

Um herauszufinden, welche Faktoren geschichtlich und wirtschaftlich gesehen für diesen Erfolg verantwortlich sind, habe ich zwei Interviews durchgeführt.

Durch die Aufarbeitung der Geschichte der Vespa und durch die beiden Interviews bin ich auf Faktoren für den Erfolg gestossen.

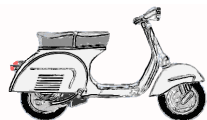
Ich stellte mir ausserdem die Frage, wieso gerade die Vespa? Wieso nicht Innocentis Lambretta, welche ähnlich war wie die Vespa? Zuletzt habe ich mich mit den Vespa-Neuheiten auseinandergesetzt: Einerseits das Reissue der Vespa PX, welche im Jahr 2011 wieder neu auf den Markt kam, andererseits mit der Vespa 946, eine Designstudie und Anlehnung an die erste Vespa vom Jahr 1946.



2. Vorwort

Vespa – „La Dolce Vita“ auf zwei Rädern. Unverkennbares Design, über 17 Millionen verkaufte Exemplare und hoher Kultstatus.

Die Vespa wurde nach dem 2. Weltkrieg von Enrico Piaggio erfunden und ist auch heute noch eines der beliebtesten Fahrzeuge auf dem Zweiradmarkt. Ich habe mich gefragt, wie dieser Erfolg zustande kam und welche Gründe es dafür gibt.



3. Danksagung

Ich möchte mich bei Herrn Claudio Cesa, dem Präsidenten des Vespa Club Schweiz, und Herrn Marco Borghesi, Geschäftsführer der OFRAG, für die sehr informationsreichen Interviews bedanken. Ohne die Interviews wäre meine Arbeit nicht zustande gekommen.

Zudem möchte ich mich bei Herrn Fabio Bianchi, dem Betreuer meiner Maturarbeit, bedanken.



4. Einleitung

Die Vespa ist das erfolgreichste Zweirad der Geschichte, welches auch heute einen hohen Beliebtheitsgrad hat.

Nun stellt sich die Frage, wieso die Vespa so erfolgreich war und auch heutzutage noch ist. Das Ziel meiner Arbeit ist es, die Gründe für den Erfolg herauszufinden.

Meine Fragestellung lautet: Wie und weshalb wurde die Vespa zu einem Erfolgsmodell?

Für die Beantwortung dieser Frage, habe ich Interviews mit dem Präsidenten des Vespa Club Schweiz, Herrn Claudio Cesa, sowie mit Herrn Marco Borghesi, Geschäftsführer der OFRAG (Piaggio-Importeur der Schweiz), durchgeführt. Die erhaltenen Ergebnisse habe ich ausgewertet, analysiert und mit vorhandener Literatur verglichen.



5. Nachkriegszeit¹

Die Vespa wurde nach dem 2. Weltkrieg erfunden. Somit muss ich mich zuerst auf die geschichtliche Epoche der Nachkriegszeit konzentrieren und diese aufarbeiten.

Nach dem Krieg, welchen die Alliierten gewonnen haben, war Italien, vor allem Norditalien, zerstört.

Italien war an einem „Punkt Null“ angelangt, die ganze Infrastruktur, die Fabriken – alles musste neu aufgebaut werden.

Beim Wiederaufbau Europas und dadurch auch Italiens spielte der Marshall-Plan eine bedeutende Rolle.

In Europa herrschten nach dem Krieg miese Zustände – Hunger, Not, Arbeitslosigkeit. Die Arbeiter streikten, die Wirtschaft stand still. Den Politikern in den USA, Grossbritannien und Frankreich war klar, dass wenn sich nicht schleunigst etwas ändern würde, ein noch grösseres Chaos ausbrechen würde.

So wurde vom amerikanischen Außenminister George Marshall ein Plan entwickelt, mit welchem er Europa mit einer umfassenden Wirtschaftshilfe wieder zu stabilisieren versuchte. Alle bedürftigen Staaten sollten unterstützt werden, egal ob sie zu den Verlierern oder den Siegermächten des Zweiten Weltkrieges gehörten. Auch politisch neutral gebliebene Länder wie die Schweiz und Schweden erhielten finanzielle Hilfe.

Insgesamt zahlten die USA von 1948 bis 1952 etwa 14 Milliarden US-Dollar an die europäischen Länder. Großbritannien und Frankreich erhielten mit über 3 Milliarden Dollar am meisten, gefolgt von Westdeutschland und Italien, die jeweils rund 1,5 Milliarden Dollar bekamen.

Die Unterstützung floss jedoch nicht nur in Form von Geld. Zunächst wurden die betroffenen Länder mit Nahrungsmitteln aber auch Brennstoffen, Maschinen und Medikamenten ausgestattet, um die Not der Bevölkerung zu lindern.

Der wirtschaftliche Aufschwung in Europa erschien wie ein Wunder. Die Kolonien und Entwicklungsländer gerieten zwar immer mehr in die Krise, während aber die Industrieländer einen immer grösseren Wohlstand erreichten. Dieser beinhaltete hohe Wachstums- und tiefe Inflationsraten, Vollbeschäftigung trotz Rationalisierung und Automatisierung sowie einer erstaunlichen Stabilität.

Das Abkommen von Bretton Woods sollte die Wiederherstellung Europas als wichtiger Handelspartner der USA veranlassen. Das Ziel war, die Wechselkurse zwischen den Währungen zu stabilisieren, so dass der Welthandel ohne Probleme und Handelsbarrieren durchgeführt werden konnte. So sollte die Wirtschaft zum Handeln und zu Investitionen angeregt werden.

¹ Quellen: Weltgeschichte: Von der Aufklärung zur Gegenwart 2, Durch Geschichte zur Gegenwart 4, <http://de.wikipedia.org/wiki/Nachkriegszeit>, <http://de.wikipedia.org/wiki/Marshallplan>



Durch diese Politik und durch den Marshall-Plan war die Wirtschaft der meisten europäischen Länder schon wieder auf dem Vorkriegsstand und nun unabhängig von amerikanischer Hilfe.

Dieses Wirtschaftswunder hatte schliesslich zur Ausbreitung der amerikanischen Konsumgesellschaft in Europa geführt. Diese wird durch Massenproduktion von Konsumartikeln gezeichnet. In der Konsumgesellschaft produziert die Wirtschaft nicht nur um die Bedürfnisse der Gesellschaft zu befriedigen, sondern sie versucht die Bedürfnisse auf das zu lenken, was die Wirtschaft produziert.

Dadurch wurden frühere Luxusgüter zum Alltagsgegenstand: Auto, Vespa, Kühlschrank, Fernseher, Waschmaschine, Telefon – das Leben wurde vollkommen verändert.

6. Geschichte der Vespa²

6.1 Der Ursprung

1884 gründete Rinaldo Piaggio die Firma Piaggio in Genua. Sie begann sich in den 20er Jahren auf den Bau von Schiffseinrichtungen zu spezialisieren. Wenige Jahre später wurden auch der Bau von Eisenbahnwagen, Motoren, Trams und Karosserien für Lastkraftwagen in die Tätigkeiten aufgenommen.

Im 1. Weltkrieg stieg Piaggio in den Luftfahrtsektor ein. Zuerst reparierte Piaggio nur die Flugmotoren, später wurden ganze Flugzeuge gefertigt.

1938 starb Firmengründer Rinaldo Piaggio und sein Sohn Enrico übernahm die Firma.

Während dem zweiten Weltkrieg wurden die Piaggio-Werke in Pisa und Pontedera bombardiert und teilweise zerstört. Dies ist auf taktische Ziele der Alliierten zurückzuführen, denn Piaggio war einer der grössten Kriegsmateriallieferanten Mussolinis. Von den Maschinen, welche für den Flugzeugbau genutzt wurden, waren nicht mehr viele übrig.

Nach dem Krieg wollten die Arbeiter, sowie die Soldaten wieder deren zivilen Berufen nachgehen. Nur was sollte man in Pontedera herstellen? Durch die missliche wirtschaftliche Lage kam Enrico Piaggio als erstes ein preiswertes, stückzahlreiches Gut in den Sinn – Kochtöpfe. Doch Enrico musste den guten Ruf seines Vaters und der Firma Piaggio verteidigen, und nur durch Kochtöpfe wäre dies nicht möglich gewesen.

Um zu überleben musste von der Kriegs- auf zivile Produktion umgestellt werden; dies galt nicht nur für Piaggio, sondern für alle Kriegsmaterialhersteller.

² Quellen: Vespa - Die offizielle Chronik, Giorgio Sarti; Vespa, Valerio Boni; <http://www.helmutfuchs.com/geschichte-der-vespa>



In Italien war auch die Infrastruktur total zerstört. Der Individualverkehr zu niedrigen Kosten war aber von hoher Wichtigkeit. Das Fahrrad war für lange Strecken untauglich, das Auto zu kostenintensiv, das Motorrad zu sportlich. Was man braucht, war... die Vespa.

6.2 Die Geburt der Vespa

Nachdem Enrico seine Idee im Kopf hatte, fertigte er einen ersten Prototypen. Dieser kam jedoch beim Volk nicht gut an. So beauftragte er den Konstrukteur und Entwickler Corradino D'Ascanio mit dem Motorroller, der die Massen auf preiswerte Weise motorisieren sollte.

„Ich will ein Zweirad, das Italien mobil macht, aber ich will nicht ein Motorrad nach althergebrachter Art.“³

Um eine andere Perspektive der Erfindung und Entwicklung zu sehen, ist der nachfolgende Ausschnitt vom Ingenieur, Corradino d'Ascanio persönlich.

„Da ich mich mit Motorrädern nicht auskannte, war ich natürlich bei der Konstruktion eines solchen neuartigen Fahrzeuges im Vorteil. Piaggio zählte auch genau darauf. „Nur Sie können diese Aufgabe unbelastet angehen“, hatte er mir gesagt. Ich folgte meinen Intuitionen. Ich dachte, die Vespa sei für Leute wie mich gedacht, die noch nie auf einem Motorrad gesessen hatten und die den unpraktischen Umgang mit dem Gerät scheuten. Ich dachte eine Zeitlang nach und eines Sonntags kam mir die grundlegende Idee. Der wichtigste Punkt war, das Fahrzeug kommod ausfallen zu lassen, wie man es beim Damenfahrrad gemacht hatte. Also ging ich im Grunde vom Konzept des Damenfahrrades aus. Eine vernünftige und bequeme Sitzposition schien mir äusserst wichtig zu sein. Dann ging es darum, die Handlichkeit des Fahrzeuges so gut wie möglich zu gestalten. Man musste im Auge behalten, dass die Vespa vor allem im Stadtverkehr unterwegs sein würde. Die Hände mussten beim Fahren immer am Lenker bleiben. Wie liess sich das bewerkstelligen? Ganz einfach, indem man die Gangschaltung in den Handgriff integrierte. Weiters mussten Hände und Hosen sauber bleiben, was beim Motorrad nicht der Fall war und zu dessen grössten Nachteilen zählt. Schliesslich musste mein Roller einen voll abgedeckten Motor haben, mit dem der Fahrer nicht in Berührung kam, und der mit dem Antriebsrad eine Einheit bildete. Folglich entwarf ich eine kettenlose Kraftübertragung, bei der das Getriebe mit der Motor/Hinterrad-Baueinheit verblockt war. Die vordere Einrohr-Radaufhängung stammte aus dem Fahrradbereich, ansonsten liess ich mich mehr von meinen Erfahrungen im Luftfahrzeugbau leiten. Ganz neu war die selbsttragend ausgelegte Karosserie, die ohne Rohrrahmen auskam. In der Luftfahrt gibt es unter den Konstrukteuren ein Dogma: Leichtigkeit ist der Robustheit nicht abträglich, wenn man es nicht übertreibt. Weiterer Punkt: das Reserverad. Wenn ich daran dachte, wie oft ich mit dem Auto unterwegs war und Motorradfahrer am Strassenrand mit der Luftpumpe und mit von der Felge gelösten Reifen hantieren sah, war mir klar, dass ein Reifendefekt kein grosses Problem darstellen durfte.“

³ Enrico Piaggio, aus Vespa – Die offizielle Chronik, Giorgio Sarti, Seite 26



Kurz, ich versuchte, ein möglichst einfaches Vehikel zu konstruieren. Eine meiner Maximen stammt vom alten Henry Ford: „Was nicht da ist, kann auch nicht kaputtgehen!“⁴

6.3 Das erste Vespa-Patent

Am 23. April 1946 hinterlegte Piaggio & C. S.p.A beim zentralen Patentamt des Industrie- und Handelsministeriums in Florenz das Patent für die Vespa. Nach kurzer Zeit wurde die Vespa der Öffentlichkeit vorgeführt und löste dabei unterschiedliche Reaktionen aus. Dies hielt Enrico Piaggio allerdings nicht davon ab, 2000 Stück der ersten Vespa 98 in die Serienproduktion zu geben. Sein Debüt in der Gesellschaft hatte das neue Fahrzeug im Golfclub von Rom, in Anwesenheit des amerikanischen Generals Stone als Vertreter der alliierten Militärregierung. Das Ereignis wurde von der amerikanischen Kino-Zeitung „Movieton“ aufgenommen. An der Messe in Mailand desselben Jahres wurde die Vespa erstmals der breiten Masse vorgestellt.

Die erste 98ccm-Vespa wurde in zwei Versionen mit zwei verschiedenen Preisen verkauft: 55'000 Lire für das Standard-Modell und 61'000 Lire für die „Luxusausgabe“, die einige Extras wie Kilometerzähler, Seitenbügel und Weisswandreifen aufwies. Die Meinungen gingen auseinander: die einen sahen in der Vespa die Umsetzung einer genialen Idee, die anderen waren eher skeptisch. Letztere sollten ihre Meinung aber bald ändern.



Abb. 1: Vespa 98

Enrico Piaggio versuchte, den Vertrieb der Vespa dem Grafen Parodi, Produzent von Moto Guzzi, anzubieten und wollte die Vespa ins Händlernetz dieser bewährten Marke einschleusen. Graf Parodi lehnte aber jede Zusammenarbeit ab, da er die Vespa für wenig erfolgversprechend hielt. Für den Vertrieb musste sich Enrico Piaggio zu Beginn deshalb auf das Händlernetz von Lancia stützen.

In den letzten Monaten des Jahres 1947 liefen die Produktionsmaschinen auf Hochtouren und im folgenden Jahr verliess die Vespa 125, die als Nachfolger der ersten Vespa 98 auf den Markt kam, die Werkshallen von Piaggio.

Die Erfolgsgeschichte der Vespa nahm ihren Lauf und die Produktion wuchs stetig: 1946 brachte Piaggio 2'484 Roller auf den Markt, im nächsten Jahr waren es bereits 10'535 und 1948 produzierte die Firma schliesslich 19'822 Stück. Als 1950 in Deutschland von Hoffmann in Lizenz produziert wurde, wurden sogar 60'000 Stück erreicht und drei Jahre später verliessen bereits über 171'200 Fahrzeuge die Werkshallen.

Auch im Ausland zog die Geburt der Vespa alle Blicke auf sich. In der Öffentlichkeit und in der Presse wurde positiv darüber berichtet.

⁴ Ausschnitt aus der Rivista Piaggio, Nummer 1, Januar 1949, übernommen aus Vespa – Die offizielle Chronik, Giorgio Sarti, Seiten 26-28

Abb. 1: <http://one-4-all.com/images/vespa98.jpg>



Enrico Piaggio trieb den Verkauf der Vespa im Ausland weiter voran und förderte den Aufbau eines dichten Netzes von Händlern in den europäischen Ländern und auf der ganzen Welt. Er sorgte dafür, dass das Interesse an seinem Produkt stieg, unter anderem durch die Gründung von Vespaclubs.

6.4 Die Geschichte eines Namen

„*Sieht aus wie eine Wespe!*“⁵, soll Enrico Piaggio der Legende nach gerufen haben, als er das erste Exemplar sah. In Wahrheit ist jedoch nicht klar, ob er die Verbindung vom Motorroller zum Insekt schuf.

Sicherlich ist der Name genial gewählt, denn viele assoziieren auf den ersten Blick den Motorroller mit dem Insekt, ob mit der schmalen Taille und dem dickeren, grösseren Hinterteil oder das Geräusch der Vespa, welches an das Brummen des Insekts erinnert.

6.5 Piaggio Museum

Seit dem 29. März 2000 ist das Piaggio Museum in Pontedera eröffnet. Es bewahrt das Vespa-Erbe und ist für jedermann zugänglich. Giovanni Alberto Agnelli, Piaggio-Präsident von 1988 bis zu seinem frühen Tod mit 36 Jahren im Anno 1997 schlug vor, die Vespa und Piaggio-Geschichte in einem Museum festzuhalten. So wurde eine Stiftung gegründet, welche die Aufgabe hatte, alle Dokumente der Piaggio-Geschichte zu sammeln und ordnen. Im Museum selbst findet man nebst den meisten Vespa-Modellen auch ein Flugzeug, ein Zugabteil – alles, was Piaggio in der Geschichte gebaut hat.

7. Enrico Piaggio⁶



Abb. 2 Enrico Piaggio

Der Vater aller Vespas wurde 1905 in Pegli geboren. Nach seinem Abschluss als Betriebswirt und Kaufmann stieg er ins Familienunternehmen seines Vaters ein und erhielt 1951 in Pisa seinen Ingenieur h.c., einen Ehrentitel.

Enrico Piaggio revolutionierte mit seiner Vespa die Mobilität. Dass er neben seinem erfinderischen und unternehmerischen Geist auch das Soziale nicht vernachlässigt, zeigt sich beispielsweise mit dem Bau des Piaggio-Dorfs in Pontedera. Dort fanden in 27 Häuser 1250 Bewohner ein Zuhause, meist Fabrikarbeiter von Piaggio.

⁵ Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seite 89

Abb. 2: <http://i731.photobucket.com/albums/ww318/echowahyu/Vespa%20or%20Scooter/pic2.jpg>

⁶ Quellen: Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seiten 34-35,



8. Corradino D'Ascanio⁷

Corradino D'Ascanio wurde am 1. Februar 1891 in Popoli in den Abruzzen geboren. Schon früh war er von der Fliegerei fasziniert, im ersten Weltkrieg experimentierte er mit Funkgeräten für Flugzeuge. Gegen Ende des zweiten Weltkrieges übernahm er sogar die Entwicklungsabteilung bei einem italo-amerikanischen Flugzeughersteller namens Pomilio. In Amerika gelang ihm die Entwicklung eines modernen Jagdbombers. Jedoch musste diese Firma schliessen, da der Wechsel vom Krieg- zum zivilen Produktionshersteller nicht gelang.

So kehrte Corradino D'Ascanio nach Italien zurück und widmete sich wiederum der Fliegerei und entwickelte seinen ersten Helikopter-Prototypen. Er wollte eine eigene Firma gründen, doch dazu fehlten ihm die finanziellen Mittel.

1933 wurde er von Piaggio eingestellt, seine finanzielle Lage verbesserte sich und er konnte sich wieder seinen Helikopter widmen.

Nach dem zweiten Weltkrieg bekam er den Auftrag, einen Motorroller zu entwickeln, der eine Massenmobilisierung auf günstige Weise herbeirufen sollte. Für D'Ascanio gab der enorme Erfolg der Vespa nicht wie zu erwarten ein Stolzgefühl, sondern nur eine Missbilligung. Er wollte sich mit einem fortschrittlichen Helikopter-Projekt befassen, aber er musste ein einfaches, billiges Zweirad entwickeln.

9. Erfolg

Da es bei meiner Maturarbeit um den Erfolg der Vespa geht, muss ich zuerst festhalten, was Erfolg überhaupt bedeutet. Darum habe ich verschiedene Definitionen für Erfolg gesucht.

"Der Erfolg ist das positive Resultat persönlichen Handelns oder das Ergebnis einer wirtschaftlichen Tätigkeit einer Organisation."⁸

„Der Begriff Erfolg bezeichnet das Erreichen selbst gesetzter Ziele. Das gilt sowohl für einzelne Menschen als auch für Organisationen. Bei Zielen kann es sich um eher sachliche Ziele wie zum Beispiel Einkommen oder um emotionale Ziele wie zum Beispiel Anerkennung handeln.“⁹

„Erfolg wird als das Erreichen eines definierten oder allgemein als erstrebenswert anerkannten Ziels verstanden.“¹⁰

Den Erfolg einer Unternehmung wird in der Erfolgsrechnung sichtbar und kann positiv oder negativ sein.

⁷ Quelle: Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seiten 24-29

⁸ <http://erfolg-und-sinn.de/was-ist-erfolg-.html>

⁹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Erfolg>

¹⁰ <http://erfolg-und-sinn.de/was-ist-erfolg-.html>



In meiner Maturarbeit über den Erfolg der Vespa geht es aber um eine längere Zeitperiode. Nicht nur die Gewinnsummen geben einen Aufschluss darüber, ob die Vespa nun seit über 60 Jahren erfolgreich ist und war, sondern es spielen auch Bekanntheitsgrade, Absatzzahlen und der Wert der Marke eine wichtige Rolle.

Müsste man den heutigen Stand der Marke Vespa wirtschaftlich beurteilen, so kommt man laut Motosuisse¹¹ auf einen Marktanteil der Vespa von 17% auf dem Rollermarkt in der Schweiz. Interessant zu sehen ist auch, dass bei Motosuisse die Marke Vespa als einzeln dargestellt wird, obwohl sie zur Firma Piaggio gehört.

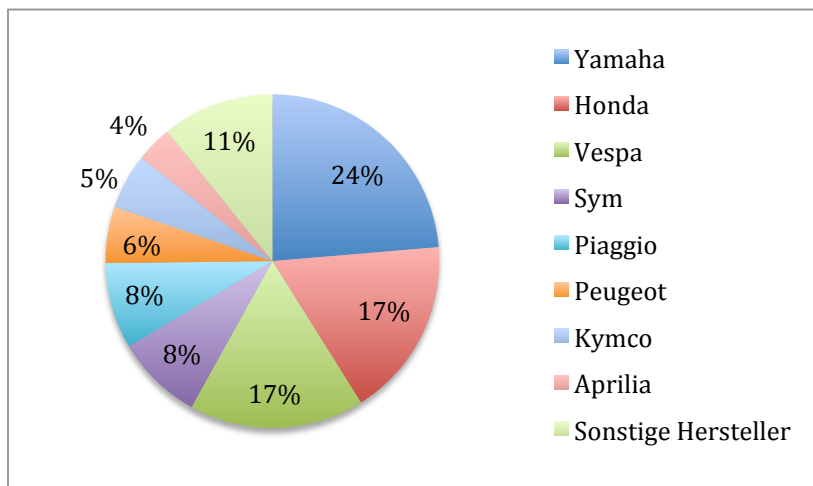


Abb. 3 Rollermarkt Schweiz mit Marktanteilen den versch. Marken

Die Absatzzahlen über die ganze Geschichte der Vespa gesehen belaufen sich auf über 17 Millionen Stück. Der Bekanntheitsgrad lässt sich nicht in Zahlen ausdrücken, doch der Name Vespa ist für viele DER Inbegriff des Motorrollers.

Die Vespa war und ist also ein Erfolgsmodell, wenn man dies mit den anderen Marken vergleicht.

10. Erfolgsfaktoren

Nachdem ich die Nachkriegszeit und die Geschichte der Vespa aufgearbeitet und Erfolg definiert habe, komme ich nun zum Hauptteil meiner Arbeit. Dabei geht es um die Beantwortung der Leitfrage: „Wie und weshalb wurde die Vespa zu einem Erfolgsmodell?“ Dabei werde ich die verschiedenen Gründe, welche ich aus dem Quellenstudium und den Interviews herausgearbeitet habe, darstellen, analysieren und kommentieren. Zuerst sind die geschichtlichen Aspekte, welche sicherlich einen wichtigeren Teil einnehmen, und dann die etwas aktuelleren Aspekte, aufgeführt.

¹¹ <http://www.motosuisse.ch/>

Abb. 3: http://www.motosuisse.ch/de/statistik_moto_2012.html, Zahlen übernommen, Grafik selbst erstellt



10.1 Der Zeitpunkt

Der Zeitgeist spielt bei den meisten Erfindungen eine wichtige Rolle – so auch bei der Vespa.

Einerseits haben wir Piaggio, welcher mit der Idee der Vespa kam und mit deren Umsetzung vieles richtig machte. Dabei spielte der Zeitpunkt eine wesentliche Rolle. Die Firma Piaggio hatte vor dem Krieg eine grosse Produktpalette anzubieten, die Infrastrukturen, welche zerstört wurden, konnten relativ schnell wieder aufgebaut werden und die Firma Piaggio hatte Facharbeiter, welche den Krieg nicht an der Front erlebt hatten und dadurch sofort wieder einsatzbereit waren.

Andererseits haben wir die Gesellschaft, welche zur möglichen Kundschaft zählt. Diese hatten nach der Aufnahme ihrer alltäglichen Arbeit wieder rasch diesen Drang nach Mobilität, dieses Verlangen, kleinere Ausflüge zu unternehmen. Die Wirtschaft fing unter anderem durch den Marshall-Plan an zu florieren. So konnten sich die meisten Leute wieder etwas leisten und dies steigerte die Nachfrage nach dem persönlichen Fortbewegungsmittel.

Man kann sagen, dass Piaggio die Zeit getroffen hat, um mit seiner Vespa einen steilen Aufstieg anzugehen.

10.2 Das Marketing

Die Vermarktung der Vespa durch Piaggio war etwas ganz Neues, und für viele unwiderstehlich.

Piaggio war die erste Firma in Italien, welche einen attraktiven Mix aus Ratenkauf, einjähriger Garantie, kostenloser Pannenhilfe, kostenloser Diebstahlversicherung und kostenloser Zulassung offerierte. Zudem waren die Preise bei 55'000 Lire für die Vespa 98 sehr günstig bemessen.

Das Besondere und Neue an der ganzen Sache war die Ratenzahlung. Ein Fahrzeug konnte erstmals in Raten abbezahlt werden. Nach dem Krieg gab es noch Arbeitslose, viel Geld war auch bei den Arbeitenden nicht vorhanden. Da kam Piaggio die geniale Idee der Ratenzahlung. Wenn man nur 2000 Lire pro Monat anstatt 55'000 Lire auf einmal auf den Tisch legen musste, war die Kaufkraft deutlich höher.



Ein weiterer Punkt war die breite Zielgruppe der Vespa. Sie war das erste Zweirad, welches sich auch für Frauen eignete. Durch den Aufbau der Vespa, macht man sich nicht schmutzig, sie ist also für den schicken Herr im Anzug als auch für die Frau im Rock konstruiert.

Auch mit den Vespa-Kalendern, welche Piaggio rasch nach dem Aufkommen der Vespa vermarktete, wurde der Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad der Vespa gesteigert. Gerade auf diesen Kalendern waren Stars der aktuellen Zeit zu sehen. Und wie auch heute waren diese Stars Vorbilder, Idole für die Menschen.



Abb. 4: Vespa-Kalender

Zudem wurde auch mit folgenden Sachen geworben: Sexappeal, Protz für hohe Geschwindigkeiten, Touch für Abenteuer. Es hiess: „Mit der Vespa ist man frei und man kann damit die ganze Welt umrunden.“

10.3 Kostenlose Werbung durch die Presse

Auszug aus „Motocicilismo“, vom 10. April 1946¹²

„Dieser Tage stellte die Firma Piaggio & Co. aus Genua der Öffentlichkeit ihr Leichtmotorrad Vepsa vor, das in der Fabrik in Pontedera in Serie hergestellt wird. Dieses Vehikel zählt zu den wichtigsten neuen Produkten, denen sich Piaggio in Friedenszeiten zuzuwenden gedenkt, um seinen grossen Konzern Arbeit zu sichern; noch bis vor Kurzem hat er sich ja der Herstellung von Kriegsgütern, insbesondere von Flugzeugen, Flugzeugmotoren und Propellern gewidmet. Die Luftfahringenieure, Spezialisten und Luftfahrttechniker sind häufig grosse Fans und oft auch intime Kenner des Motorrades; so nimmt es nicht weiter wunder, dass diese Techniker, aus Notwendigkeit und Tradition aufgeschlossen und innovative, nachdem sie aufgefordert waren, ein leichtes Motorrad zu entwerfen, die klassische Schule hinter sich gelassen und den Versuch unternommen haben, eine Maschine nach ihren persönlichen Vorstellungen zu gestalten, die freilich nicht unbedingt ganz neu, und revolutionär sein müssen. Die praktische Erprobung ergab mehr als zufriedenstellende Ergebnisse. Sowohl Handlichkeit als auch Strassenlage sind ausgezeichnet, auch auf losem Untergrund und schmutzigem Terrain. Die Federung sorgt für sehr guten Komfort. Die vordere Spritzwand, die bislang noch nicht über derlei verfügt, könnte mit Haken und Ösen versehen werden, an denen sich ein Beutel für die Börse und andere Dinge befestigen liesse, von denen man beim Motorrad nie weiss, wo man sie unterbringen soll. Insgesamt gewinnt man den Eindruck, dass die Vespa freundlich aufgenommen und sehr erfolgreich werden müsste, auch angesichts des Verkaufspreises, der zwar im Verhältnis zum geringem Gewicht des Vehikels recht hoch erscheint, im Umfeld der aktuellen Preise auf unserem Markt aber als günstig und als konkurrenzfähig auf den ausländischen Märkten eingestuft werden muss.,“

¹² Übernommen von Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seite 91

Abb. 4 : http://www.schilderwelten.de/images/product_images/info_images/b865_-_vespa_kalender.jpg



Durch solche Pressemitteilungen erlangte Piaggios Vespa einen hohen Bekanntheitsgrad beim Volke. In jener Zeit waren die Medien, in diesem Fall eine Zeitschrift, neutral und glaubwürdig. Eine positive Medienmitteilung war daher bei neuen Erfindungen wie der Vespa sehr erfolgsversprechend.

10.4 Die Vespa in Filmen

Die Vespa ist nicht nur ein kommerzielles, sondern auch ein gesellschaftliches Phänomen. In den Jahren des „Dolce Vita“ stand die Vespa für den Scooter schlechthin. Journalisten sprachen von Italien als dem Land der Vespa. Die Rolle, welche die Vespa in Italien und auch in anderen Ländern spielte, wurde in zahlreichen Filmen dokumentiert. Und die Geschichte geht bis heute weiter.



Abb. 5: Mods auf der Vespa im Film Quadrophenia

Audrey Hepburn und Gregory Peck sind 1953 in „Roman Holiday“ die ersten in einer langen Reihe von internationalen Schauspielerinnen und Schauspielern, die sich im Film auf einen Vespasattel schwingen. Weitere Beispiele sind: „Quadrophenia“, „American Graffiti“, „Der talentierte Mr. Ripley“ oder „La carica dei 102“. Auch in „Caro Diario“ oder im neueren „Alfie“ mit Jude Law, „The Interpreter“ mit Nicole Kidman und dem Kassenschlager „Transformers“

spielt die Vespa eine Rolle.¹³

10.5 Das Design

Das Design war damals wie auch heute sehr auffallend, anziehend und weiblich zugleich. Die Formen sind elegant geschwungen, Und aus diesem Grund kann sich die Vespa von den meisten anderen Rollern abheben.

Dies bestätigt Herr Cesa im Interview: *„Die Kunden treten in ein Geschäft ein, sehen eine Vespa und der Kauf ist getätigt. Das Aussehen, die Aura einer Vespa zieht die Leute magisch an. Die Ausstrahlung, welche die Vespa hat, ist entscheidend.“*¹⁴

¹³ http://www.vespa.at/vespa_love/history

¹⁴ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 34

Abb. 5: http://i.telegraph.co.uk/multimedia/archive/00795/Vespa-mods_795796c.jpg



Das Design der Vespa hat sich während der ganzen Geschichte zwar minimal verändert, doch sie ist ihren Grundzügen treu geblieben. Die schmale Taille und die dickeren Seitenbacken der Vespa machen sie einzigartig und zeitlos zugleich.

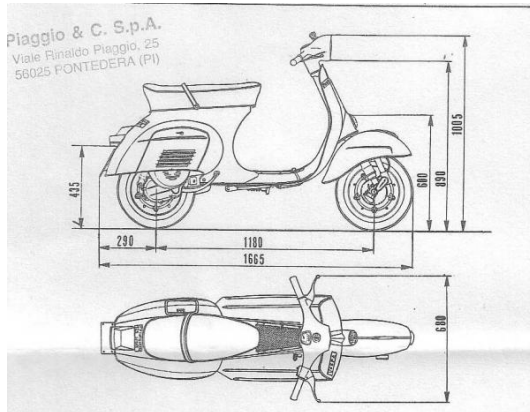


Abb. 6 Skizze: Vespadesign

10.6 Die Einfachheit

Für Enrico Piaggio und Corradino d'Ascanio war klar, dass sie ein einfaches, klares, übersichtliches Zweirad herstellen möchten. Ein Leitspruch D'Ascanios war folgender von Henry Ford:

„Was nicht da ist, kann auch nicht kaputtgehen!“¹⁵

Die Devise lautete, sauber und bequem, annähernd wie in einem Auto von A nach B zu gelangen. Daher verschwand der Motor unter einer Seitenhaube. Es gab keine schmierige Kette, sondern das Hinterrad war direkt mit dem Getriebe verbunden. Ausserdem gab es einen freien Durchstieg, um auch der Damen das Fahren zu ermöglichen, diese trugen nämlich meistens Röcke.

Neben der Triebwerkschwinge war auch das Konzept des Blechpressrahmens eine geniale Idee. Dieser ermöglichte die Verwendung der bestehenden Werkzeuge aus dem Flugzeugbau und war zudem extrem stabil. Die einseitige Aufhängung der beiden Räder stammte aus der Flugtechnik – die Fahrwerke der Piaggio-Kriegsflugzeuge wurden verwendet und weiterentwickelt. Der Radwechsel war so leicht wie beim Auto, ein mitgeführtes Ersatzrad machte den Fahrer auf den damals noch holprigen Strassen unabhängiger.

Eine weitere erfolgreiche Komponente war der einfache Zugang zum Motor sowie zu den anderen mechanischen Teilen. Diese konnten extrem einfach gewartet und repariert werden. Die detaillierten Handbücher, welche bei jedem Vespakauf mitgegeben wurden, vermittelten dem Fahrer ein umfassendes Wissen über die Funktionen der Vespa. Dadurch konnten die meisten Reparaturen selbst durchgeführt werden.

¹⁵ Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seite 29

Abb. 6: <http://www.germanscooterforum.de/topic/179573-skizze-mit-massen/>



10.8 Die Vespaclubs

Ein weiterer Faktor für den Erfolg sind die Vespaclubs, welche sich relativ schnell nach dem Aufkommen der Vespa etablierten.

Sie unterschieden sich nicht sonderlich von anderen Clubs, wie beispielsweise dem Ruderclub. *„Es geht um einen Verbund von Leuten, welche eine gleiche Gesinnung pflegen, um Austausch und Unterstützung“*¹⁶, so Herr Cesa, Präsident vom Vespaclub Schweiz.

Der Vespaclub Schweiz, gegründet 1951, hat enorm zur Erfolgsgeschichte der Vespa beigetragen. Viele wollten zur leichten Elite der Gesellschaft, zu den Vespafahrern dazugehören, und traten dann einem solchen Vespaclub bei.

Diese Vespaclubs organisierten Vespatreffen auf der ganzen Welt. Möglichst viele Leute sollten diese Treffen anfahren. Benzingutscheine, Übernachtungen wurden vom Importeur und den Clubs verteilt.

*„Beste Werbung, zuverlässige Fahrzeuge, du erlebst etwas mit dem Fahrzeug, du gehörst dazu“*¹⁷.

Dies sind alles Faktoren, mit welchen Piaggio die Verkaufszahlen der Vespa steigern konnte.

10.9 Die Innovation

Ein Punkt, welcher vor allem in der heutigen Zeit zum Erfolg beiträgt, ist die technische Innovation im Fahrzeug. Während die ersten Vespas als etwas Neues angesehen wurden, waren sie „einfach“ und „mit möglichst wenig Unnötigem“ versehen. Der Verkehr verhielt sich in den 50er Jahren natürlich ganz anders als heute, auch eine Helmtragepflicht gab es nicht – auf die Sicherheit wurde nicht allzu grossen Wert gelegt.

Heutzutage wird mit dem immer grösseren Verkehrsaufkommen wesentlich mehr auf die Sicherheit geachtet. Neben Helm, Nierengurten, Rückenpanzern und Knieschonern, welche alle zur passiven Sicherheit gehören, gibt es auch aktive Sicherheitsvorkehrungen am Fahrzeug selbst.

Marco Borghesi bezieht sich im Interview auch auf die Innovationen, welche in den neueren Vespamodellen stecken:

„Die Vespa zeichnet sich durch eine innovative Technik aus: Schon die 125er Modelle verfügen über Einspritzmotoren und die neue Vespa 946 (erhältlich ab Juni 2013) wird als erste Vespa mit ABS und ASR ausgerüstet sein, was sicherheitstechnisch ein bedeutender Faktor ist. Mit der Einführung des 3 Ventil-

¹⁶ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 35

¹⁷ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 35



*Motors punktet Vespa in Sachen Umweltfreundlichkeit: Trotz höherer Leistungsfähigkeit weist dieser Motor tiefere Verbrauchs- und Emissionswerte aus.*¹⁸

Der richtige Beginn von neuen Innovationen fand bei der Vespa Cosa statt. Doch wie gegen Ende der Arbeit beschrieben wird, waren neue Innovationen der Technik nicht immer gefragt. Manchmal ging es dem Konsumenten auch zu weit.

Heute sind ABS (Antiblockiersystem) und ASR (Traktionskontrolle) Standard und vom Fahrer gefragt.

10.9 Verkörperung eines Lebensgefühls, das Symbol für Dolce Vita und Italianità

Fragt man einen Vespa-Liebhaber, was er mit der Vespa verbindet, so stellen viele die Verbindung zu Italien und deren lockeren, eleganten Lebensstil. Sie haben das Bild des schick gekleideten Italieners, mit Anzug und Sonnenbrille vor sich, welcher mit seiner Partnerin auf der Vespa in Richtung Meer und Sonnenuntergang fährt.

Für Herrn Cesa vom Vespa Club Schweiz nicht ganz verständlich: *„Der (..) für mich unverständlichste Punkt ist die Verbindung mit dem italienischen Lebensgefühl. Vespa bedeutet für viele Menschen italianità pur.“*¹⁹

Für viele ist meiner Meinung nach dieser Punkt gar nicht so unverständlich. Jedes gekaufte Produkt, verbindet man mit etwas. Wieso sollte man die Vespa nicht mit Italien verbinden? Immerhin war dieses Land der Ausgangspunkt für die Vespa.

Auch Herr Borghesi sieht diese Verbindung mit Italien als einen Erfolgsfaktor der Vespa: *„Vespa ist nicht nur ein Fortbewegungsmittel, sondern die Verkörperung eines Lebensgefühls, das Symbol für Dolce Vita und Italianità schlechthin.“*²⁰

10.10 Der Kultstatus

Ein Aspekt welcher eher für den Erfolg und die Absatzzahlen heutzutage zutrifft, ist der Kultstatus, welche die Vespa erreicht.

Aber wie erreicht ein Fahrzeug wie die Vespa einen Kultstatus?

„Der Kultstatus kommt daher, dass die Vespa sich schon in den 50er Jahren mit den Stars verkauft hatte. Vespa hat mit Kalendern und leicht bekleideten Frauen und auch mit den aktuellsten Schauspielerinnen und Schauspielern geworben. Dies gab dem Gefährt einen exklusiven Touch.“

¹⁸ Interview Herr Borghesi, 31.01.13, S. 29

¹⁹ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 34

²⁰ Interview Herr Borghesi, 31.01.13, S. 29



Das andere ist der Vespa-Club Status, das Dazugehören. Damals war es etwas Besonderes einem Vespa Club anzugehören. Das soziale Netz griff.²¹

Der Kult hält bis heute an. Der Vespa-Lifestyle wird nicht mehr nur über das Fahrzeug gelebt, mittlerweile gibt es Kleidung, Taschen, Accessoires, Büroartikel – alles ist mit dem Vespalogo versehen.

10.11 Zusammenfassung Erfolgsfaktoren

Zusammenfassend kann man sagen, dass Piaggio mit der Vespa (fast) alles richtig gemacht hat. Sicherlich spielt wie schon erwähnt der Zeitpunkt eine wichtige Rolle, aber auch gewagte Strategieschritte wie die neue Marketingmassnahmen von Piaggio sind entscheidend.

Piaggio ist die Marke Vespa sehr wichtig, sehr viel Geld fließt in das Marketing. Der Status der Marke Vespa wird ausserdem durch die Vespaclubs gepflegt.

Nach all diesen Erfolgsfaktoren kommt natürlich die Frage auf, ob es denn bei der Vespa keine Konkurrenz gab, ob es mit Vespa seit ihrem Ursprung nur aufwärts ging, oder ob es auch Tiefschläge gab.

²¹ Interview Herr Cesa, 13.01.13, S. 33,34



11. Konkurrenz²²

Die Vespa hatte zu Beginn viele Konkurrenten: der Capri-Roller von Agrati/Garelli in Italien, Der Goggoroller von Glas und die Zündapp Bella in Deutschland, die Viatika in Russland und den Bajaj Chetak in Indien um nur einige zu nennen.

Doch die grösste Konkurrentin war Innocentis Lambretta. Auch Innocenti war wie Piaggio ein Rüstungskonzern, welcher für Mussolini arbeitete. Also hatten beide Firmen die gleiche Ausgangslage nach dem Krieg: Sie suchten nach einem neuen, zivilen Verkaufsgut, beide entschieden sich für den Motorroller.

Würde man heute auf die Strasse gehen und Leute fragen, ob sie die Lambretta kennen, würden die meisten nein sagen. Das groteske Gegenteil tritt auf, wenn man die Leute auf die Vespa anspricht. Wieso ist dies der Fall? Wieso konnte sich die Vespa etablieren? Als erstes musste ich mich daher kurz auch mit der Firma Innocenti und deren Motorroller namens „Lambretta“ auseinandersetzen.



Abb. 7: Der Vespa verblüffend ähnlich: Lambretta von Innocenti

Innocenti war ein Unternehmen, welches auf Rohre für Gerüste und Fassadenverkleidungen spezialisiert war. Nach dem Krieg hatte Innocenti tausende Rohre übrig, und wusste nicht was damit anzufangen.

Als sich Innocenti schliesslich auch für die Produktion von Motorrollern entschieden hatte, wurden diese Rohre für den Rahmen des Motorrollers namens Lambretta verwendet. Der Motor der Lambretta war im Gegensatz zu dem Vespamotor eher mit einem

Motorradmotor zu vergleichen.

Der Rohrrahmen der Lambretta ist stabiler und dadurch sind die Fahreigenschaften besser. Der Motor aber, welcher mit einer Kette betrieben wird, ist anfälliger.

Im Gegensatz basiert die Vespa auf einer selbsttragenden Blechkarrosserie, der Motor ist aus einem Anlassermotor von einem Flugzeug abgeleitet worden und direkt mit dem Hinterrad verbunden. Man spricht daher von einem Direktantrieb.

Die Meinungen gehen deutlich auseinander. Die Vespafraktion sagt, dass die Vespa schöner und optisch gelungener ist. Die Lambretta ist dafür technisch feiner, durchdachter und die Fahreigenschaften sind besser.

²² Quellen: <http://de.wikipedia.org/wiki/Lambretta>; http://www.italien.ch/de/Lambretta_und_Vespa; Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 30,31

Abb. 7: <http://parkaavenue.blogspot.ch/2013/02/what-is-ultimate-mod-scooter-vespa-vs.html>



Was machte nun Piaggio besser als Innocenti? Für Herrn Cesa ist klar:

„Eine knallharte Preispolitik, ein gut aufgebautes Servicenetz in Europa und der Verkauf des Vespaclubfeeling waren ausschlaggebend. Über die Händler wurden die lokalen Clubs gegründet, zu welchen man dazugehören wollte.“²³

Der Preis der Vespa war mit 55'000 Lire für die erste Vespa sehr tief, natürlich stieg dieser mit der Zeit an, für die Lambretta habe ich leider keine Preise gefunden, doch sie war deutlich teurer als die Vespa.

Die Clubs wurden von Innocenti kopiert, doch die Qualität, welche die Vespaclubs aufwies, konnten nicht erreicht werden.

12. Misserfolge in der Geschichte

Neben den riesen Erfolge, welche die Vespa hatte gab es, wie in den meisten Firmen, schlechtere Zeiten. Zwei grössere Einschnitte in die Erfolgsgeschichte werde ich folgend erläutern.

12.1 Einbruch der Verkäufe²⁴

Der erste grössere Einschnitt in die Erfolgsgeschichte geschah gegen Mitte der sechziger Jahre. In Italien gingen die Motorradzulassungen stark zurück, alle wollten nun ein Auto, wenn auch nur ein Kleinwagen.

Piaggio erlitt im Jahr 1965 einen Verlust von 300 Millionen Lire, ein Jahr später stieg dieser sogar auf eine Milliarde Lire an.

Doch auch aus dieser Misere fand Piaggio einen Ausweg, indem sie die Vespa 50 herausbrachten – eine Vespa mit kleinerem Hubraum von 50ccm, anstatt der 125ccm. Für die Zulassung der Vespa 50 benötigte man in Italien keinen Führerschein und kein Kennzeichen. Ausserdem konnte Piaggio mit der Vespa 50 eine ganz neue Kundengruppe ansprechen: Die Jugendlichen. Mit 14 Jahren durfte man diese 50ccm Vespa fahren, sie war also perfekt für den Schulweg. Wegen des geringen Gewichts und der kleinen Abmessungen fand sie auch in der Damenwelt gefallen – so stiegen die Absatzzahlen und Piaggio schrieb wieder schwarze Zahlen.

12.2 Vespa Cosa

Ein weiterer Rückschlag war die Rundumerneuerung der Vespa PX, die Vespa Cosa. Die Formen der PX wurden deutlich kantiger, eine Modernisierung hat stattgefunden. Die Instrumententafel wurde viel reichhaltiger, der Motor wurde stärker, die Hinterradaufhängung optimiert. Es war mehr Platz für die Beine vorhanden, der Helm kam von nun an unter den Sitz in ein Helmloch. Das Design wurde aerodynamisch optimiert, die Cosa verfügte sogar über eine Art Bremshilfe.

²³ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 31

²⁴ Quelle: Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, Seite 110



Diese Serie der Vespa ging unter dem Namen „Cosa“ in Serienproduktion, auf das Label Vespa wurde verzichtet, um sich von den Vorgängermodellen deutlich abzuheben.

Doch die Cosa fand bei den Vespakunden keinen Anklang.



Abb. 8: Vespa Cosa

„Die Vespa Cosa war technisch gesehen etwas Neues. Doch auf die Innovationen, welche in diesem Fahrzeug stecken, hatte man nicht gewartet. (..)“

Es wurden Sachen eingebaut, welche der Zeit voraus waren, aber auf welche niemand gewartet hatte und auch niemand wollte. Für Vespa-Liebhaber war ausserdem das Design misslungen.

Die Cosa war von der Vespa-Tradition abgekommen. Folglich fiel dieses Fahrzeug bei den Kunden durch.“²⁵

Ein weiterer Punkt ist sicherlich auch, dass Piaggio auf die akzeptierte Bezeichnung Vespa bei der Namensgebung der Vespa verzichtete.

Von der Cosa der ersten Version wurden lediglich 17'314 Exemplare gebaut. Im Vergleich zu der erfolgreichen PX der ersten Version mit 197'147 Exemplaren hatte die Cosa keine Chance.

13. Reissue der PX

„Die Wiedergeburt einer Legende! Darauf hat die gesamte Vespa-Fangemeinde gewartet: Die legendäre Vespa PX 125 kommt zurück. Mit ihrem unverwechselbaren Stil, einem Motor, der die strengen Euronormen erfüllt, der Fussbremse und der klassischen Viergang-Handschialtung am Lenker, einem absoluten „must“ für eingefleischte Vespafans.“²⁶

Die legendäre Vespa PX war der Verkaufsschlager in den 80er Jahren schlechthin. Auch heute noch ist die PX eine der beliebtesten Vespas auf dem Gebrauchtmotorradmarkt.

Im Jahr 2011 brachte Piaggio eine Neuauflage der Vespa PX auf den Markt, äusserlich fast unverändert, Innovationen gibt es vor allem beim Motor, welcher nun den Euro 3 Normen entspricht.

Die Frage muss man sich natürlich stellen, wieso Piaggio ein Reissue der PX herausbringt.

²⁵ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 30,31

²⁶ Abb. 8: <http://www.vespa.ch/de/modelle/px-125-66/#/uebersicht>



Je länger desto mehr sieht man PX Lizenzbauten namens Star von LML Italia. Mitte der 90er Jahre wurden Presswerkzeuge der italienischen PX Serie nach Indien verkauft. Dort baut heutzutage LML-India lmd. die Star DLX.

Zu Beginn waren diese Fahrzeuge für den heimischen, indischen Markt geplant. In Indien sind solche Fahrzeuge sehr gefragt. Anfänglich rechnete LML nicht damit, auf den europäischen Markt zu gehen. Doch nachdem sie immer mehr Anfragen von europäischen Kunden erhielten, entschieden sie sich, auch nach Europa zu exportieren.

Dass diese Fahrzeuge im alten PX-Stil sehr gefragt sind, steht ausser Frage. Die Vespa PX verkörpert die klassische Vespa, von ihr wurden in der ersten Serie im Jahre 1980 über 200'000 Stück abgesetzt.

Bei Piaggio fand schliesslich ein Umdenken statt. Sie erkannten, dass die PX doch noch gefragt ist, aber dass sie nun investieren müssten, um die PX auf Vordermann zu bringen. Dies betrifft vor allem den 2-Takt-Motor, welcher die Euro 3 Normen erfüllen muss. Ausserdem wurde der PX ein paar optische Veränderungen verpasst und sie wurde schliesslich im Jahr 2011 neu aufgelegt.

Bezüglich dem Punkt, ob ein grosser Unterschied zwischen der Vespa PX von 1978 und der PX von 2011 vorhanden ist, gehen die Meinungen auseinander. Von vielen Oldtimer-Vespafahrer hört man, dass sie da eine klare Differenz sehen. Schon in den beiden Interviews wird differenziert argumentiert:

Herr Cesa: *„Ich finde, dass dies an den Haaren herbeigezogen ist. Der Motor ist ja noch fast identisch mit dem der ersten PX von 1978. Ob jetzt der Sattel ein bisschen besser gepolstert ist oder ob das Blinkergehäuse aus chromiertem Plastik besteht ist nicht entscheidend.“²⁷*

Herr Marco Borghesi sieht dies anders, er findet:

„Zwischen einer PX von 1980 und einem aktuellen PX-Modell bestehen in der Tat diverse Unterschiede. In Bezug auf die Technik wurden in den vergangenen 30 Jahren grosse Fortschritte erzielt, von denen auch die PX profitieren konnte. So wurden beispielsweise die Bremsen verbessert, das Cockpit erneuert, eine bequemere Sitzbank eingebaut, das Fahrzeug mit Halogenscheinwerfern ausgerüstet und die Schadstoffemissionen den Euro 3-Normen angepasst. Technisch erfüllt die PX damit die aktuellen Standards und Ansprüche. Die bei Vespafans beliebten Bedienelemente wie Fussbremse und Handschaltung wurden dagegen beibehalten. Auch vom Design her blieb die PX ihrem unverwechselbaren Stil treu.“²⁸

²⁷ Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 37

²⁸ Interview Herr Borghesi, 31.01.13, S. 28



Ob nun Piaggios Vespa PX die LML als grossen Rivalen und Konkurrenten ansehen muss, findet Marco Borghesi nicht. Er bringt die Immatrikulationszahlen auf den Tisch:

Während Piaggio im Jahre 2011 644 Fahrzeuge verkaufen konnte, waren es bei LML lediglich 202 Stück. Im 2012 stieg die Zahl der verkauften Vespas weiter auf 731 Fahrzeuge, die abgesetzten Fahrzeuge von LML jedoch gingen auf 174 zurück.²⁹

14. Vespa 946³⁰

Technisch setzt die Vespa 946 mit viel Alu und LED-Technologie auf Leichtbau, optisch macht sie eine Zeitreise zu den Wurzeln der italienischen Wespen.³¹

Anfangs 2013 wurde die neuste Vespa vorgestellt – die Vespa 946. Ihr Name kommt von Quarantasei, was 46 bedeutet und ist daher eine Anlehnung an die erste Vespa von 1946.

Vom Design her soll sie sich wieder an die erste Vespa von 1946 anlehnen, doch die Technik ist auf dem neusten Stand. 125er-Dreiventil-Viertaktmotor, LED Technologie, ein modernes ABS und eine Traktionskontrolle namens ASR um die wichtigsten Innovationen zu nennen.



Abb. 9: Vespa 946

Wieso bringt Piaggio aber eine neue Perle, welche in einer ersten Serie nur 5000 angefertigt werden und der Preis auf 9000 Euro spekuliert wird?

„Piaggio ist immer bedacht, mit sogenannten Perlen, das Vespa-Image von neuem aufzuperlen. Und da ist die 946 wieder ein perfekter Strategieschritt in Richtung vorwärts. Ein exklusiver Roller, welcher sich an dem Urmodell orientiert, welcher diese Formen annimmt, welcher preislich in einer sehr hohen Kategorie spielt, wo man wieder sagen kann, dass es exklusiv ist, solch

eine Vespa zu besitzen. Alle Jahre wieder kommt eine Perle zum Vorschein, und das wird sehr wohl beachtet. Gerade diese Sondereditionen, bei welchen die Vespas nummeriert sind, gehen sehr schnell weg. Piaggio pflegt auch: Vespa = Sammlerobjekt. Die Leben für das und wenn Piaggio wieder eine Sonderedition rausbringt, sind die ersten Objekte für den Sammlermarkt bestimmt.“³²

Bei jeder Neuerscheinung ist Kritik vorbestimmt, beispielsweise auf der Internetseite „Franks-Vespa-Garage“³³ wird klar, dass die neue Vespa 946 nicht nur auf Begeisterung stösst.

²⁹ Interview Herr Borghesi, 31.01.13, S. 28,29

³⁰ Quelle: www.vespa946.ch,

³¹ http://www.1000ps.ch/modellnews-2356471-Vespa_946

³² Interview Herr Cesa, 16.01.13, S. 36,37

³³ www.franks-vespa-garage.de

Abb. 9: <http://www.motorrad-testbericht.at/magazin/vespa/946/vespa-946-1.jpg>



„Für mich ist die 946 ein nett anzusehender Roller, mit dem Piaggio es geschafft hat, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Mehr allerdings wirklich nicht. Wenn ich ehrlich bin, hätte ich die 946, wenn nicht Vespa drauf stehen würde, auf der Straße als einen chinesischen Retro-Roller aus dem Baumarkt identifiziert. Aber als einen hübschen zugegebenermaßen.“³⁴

Auf dieser Internetseite wird Vespa 946 mit dem VW Beetle verglichen. Auch dieser war einst eine Designstudie, doch als sich die Anfragen nach dem Beetle häuften, entschloss sich VW, den Beetle, wie der Käfer inzwischen genannt wird, in einer neuen Form wieder neu aufzulegen. Doch fälschlicherweise musst VW einsehen, dass gar nicht so viele Käufer gefunden werden konnten, wie zuvor erwartet.

Vielleicht ist dies Piaggio bewusst und sie starten deshalb vorerst nur mit einer Kleinstserie von 4000 Fahrzeugen, welche sicherlich zu Beginn für Sammler bestimmt ist.

14. Persönliche Stellungnahme

Für mich persönlich ist es beeindruckend, was für eine Erfolgsgeschichte die Vespa in den letzten 67 Jahren hingelegt hat. Kein anderes Zweirad hat dies geschafft, sie ist vielleicht mit dem VW Käfer zu vergleichen, doch dieser hatte einen längeren Verkaufsstopp, bis die Neuauflage des Beetles kam. Die Vespa gibt es seit 1946, immer wieder ein neues Modell, die Vespa war immer präsent. Auch aus Miseren fand sie einen Ausweg.

Ganz erstaunt war ich bei meinem Besuch des Piaggio-Museums im Oktober 2012 in Pontedera. In dieser Umgebung waren keine alten Vespa anzutreffen, obwohl dies die Geburtsstätte der Vespa ist. Das gleiche gilt auch für Mailand. Mir scheint, dass dort die Vespas von den neuen Automatikrollern verdrängt wurden.

Das groteske Gegenteil findet man in Basel. Auf vielen Rollerparkplätzen sind Vespas, alte und neue, vorhanden. Gerade an der Universität oder vor der Schule ist der Anteil von Vespas extrem hoch.

Ein möglicher Grund wäre, dass man in Pontedera und Mailand eine alte Vespa mit etwas „billigem“ und „armen“ vergleicht. In Basel steht eine alte Vespa eher für Lifestyle und wie in der Arbeit beschrieben Italianità.

Dies ist sehr schade, denn meiner Meinung nach muss solch eine Kultur aufrecht erhalten werden, denn die Vespa ist heutzutage viel mehr als nur ein Fahrzeug.

³⁴ <http://www.franks-vespa-garage.de/2013/01/vespa-946-zum-miserfolg-verdammt/>



15. Schlusswort

In dieser Arbeit habe ich versucht, die Erfolgsfaktoren darzustellen, welche für den Erfolg der Vespa verantwortlich waren und sind.

Um die Fragestellung zu beantworten, habe ich mit dem Quellenstudium und zwei durchgeführten Interviews gearbeitet.

Durch diese bin ich schlussendlich auf Erfolgsfaktoren gestossen, welche den Erfolg der Vespa beeinflusst haben. Dabei ist das Zusammenspiel der Zeit, der Gesellschaft und der Firma Piaggio sehr entscheidend gewesen. Auch hätte die Vespa nicht durch eine neu gegründete Firma erfunden werden könne, entscheidend waren die Ingenieure wie D'Ascanio, die Werkshallen und Maschinen, welche Piaggio auch schon vor und während dem Krieg besass.

Durch geschickte, neue Marketingstrategien konnte Enrico Piaggio seine Vespa dem nach Mobilität drängenden Volk verkaufen. Durch Akzente mit weiblichen Schönheiten in Werbung und auf Kalendern wurde die männliche Kundschaft angezogen.

Die gegründeten Vespaclubs vermittelten das „Club-Feeling“, zu welchen man dazugehören wollte.

Heute, 67 Jahre nach ihrer Geburt ist die Vespa ein Kultobjekt und immer noch eines der beliebtesten Zweiräder weltweit.



16. Anhang

Interview zum Thema „Erfolg der Vespa“ mit Herrn Marco Borghesi, Geschäftsführer der OFRAG (Piaggio-Importeur der Schweiz), 31.01.13

1. Reissue PX

1.1 Wieso bringt Piaggio eine Neuauflage der PX?

Das Interesse an diesem speziellen Vespa Modell ist nach wie vor hoch. Die Produktion wurde von der Piaggio Gruppe 2007 zwar eingestellt, da die PX die gültigen Euro-Normen nicht mehr erfüllte und Investitionen in die Technik notwendig waren. Aufgrund der ungebrochenen Nachfrage beschloss die Piaggio Gruppe dann allerdings, das Modell technisch weiter zu entwickeln und wieder auf den Markt zu bringen.

1.2 Sind LX und GTS nicht mehr ausreichend erfolgreich?

LX und GTS sind nach wie vor sehr erfolgreiche Vespa-Modelle und beim Publikum sehr beliebt. Dank Sonderserien wie LX Touring und GTS Super Sport konnten in den letzten Jahren die Verkaufszahlen kontinuierlich gesteigert werden.

1.3 LML wächst und wächst, sie bauen in Indien in einer Fabrik, die ehemals Piaggio gehörte. Hat Piaggio Sorgen, dass LML mit ihren PX-Nachbauten zu fest expandiert?

Wir beziehen uns auf die Immatrikulationszahlen in der Schweiz, die in den letzten beiden Jahren, gegenüber den Immatrikulationszahlen von Vespa, eher bescheiden ausfielen:

2011: 202 Fahrzeuge

2012 174 Fahrzeuge

1.4 Viele Oldtimerfahrer finden, es sei nicht mehr das Gleiche, eine PX von heute und eine von 1980. Kann Piaggio trotzdem neue PX's verkaufen? An welche Zielgruppe richtet sich Piaggio mit der neuen PX?

Zwischen einer PX von 1980 und einem aktuellen PX-Modell bestehen in der Tat diverse Unterschiede. In Bezug auf die Technik wurden in den vergangenen 30 Jahren grosse Fortschritte erzielt, von denen auch die PX profitieren konnte. So wurden beispielsweise die Bremsen verbessert, das Cockpit erneuert, eine bequemere Sitzbank eingebaut, das Fahrzeug mit Halogenscheinwerfern ausgerüstet und die Schadstoffemissionen den Euro 3-Normen angepasst. Technisch erfüllt die PX damit die aktuellen Standards und Ansprüche. Die bei Vespa-Fans beliebten Bedienelemente wie Fussbremse und Handschaltung wurden dagegen beibehalten. Auch vom Design her blieb die PX ihrem unverwechselbaren Stil treu.



Die Immatrikulationszahlen der Vespa PX:

2011: 644 Fahrzeuge

2012: 731 Fahrzeuge

Die Zielgruppe der Vespa PX ist vorwiegend männlich und urban.

2. Konkurrenzsituation heute

2.1 Die Konkurrenz ist heutzutage gross (Yamaha, Honda, Peugeot, etc.). Welchen Marktanteil besitzt die Vespa?

Der Marktanteil von Vespa in der Schweiz betrug 2012 16%.

2.2 Wie kann sich die Vespa gegen diese Konkurrenten durchsetzen?

Das Design der Vespa ist klassisch und zeitlos und bei der Rollerkundschaft sehr beliebt. Die breite Modellpalette und die Farbenvielfalt tragen ebenfalls zum Erfolg bei. Vespa zeichnet sich durch eine innovative Technik aus: Schon die 125er Modelle verfügen über Einspritzmotoren und die neue Vespa 946 (erhältlich ab Juni 2013) wird als erste Vespa mit ABS und ASR ausgerüstet sein, was sicherheitstechnisch ein bedeutender Faktor ist. Mit der Einführung des 3 Ventil-Motors punktet Vespa in Sachen Umweltfreundlichkeit: Trotz höherer Leistungsfähigkeit weist dieser Motor tiefere Verbrauchs- und Emissionswerte aus.

3. Erfolg der Vespa

3.1 Welche sind Ihrer Meinung nach die Hauptgründe, wieso die Vespa so erfolgreich war und heutzutage noch immer ist?

Die erste Vespa wurde 1946 gebaut. Vespa ist sozusagen der Urroller und steht am Ursprung der individuellen Mobilität. Seither erlebte die Vespa einen Boom und erlangte durch Filme wie Roman Holidays und andere sogar Kultstatus. Vespa ist nicht nur ein Fortbewegungsmittel, sondern die Verkörperung eines Lebensgefühls, das Symbol für Dolce Vita und Italianità schlechthin.

Ein Grund für den Erfolg liegt auch in der speziellen Bauweise. Als einziger Roller verfügt die Vespa über eine selbsttragende Stahlblechkarosserie. Praktische Aspekte wie die grosse Transportkapazität, d.h. genügend Stauraum unter dem Sattel, ein Handschuhfach und ein praktischer Haken spielen bestimmt auch eine Rolle. Last but not least führen wir den Erfolg auch auf innovative Technologien wie ABS und ASR sowie den 3 Ventil-Motor mit den hohen Leistungs- und den tiefen Emissions- und Verbrauchswerten zurück.



Interview zum Thema „Erfolg der Vespa“ mit Herrn Claudio Cesa, Präsident des Vespa Club Schweiz, 16.01.13

1. Geschichte der Vespa

1.1 Die Vespa wurde nach dem 2. Weltkrieg erfunden. Welchen Einfluss hatte diese Nachkriegszeit auf die Erfindung/Entwicklung der Vespa?

Nord- und Mittelitalien wurden vom Krieg relativ verschont. Die Alliierten bombadierten die Rüstungskonzerne, diese standen sozusagen vor dem Punkt Null, besaßen aber ein riesiges Wissen. So musste innerst kürzester Zeit ein neues, nicht militärisches Produkt auf den Markt gebracht werden. Piaggio und Innocenti hatten vor und während dem Krieg eine breite Produktpalette aufzuweisen, und in deren Firmen waren viele Ingenieure angestellt.

Bei Piaggio beschäftigte man den Ingenieur Corradino D'Ascanio mit dem neuen Fortbewegungsmittel. Dabei gab es verschiedene Faktoren, welche sich nach dem Krieg positiv auf die Entstehung dieses Fortbewegungsmittel ausgewirkten:

- *Viele Firmen boten bereits vor dem Krieg eine breite Produktpalette an.*
- *Infrastrukturen waren zwar zerstört, konnten aber schnell wieder aufgebaut werden.*
- *Fachkräfte hatten den Krieg nicht an der Front erlebt. Viele waren sofort wieder einsatzbereit.*

1.2 Wieso war die Vespa nach dem 2. Weltkrieg so nachgefragt?

Italien hat sich nach dem 2. Weltkrieg relativ schnell erholt. Da in Italien nicht alles total zerstört wurde, konnten die Italiener ihre Tätigkeiten in den Fabriken wieder aufnehmen. Dann kam aber auch schnell der Drang nach Mobilität auf, dieses Verlangen, kleinere Ausflüge zu unternehmen.

Die Wirtschaft fing wieder an zu florieren, die Leute konnten sich wieder etwas leisten.

1.3 Wie waren zu jener Zeit die wirtschaftlichen Verhältnisse? Durchschnittliches Einkommen? Preis für eine Vespa?

In der Schweiz kostete eine Vespa anfangs der 50er Jahre ca. 1000.-

In Italien war bereits die exklusive Möglichkeit vorhanden, Fahrzeuge in Ratenzahlung abbezahlen zu können.

1.4 Mit der Vespa Cosa versuchte Piaggio an den Erfolg der PX anzuknüpfen. Jedoch ging dies schief, lediglich 17'314 Exemplare wurden gebaut. Vergleich P125X: 197'147)

Was machte Piaggio mit der Cosa falsch? War dieser Fehltritt für das Aufkommen der heutigen Konkurrenz verantwortlich?

Die Vespa Cosa war technisch gesehen etwas Neues. Doch auf die Innovationen, welche in diesem Fahrzeug stecken, hatte man nicht gewartet.



In Italien verlangte die Politik, dass der Benzinverbrauch reduziert werden musste. So stellte man dieses Fahrzeug in den Windkanal um die Aerodynamik zu verbessern. Für Piaggio war dies etwas Neuartiges. In der Cosa waren zudem eine Art Bremshilfe und ein Helmfach unter dem Sitz vorhanden.

Es wurden Sachen eingebaut, welche der Zeit voraus waren, aber auf welche niemand gewartet hatte und auch niemand wollte. Für Vespa-Liebhaber war ausserdem das Design misslungen.

Die Cosa war von der Vespa-Tradition abgekommen. Folglich fiel dieses Fahrzeug bei den Kunden durch.

2. Die Konkurrenz der Vespa

2.1 Wieso konnte sich gerade die Vespa etablieren? Die Konkurrenz war gross - Lambretta, Capri-Roller, Zündapp etc.

Für mich ist der entscheidende Faktor der Preis, denn die Vespa war den meisten anderen Zweirädern aus dieser Zeit technisch unterlegen. In Deutschland wurden Elektroanlasser oder 4-Takt-Technik verbaut. Die Lambretta wurde mit Scheibenbremsen versehen – dies waren alles wegweisende Innovationen. Piaggio aber hat sich diesen Sachen verschlossen und hat relativ günstig produziert.

Piaggio sagte von Beginn an, dass sie ein Fahrzeug bauen wollen, welches jedermann selbst reparieren kann und welches absolut einfach aufgebaut ist. Gleichzeitig wurde ein flächendeckendes Servicestellennetz europaweit aufgebaut. Mit den Händlern begann auch die Gründung der Vespa Clubs.

2.2 Was machte Piaggio mit seiner Vespa besser als diese Konkurrenten?

Eine knallharte Preispolitik, ein gut aufgebautes Servicenetz in Europa und der Verkauf des Vespaclubfeeling waren ausschlaggebend. Über die Händler wurden die lokalen Clubs gegründet, zu welchen man dazugehören wollte.

„Ich bin in einem Vespa-Club, ich gehöre zu dieser leicht höheren Gesellschaft. Für Akademikerkreise reicht es nicht, aber man kann sagen: Wir gehören zusammen, wir sind eine Familie, wir heben uns vom normalen Bürger ab, welcher mit dem Velo zur Arbeit fährt, ab.“

...und dies gab es bei der Lambretta nicht?

Doch, aber bei Lambretta hinkte man ein paar Jahre hinten nach. Sie hatten dies zwar kopiert, aber an die Qualität des Marketings, welches Piaggio mit den Vespa Clubs erreicht hatte, kam Innocenti mit der Lambretta nicht.

2.3 Bsp.: Vespa und Lambretta waren sich sehr ähnlich (Design etc.). Sie waren dreissig Jahre lang Konkurrenten. Wo besteht der wesentliche Unterschied zwischen Piaggio's Vespa und Innocenti's Lambretta. Wieso hatte die Vespa mehr Erfolg? Ging es zu jener Zeit schon um Marketingstrategien?

Innocenti war ein Unternehmen, welches auf Rohre für Gerüste und Fassadenverkleidungen spezialisiert war. Nach dem Krieg hatte Innocenti tausende Rohre übrig, und wusste nicht was damit anzufangen.



Als sich Innocenti schliesslich auch für die Produktion von Motorrollern entschieden hatte, wurden diese Rohre für den Rahmen des Motorrollers namens Lambretta verwendet. Der Motor der Lambretta war im Gegensatz zu dem Vespamotor eher mit einem Motorradmotor zu vergleichen.

Der Rohrrahmen der Lambretta ist stabiler und dadurch sind die Fahreigenschaften besser. Der Motor aber, welcher mit einer Kette betrieben wurde, ist anfälliger.

Die Vespa basiert auf einer selbsttragenden Blechkarrosserie, der Motor ist aus einem Anlassermotor von einem Flugzeug abgeleitet worden.

Die Meinungen gehen deutlich auseinander. Die Vespafraktion sagt, dass die Vespa schöner und optisch gelungener ist. Die Lambretta ist dafür technisch feiner, durchdachter und die Fahreigenschaften sind besser.

3. Marketing von Piaggio

3.1 Auf der ersten Werbung für die Vespa von Piaggio war eine Frau. Worauf zielte man dabei?

Dabei geht es um den Aufbruch in eine neue Epoche. Das Alte lässt man hinter sich und durch den Erwerb und Besitz einer Vespa gehört man zu einem exklusiveren Teil der Gesellschaft.

...also zielt man mit diesem Werbeplakat nicht auf Frauen als potenzielle Käufer, denn die Vespa war das erste Zweirad, welches auch für Frauen geeignet ist...

Dies beruht auf der Idee, dass man sich beim Vespafahren nicht mit Öl schmutzig machen kann, da der Motor abgedeckt ist. Eine Vespa ist demnach für eine Frau mit Rock als auch für einen Mann im Anzug geeignet. Schaut man jedoch auf ältere Fotos, sieht man nur sehr selten eine Frau am Lenker. Die Vespa war ein Fahrzeug für den Mann, und die Frau sass hinten auf dem zweiten Sitz.

Ich denke nicht, dass man so progressiv war und damit direkt auf Frauen zielte. Diese Frau sollte mit ihren weiblichen Formen die männliche Kundschaft anziehen.

3.2 Wie sah im Allgemeinen die Marketingstrategie/Werbestrategie von Piaggio aus?

In jener Zeit wurde für die Vespa mit Sexappeal, hohen Geschwindigkeiten und dem Touch für Abenteuer geworben. Mit einer Vespa ist man frei und kann die ganze Welt umrunden.

3.3 In den 50er Jahren war die Vespa nicht mehr nur für den Weg zur Arbeit da, sondern wurde vielmehr als Freizeitvehikel angesehen. Wie ist diese Entwicklung zustande gekommen?

Der Roller war eine Zwischenstufe zum Auto. Falls die finanziellen Mittel für einen Fiat Topolino oder einen Käfer nicht reichten, kaufte man sich einen Roller.

Über den Rundfunk, Radio und Fernsehen hörte man, an welchen Plätzen in Europa es schön sei. Und diese Leute sind dann mit ihren Vespas in diese fernen Länder gefahren. Doch dies war eher ein Mangel an Geld und auch ein tiefer Wunsch etwas



Neues zu entdecken. Vor allem die Deutschen sind nach der Kriegsmisere über den Gotthard nach Italien ans Meer gefahren, um etwas Schönes zu erleben.

4. Subkultur der Mods

4.1 Gegen Ende der 50er Jahre entstand die Subkultur der Mods. Die Vespa war bei ihnen als Gefährt sehr beliebt. Wieso war dies der Fall?

Ich habe in den 80er Jahren angefangen Roller zu fahren. In England lief der Film Quadrophenia, welcher 1979 ins Kino kam. Dieser Film ist eine Hommage an die Mods der 60iger. Die Mods sind eine rein englische Subkultur, welche sich über die Musik und die Mode definiert. Es war keine Subkultur der „working class“, sondern es waren Jugendliche aus leicht höheren Schichten. Das Pendant dazu waren die „working class heroes“, die Rocker, welche sich eher nach Amerika orientiert hatten. Der Sound der Teddyboys, Lederjacken, Pomadenfrisur und Rock n Roll – dies war die „working class“ Szene.

Der Mod arbeitete im Dienstleistungssektor und kam aus einem leicht besseren Umfeld und wollte durch seinen Musikgeschmack und seine Klamotten der Zeit immer einen Schritt voraus sein. Daher auch der Name Mods – dies kommt von modern - der Zeit voraus sein. Der Roller hatte eine zweitrangige Rolle gespielt. Primär ging es um die Musik und um Klamotten. Die Vespa oder Lambretta hatte zwar dazugehört, aber sie war nicht ein „must have“. Es war ein Fortbewegungsmittel, mit welchem man sich ganz klar von den Rockerbuben auf den schweren und dreckigen Motorrädern absetzen wollte. Sie suchten das Gegenteil und kamen auf die Roller. Mit diesen Rollern hatte man auch den schicken Italolifestyle in diese Szene integriert. Ich persönlich finde, dass es ein Accessoire war, welches am Rand zwar dazugehörte, aber kein fester Bestandteil von jedem einzelnen Mod bildete. Hier muss auch gesagt werden, dass bei den Harddcore-Mods immer die Lambretta bevorzugt worden ist.

4.2 Die Mods trugen zwar schicke Kleidung und achteten gezielt auf deren Aussehen. Jedoch nahmen sie auch Drogen und prügelten sich regelmässig mit z.B. den Rockern. Hatte dies einen Einfluss auf die Vespa? Kaufte dadurch weniger eine Vespa, da die Mods sie gewissermassen in eine negative Richtung mit ihrem Verhalten gezogen haben?

Nach dem Krieg waren das die ersten Jugendlichen, welche gutes Geld verdienen. Jede Jugendkultur ist nahe bei den Drogen anzusiedeln. Bei den Rockern war es eher das Trinken, bei den Mods eher die Pillen. Die Mods suchten sich eine neue Droge, um sich von den Anderen abzuheben.

Prügeleien zwischen diesen beiden Gruppierungen gab es zwar auch, aber diese wurden von den Medien hochstilisiert. In Verruf sind deswegen die Roller nicht geraten.

5. Aktuell:

5.1 Wodurch erreicht die Vespa heute diesen hohen Kultstatus?

Der Kultstatus kommt daher, dass die Vespa sich schon in den 50er Jahren mit den Stars verkauft hatte. Vespa hat mit Kalendern und leicht bekleideten Frauen und



auch mit den aktuellsten Schauspielerinnen und Schauspielern geworben. Dies gab dem Gefährt einen exklusiven Touch.

Das andere ist der Vespa-Club Status, das Dazugehören. Damals war es etwas Besonderes einem Vespa Club anzugehören. Das soziale Netz griff.

Der dritte und für mich unverständlichste Punkt ist die Verbindung mit dem italienischen Lebensgefühl. Vespa bedeutet für viele Menschen italianità pur.

...Aber die meisten denken dies doch, wenn sie ein Vespa kaufen...

Ja, aber die Vespa wird noch knapp in Italien produziert. Die Verbindung stellen sich die meisten selbst her. „Ich fahre Vespa – also bin ich auch der lockere und schicke Italiener auf diesem Gefährt“.

... Sie finden also, dass dieser Punkt überhaupt nicht zutrifft?

Teilweise. Die Vespahändler in Zürich zum Beispiel verkaufen sehr viele Vespas an Studenten. Diese kaufen eine Vespa, weil sie diesen Roller cool finden. Diese verbinden die Vespa nicht zwingend mit Italien. Sie finden dieses Gefährt stylisch und sie können sich persönlich mit diesem Gefährt von der breiten Masse, den abheben. Da sucht niemand die Verbindung zu Italien.

5.2 Wieso entscheiden sich Ihrer Meinung nach viele für eine Vespa, obwohl es im Zweirädermarkt sicherlich viel günstigere Modelle gibt, z.B. von Aprilia.

Die Rollerhändler haben in ihren Showrooms hochwertigere, qualitativ bessere, innovativere und günstigere Produkte. Doch die Kunden treten ein, sehen eine Vespa und der Kauf ist getätigt. Das Aussehen, die Aura einer Vespa zieht die Leute magisch an. Die Ausstrahlung, welche die Vespa hat, ist entscheidend.

5.3 Erreicht Piaggio mit den neuen Vespa Modellen wie LX und GTS auch die eingefleischten Vespa Fans?

Es gibt eine gewisse Gruppierung welche sagt, dass eine Vespa keine Blinker haben darf. Für diese Leute hört die Vespa anfangs 80er Jahre auf. Das sind aber sehr oft Sammler und Fetischisten, welche nur im Sommer einige Runden mit der Vespa fahren.

Wenn jemand dieses Gefährt für den Arbeitsweg braucht, ein Treffen anfährt oder einen Wochenendausflug macht, dann kommt er nicht um die neuen Serien herum. Denn LX, GTS sind ein Sprung in der Technik, auf welche man im heutigen Strassenverkehr nicht mehr verzichten kann.

... und vom Design her?

Die Vespahändler sagen, dass der Kunde dieses Design als ähnlich empfindet. Die Vespa der 50er Jahre hat sich durch die klobigen, femininen Formen ausgezeichnet, welche auch heute noch vorhanden sind.



... aber die eingefleischten Vespa-Fans kaufen weniger eine neue Vespa...

Doch, ich bin 44, und mit der Vespa aufgewachsen, und von meinem Kollegenkreis fahren alle GT oder GTS. Wir haben zwar unsere alten Vespas in der Garage und fahren diese auch noch, aber jeder von uns hat etwas Modernes und Schnelles. Wer sich regelmässig auf den Strassen bewegt, wer Treffen anfährt, Wochenendausflüge unternimmt und mit der Vespa zur Arbeit fährt, kauft sich etwas Neues.

Dabei wird zwischen alt, hübsch, bewahren und modern, neu, gebrauchen unterschieden.

6. Vespaclubs und Vespakultur

6.1 Sie sind Präsident des Vespa Club Schweiz. Welche Ziele verfolgt der Vespaclub?

Der Club soll als Dachverband den Zusammenhalt der Vespa-Fahrer/innen in der Schweiz fördern. Dies geschieht mit verschiedenen Anlässen in der Schweiz, wir geben ein Heft, Vespa Info, heraus, welches viermal im Jahr erscheint, wir haben eine Technikkommission, welche Mitglieder bei Restaurationen unterstützt, etc.

Wir haben Sponsoren, welche unseren Mitgliedern gewisse Produkte zu besseren Konditionen anbieten.

Es ist einfach gesagt wie der Schwinger- oder Ruderclub auch – es geht um einen Verbund von Leuten, welche eine gleiche Gesinnung pflegen.

6.2 Seit wann ca. gab es die ersten Vespaclubs? Trugen diese zur Erfolgsgeschichte der Vespa bei?

Der Vespaclub Schweiz wurde 1951 gegründet. Der Vespaclub Schweiz hat von Beginn an einen entscheidenden Beitrag geleistet, dass die Vespa einen Siegeszug angetreten ist. Der Vespaclub Schweiz war in den 50er Jahren enorm engagiert und omnipräsent.

Die Schweizer Vespa-Fahrer waren weltweit unterwegs, die Clubs waren zahlenmässig extrem stark, gerade wenn man diese mit anderen Ländern wie z.B. Österreich oder Frankreich vergleicht

6.3 Wie hat der Vespaclub Schweiz exakt zur Erfolgsgeschichte beigetragen?

Rund um den Vierwaldstättersee gab es diverse Clubs, welche über 100 Mitglieder hatten. Dies ist auch, wie ich zu Beginn gesagt habe, weil man zu dieser leichten Elite dazugehören wollte.

Diese Clubs waren sehr aktiv. Man muss sich vorstellen, dass es dazumal europaweit ein riesiges Vespatreffen gab. Dort sollten möglichst viele Leute hinfahren. So verteilten die Clubs und der Importeur Benzingscheine, bezahlten Übernachtungen, usw.

In den Restaurants zu Hause erzählte man sich dann wer und wo mit der Vespa war. Dies war sozusagen Gratiswerbung für die Vespa. „Beste Werbung, zuverlässige Fahrzeuge, du erlebst etwas mit dem Fahrzeug, du gehörst dazu“.



Auch heute gibt es eine sogenannte Vespakultur.

Was muss Piaggio tun, um diese Kultur zu erhalten? Wird die Vespa als Marke überhaupt noch mit Piaggio assoziiert?

Piaggio muss eigentlich nichts für diese Kultur tun, diese erhält sich mehr oder weniger von selbst. Das hat Piaggio nach wie vor den Vespa Clubs zu verdanken, auch wenn wir zum Teil antiquarisch wirken.

Die Faszination Vespa wird sehr stark über die Vespa Clubs gelebt. Die Treffen, welche an den Wochenenden irgendwo in der Schweiz und in Europa organisiert werden, erhalten viel Zustimmung von Vespafahrern. Wenn man bei einer Ausfahrt rund 100 Vespas sieht, ist das die beste Werbung, welche es für eine Marke gibt. Darum ist Piaggio sehr daran interessiert, die Marke Vespa hochzuhalten. Denn sie wissen, welche Aura von diesem Fahrzeug ausgeht.

Was unterscheidet die Vespakultur von anderen?

Ich denke, dass es da keinen grossen Unterschied gibt. Ob Harley Club oder Oldtimer Auto Club - ich denke, dass es immer eine ähnliche Sorte von Leuten ist, welche sich angesprochen fühlt. Einerseits sind es Leute, welche den alten guten Zeiten nachhängen, andererseits sind es Leute, welche ein technisches Flair haben und in Garagen rumbasteln.

Was ist für Sie persönlich die wichtigste Eigenschaft einer Vespa? Was macht die Vespa zur Vespa?

Als ich jung war und nicht viel verdiente, war für mich die wichtigste Eigenschaft, dass ich mit der Vespa Treffen im In- und Ausland anfahren konnte. Dabei wusste ich, falls ich irgendwo im Niemandsland stehen bleiben sollte, kann ich dieses Fahrzeug mit eigenen Mitteln reparieren. Die Banalität der Vespa war für mich sehr entscheidend.

Weiter entscheidend waren die Treffen, an welchen sich mehrere Tausend Rollerfahrer trafen um ein gemütliches Wochenende zu verleben.

Piaggio plant zurzeit ein neues Modell 946 auf den Markt zu bringen. Es soll an die erste Vespa von 1946 angelehnt sein. Stärkt ein solches Produkt die Marke Vespa oder wird es gar nicht beachtet?

Für Piaggio ist die Marke Vespa sehr wichtig. All die Plastikroller, welche sie sonst verkaufen, sind qualitativ hochwertig usw., aber das Label Vespa muss gepflegt werden, da Piaggio eigentlich Vespa ist.

Falls man einen Piaggio Roller hat, kennt den niemand. Redet man aber davon, dass Piaggio Vespa produziert, dann ist gleich klar, dass das die gleiche Firma ist, welche die coolen Roller produzieren.

Und darum ist Piaggio immer bedacht, mit sogenannten Perlen, das Vespa-Image von neuem aufzupeppen. Und da ist die 946 wieder ein perfekter Strategieschritt in Richtung vorwärts. Ein exklusiver Roller, welcher sich an dem Urmodell orientiert, welcher diese Formen annimmt, welcher preislich in einer sehr hohen Kategorie spielt, und wo man wieder sagen kann, dass es exklusiv ist, solch eine Vespa zu besitzen.



Alle Jahre wieder lanciert Piaggio einen tollen Vespa Roller, und das wird sehr wohl beachtet. Gerade diese Sondereditionen, bei welchen die Vespas nummeriert sind, werden sehr schnell verkauft. Piaggio pflegt auch: Vespa = Sammlerobjekt. Die ersten Sondereditionen sind meistens für den Sammlermarkt bestimmt.

7. Reissue PX

7.1 Wieso bringt Piaggio eine Neuauflage der PX?

Sind LX und GTS nicht mehr ausreichend erfolgreich?

LML wächst und wächst, sie bauen in Indien in einer Fabrik, die ehemals Piaggio gehörte. Hat Piaggio Angst vor LML?

Piaggio wollte aufhören die PX zu produzieren. Das Fahrzeug war nicht mehr zeitgemäß. Das Fahrzeug auf Vordermann zu bringen hätte wohl zu viel gekostet. Die Inder von LML bekamen dies mit und sagten: Das ist super, bei uns in Indien fahren ganze Familien auf diesen Vespas. Wir übernehmen das Konzept und bauen diese in Indien. Anfänglich rechnete LML nicht damit, auf den europäischen Markt zu gehen. Als Europa aber bemerkte, dass es die PX noch in Indien gibt, wurden die LML Leute mit Bestellungen überhäuft.

Als dann die Italiener merkten, dass indische Ingenieure die PX neu lancieren, begannen sie umzudenken. Sie haben der PX optische Veränderungen verpasst und haben den uralten Motor mit banalen Geschichten aufgepäppelt, so dass er die aktuellen Abgasnormen schafft. Mittlerweile ist die PX wieder ein fester Bestandteil der Marktpalette von Piaggio.

...also hat dies nichts mit der LX und GTS zu tun?

Nein, in der Schweiz haben wir Personen, welche zu einem Händler gehen und eine PX kaufen wollen. Diese Leute wollen eine gute alte Vespa, mit welcher man noch schalten kann. PX = wahres Vespafeeling

7.2 Viele Oldtimerfahrer finden, es sei nicht mehr das Gleiche, eine PX von heute und eine von 1980. Kann Piaggio trotzdem neue PX's verkaufen? An welche Zielgruppe richtet sich Piaggio mit der neuen PX.

Ich finde, dass dies an den Haaren herbeigezogen ist. Der Motor ist ja noch fast identisch mit dem der ersten PX von 1978. Ob jetzt der Sattel ein bisschen besser gepolstert ist oder ob das Blinkergehäuse aus chromiertem Plastik besteht ist nicht entscheidend.

Die PX verkauft sich in der Schweiz durch alle Schichten sehr gut. Es ist ein Einstiegsfahrzeug für die Jungen, welche zum Schwimmbad fahren, ein Frauenfahrzeug, ein Fahrzeug für den gesetzteren Herrn. Aber auch der Opa, welcher die Vespa von früher kennt, entscheidet sich für eine PX.



17. Literatur-/Quellenverzeichnis

Bücher

Giorgio Sarti: Vespa – Die offizielle Chronik, 1946 bis heute
2006, Königswinter

Valerio Boni: Vespa
2. Auflage, Stuttgart 2011

Helmut Meyer, Peter Schneebeil: Durch Geschichte zur Gegenwart 4
4. Auflage, Zürich 1999

Rudolf Schläpfer, Joseph Boesch: Weltgeschichte,
Von der Aufklärung bis zur Gegenwart 2

Internet

<http://www.ofrag.ch>

<http://www.vespa.ch/de/>

http://www.vespa.at/vespa_love/history

<http://www.piaggiogroup.com>

http://www.piaggiogroup.com/sites/all/files/piaggiogroup/doc/2012_Financial_Statements.pdf

<http://www.motosuisse.ch/>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Nachkriegszeit>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Marshallplan>

<http://www.oliver-bieri.ch/kalter-krieg/entstehung/marshall.htm>

<http://de.wikipedia.org/wiki/Erfolg>

<http://erfolg-und-sinn.de/was-ist-erfolg-.html>

<http://www.franks-vespa-garage.de/2013/01/vespa-946-zum-miserfolg-verdammt/>

<http://www.werbewolf.ch/News-Inhalte/sammel%20marken/vespa.html>

http://www.italien.ch/de/Lambretta_und_Vespa

<http://www.helmutfuchs.com/geschichte-der-vespa>



<http://bazonline.ch/auto/zweirad/Vespa-liegt-in-der-Schweiz-voll-im-Trend/story/16444908>

<http://www.sueddeutsche.de/auto/vespa-px-wie-in-alten-tagen-1.1110309>

<http://www.handelsblatt.com/auto/test-technik/60-jahre-vespa-vespa-la-dolce-vita-auf-zwei-raedern-seite-2/2649430-2.html>

<http://www.vespa946.ch>

Bilder/Grafiken

Titelbild: http://24.media.tumblr.com/tumblr_l5kynnMeLC1qbonsno1_500.jpg

Icon rechts oben: <http://gs160.de/images/vespa-zeichnung.gif>

Abb. 1: <http://one-4-all.com/images/vespa98.jpg>

Abb. 2:

<http://i731.photobucket.com/albums/ww318/echowahyu/Vespa%20or%20Scooter/pic2.jpg>

Abb. 3: http://www.motosuisse.ch/de/statistik_moto_2012.html, Zahlen übernommen, Grafik selbst erstellt

Abb. 4: http://www.schilderwelten.de/images/product_images/info_images/b865_-_vespa_kalender.jpg

Abb. 5: http://i.telegraph.co.uk/multimedia/archive/00795/Vespa-mods_795796c.jpg

Abb. 6: <http://www.germanscooterforum.de/topic/179573-skizze-mit-massen/>

Abb. 7: <http://parkaavenue.blogspot.ch/2013/02/what-is-ultimate-mod-scooter-vespa-vs.html>

Abb. 8: http://www.sip-scootershop.com/upload/images/modelle/00000515_002.jpg

Abb. 9: <http://www.motorrad-testbericht.at/magazin/vespa/946/vespa-946-1.jpg>

Selbständigkeitsklärung für schriftliche Arbeiten

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Facharbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe.

Datum:

Unterschrift: