

# STERNSTUNDE

[www.mb-sternstunde.com](http://www.mb-sternstunde.com)

05/2003

Das Magazin des MB-W126 Club e.V.



**Kaufberatung W126  
HV Eisenach 02**



**Besucht: DC Konzernarchiv  
Reingehört: Amanda Marshall**

# Gemeinschaft auf Gegenseitigkeit



Manfred W. Kneip  
2. Vorsitzender

## Liebe Leserin, lieber Leser,

Es sind sicher nicht nur die Attribute Zuverlässigkeit, Qualität und Innovation die wir mit dem Stern verbinden, nein es ist weitaus mehr:

Tradition wie Prof. Jürgen Hubbert es unlängst sagte oder wie ich es versuche zu beschreiben: Zuneigung - Vertrauen - Wohlfühlen. Haben nicht viele von uns Flügeltürer oder einen Adenauer im Verkehr erleben dürfen, selbst Pontons, Flossen, /8er oder 116er gefahren, um nicht zuletzt beim 126er hängen zu bleiben oder ihn neu zu entdecken.

Sich dann in eine Gemeinschaft zu begeben, deren Ziel die Erhaltung der W/V/C126 im originalen und zeitgenössischen Zustand ist, war für viele unserer neuen Clubmitglieder nur ein konsequenter Schritt. Wir als Club sind stolz, in den vergangenen zwölf Monaten unsere Mitgliederzahl auf heute über 200 verdoppelt zu haben.

Auf unseren hochkarätigen mehrtägigen Veranstaltungen im Emmental und in Eisenach fanden sich Mitglieder aus den verschiedenen europäischen Ländern zusammen, um in geselliger Runde ihrem Hobby nachzugehen. Verbunden war das letztjährige Jahrestreffen mit der Jahreshauptversammlung bei der der Vorstand mit einem mehr als eindeutigen Wahlergebnis bestätigt wurde.

So sieht das Konzept des Clubs für das Jahr 2003 vor, die Festigung struktureller Ausprägungen, Ausbau der Clubleistungen an den enormen Mitgliederzuwachs des Vereins anzupassen und für die Zukunft zu sichern sowie die Mitglieder motivation nach dem Prinzip einer Gemeinschaft auf Gegenseitigkeit zu fördern.

Dass sich dieses Konzept aus Tradition und Fortschritt bereits durchsetzt, sieht man in den neugegründeten Stammtischen in Hamburg, Berlin und Süd-Baden.

Sie halten nun das 5. Exemplar der Sternstunde in den Händen. Wie bei all den vorherigen Ausgaben ist es wieder ein gelungener Mix aus Wort und Bild.

Bedanken möchte ich mich bei all denjenigen, die mich auf der JHV zum 2. Vorsitzenden gewählt und damit ihr Vertrauen entgegengebracht haben und bei all denjenigen, die mit Rat und Tat dazu beigetragen haben, aus dem Club das zu machen was er heute ist:

Eine Familie der W126er Freunde.

Manfred Kneip  
2. Vorsitzender



**Dear reader,**

It's not only reliability, quality and innovation that we associate with the star, no, it is a lot more than that: It is the tradition, as Professor Jürgen Hubbert said lately. I'd like to complete it by adding: "affection - confidence - comfort".

A lot among us experienced the legendary gull wing-SL or an Adenauer, even drove a W180, W111, W114, W115 or W116 themselves to discover finally the W/V/C126er?

To become a member of a community with the goal to preserve the model 126 in its original condition was only

a consequential step for a lot of our new club members. The club is glad that the number of members doubled in the last 12 month to the figure of more than 200 today.

During our several days event in Emmental and Eisenach members from several European countries met to enjoy their hobby in a sociable get-together.

Last years annual meeting was combined with the annual general meeting at which the current managing committee was elected.

The concept for the club for the year 2003 is designed to ensure the forward looking of our club by structural means and to adapt the service of the club to the needs of a fast growing community. Our primary goal remains to encourage our principle of "mutual community".

The newly founded round of regulars in Hamburg, Berlin and Süd-Baden underline that this concept of tradition and progress gains acceptance. Right now you are holding the fifth issue of our Sternstunde in your hands. As in all prior issues we hope again to present you a good mixture of pictures and articles.

I'd like to thank all those that voted for me at the AGM and placed confidence in me and all those that contributed their share to develop the club by giving advice and support to become a family of W126 friends.

Manfred Kneip  
Vice President





# THEMEN 5/2003



## Eisenach 2002

### Jahrestreffen und Jahreshauptversammlung

fanden an einem der bedeutendsten Orte Deutscher Geschichte statt. Über Thüringen, die Wartburg und das größte Clubtreffen der Baureihe 126 berichtet Manfred Kneip  
*Seite 6*



## INHALT / CONTENTS



## Qual der Wahl Limousine oder Coupé? Serie 1 oder Serie 2?

Marc Westhofen informiert in der Kaufberatung über alles Wissenswerte, was es beim Kauf einer S-Klasse der Baureihe 126 zu beachten gilt. Auch in Englisch.  
*Seite 43*

## Quell des Wissens

### Der MB-W126 Club besuchte das DC Konzernarchiv

*Seite 22*



## Fülle des Wohllauts Gastautorin Aurelia Baker über die kanadische Sängerin Amanda Marshall

Alles über den Klanggenuß der S-Klasse und die Künstlerin erfahren Sie auf *Seite 84*

- 2 S-beauties
- 3 Editorial
- 5 Themen
- 6 HV in Eisenach
- 12 Generations on the Move
- 16 Sag' beim Abschied leise Servus
- 19 10 Jahre Mercedes-Benz  
Classic Center
- 22 Besuch im DaimlerChrysler  
Konzernarchiv
- 26 S-classic adverts
- 28 Service rund um die Technik
- 39 Restoring a 300SD Turbodiesel  
Part 2
- 41 Fragen an das Technikteam
- 42 S-classic adverts
- 43 Kaufberatung Baureihe 126
- 54 Sternstunden
- 56 Buying advice series 126
- 63 560SEL online bei eBay gekauft
- 67 Stern ist Trumpf: Der wohl-  
überlegte Kauf eines 560 SEL
- 70 126 on the rocks
- 77 Rund um den W126 -  
Ville-Express-Treff
- 78 Museumstour 2003
- 81 Monteverdi
- 82 Automobile Leidenschaft
- 84 Amanda Marshall -  
Klanggenuß der S-Klasse
- 90 Australia meets Munich
- 91 Willkommen im Club
- 92 Danke!
- 93 Anschriften, Impressum &  
Redaktion
- 94 Stammtische
- 95 JHV 2003 in Niebüll
- 96 Aufnahmeantrag
- 97 Community!



## Sag beim Abschied leise Servus...

Es war der 27. August 1991, ein schwülwarmer Sommertag, hektisches Treiben auf den Straßen, heulende Polizeisirenen, hupende Autos. Nichts, aber auch gar nichts unterschied diesen Tag von all den anderen Tagen im Sommer des Jahres 1991.

Halt! Irgendetwas war doch ein bißchen anders. Beim Mercedes Kundencenter in Stuttgart Sindelfingen fahren eine ganze Reihe Mercedes-Oldtimer vor. Adrett gekleidete Menschen huschen um die Autos und versuchen die aufgefahrene Mercedesgemeinde trotz Verkehrshektik einzuweisen.

Passanten bleiben stehen, und plötzlich tauchen um 10:30 Uhr im Blitzlichtgewitter der geladenen Presse die Gastgeber dieses Tages auf: Vorstandsvorsitzender Werner Niefer, Niederlassungsleiter Graf Walderdorf und Museumsleiter Max - Gerrit von

Pein. Auch der völlig unbeteiligte Beobachter dieser Szenerie musste nun vermuten, dass hier etwas Besonderes passiert.

Der 27. August 1991 geht in die Mercedes Geschichte als der Tag ein, an dem eine Autoära zu Ende geht. Nach 12 Jahren Bauzeit mit 818.063 Limousinen und 74.060 Coupés fand mit dem 27. August 1991 der von Graf Walderdorf, würdig organisierte Ehrentag zur Verabschiedung der Baureihe W126 statt.

Doch zurück zum Geschehen, dem Produktionende der Baureihe 126.

Ein anthrazitfarben lackierter 560 SEL mit der Fahrgestellnummer 605 721 lief als letzte 126er Limousine bereits im April 1991 vom Band.

Direkt daneben, der nun wirklich letzt gebaute Vertreter dieser überaus er-

folgreich produzierten Baureihe, ein blauschwarzes 560 SEC-Coupe mit cremefarbener Lederausstattung. Dieses Fahrzeug wurde am 27. August 1991 direkt vom Produktionsband zum Festakt gebracht.

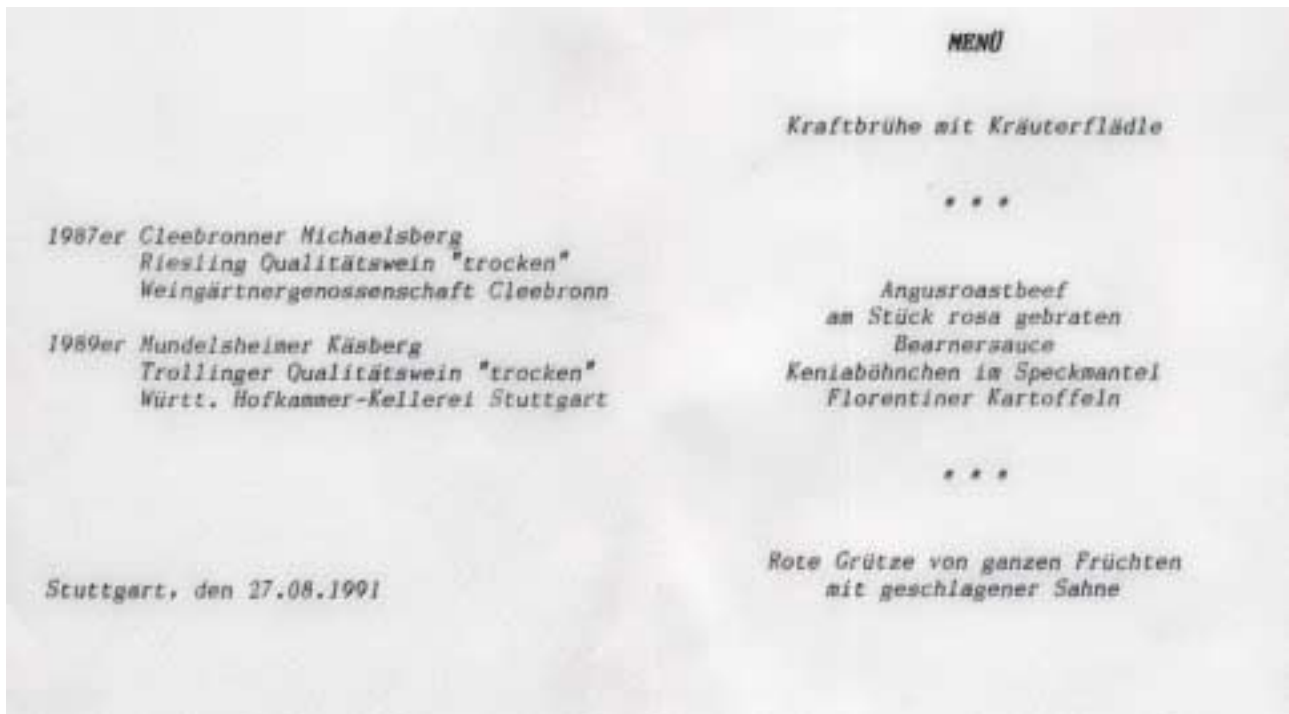
Nach vielen würdigen Reden der Gastgeber ging es zu den bereitgestellten Mercedes Oldtimern, die allesamt Vorgänger der „S-Klasse“ waren.

In einem wunderschönen Autocorso ging die Abschlussreise dieser Baureihe in das Waldhotel „Schatten“, das an der ehemaligen Solitude-Rennstrecke gelegen ist.

Bei einem vorzüglichen Mahl hatte man die Gelegenheit, mit den „Machern“ der Baureihe 126 fach-zusimpeln.

Am Abend waren sich alle Beteiligten darüber einig, dass dies ein gelungener





#### Speisekarte zum Abschied der Baureihe W 126:

Abschied von dieser großartigen Baureihe war.

Als Museumsleiter Max-Gerrit von Pein bei der Verabschiedung die beiden letzten Exemplare in Empfang nahm, kam wieder dieses Gänsehautgefühl und man fragte sich, wie sich wohl die Nachfolgebaureihe bewähren wird.

Im Sonnenuntergang blinzelten die Scheinwerfer der beiden „Letzten“ und sagten leise: Servus.

#### Nachtrag:

Auf Sonderwunsch wurden 1992 noch 32 Exemplare des 560 SEL, sowie etliche Sonderschutzfahrzeuge, parallel zur Baureihe W140, produziert.

Auszüge aus dem offiziellen Presstext von der Verabschiedung der Bau-

reihe W126, am 27. August 1991. Vorgestellt im September 1979 anlässlich der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt, führte der W126 die Tradition der 1972 offiziell so benannten S-Klasse fort: Die Automobile dieser Klasse repräsentieren bei den Limousinen die höchste Ebene des Fahrzeugbaus bei Mercedes-Benz.

Höchste Qualität, der Verzicht auf vordergründig modische Elemente, ausgereifte Technik in Verbindung mit umweltbewusster Sparsamkeit, dazu ausgesucht gediegene Ausstattung und hohe Fertigungsqualität sind die Begriffe, die mit der S-Klasse in enger Verbindung stehen.

Als die nun auslaufende S-Klasse der Baureihe W126 im Jahr 1979 in Frankfurt im Scheinwerferlicht funkelte, lag die erste Ölkrise erst sechs Jahre zurück. Wirtschaftlichkeit, niedriger

Treibstoffverbrauch und verbesserte Aerodynamik sind Kriterien die der W126 mit Bravour schaffte.

Die beeindruckenden Produktionszahlen machen die Autos der Baureihe W126 von Mercedes-Benz zu den meistproduzierten Fahrzeugen der Oberklasse aller Zeiten.

Die wegen ihres kultivierten und ruhigen Laufs bekannten Motoren bildeten Grundlage auch für sportliche Erfolge: Der Fünfliter-Achtzylinder aus dem 500 SE/SEL sollte einige Jahre später die Basis für den Biturbo bilden, mit dem der Sauber Mercedes C-9 im Jahr 1989 und der C-11 ein Jahr später die Sportwagen-Weltmeisterschaft gewann.

Horst Krämer □





## >> Technikteam

### Sie fragen, wir antworten.

Sie haben eine technische Frage zu Ihrem W/V/C126?

Sie benötigen Tipps und Informationen zu Pflege, Wartung oder Reparaturen?

**Unser Technikteam hilft!\***

Anfragen online unter

▶▶<http://www.mb-w126-club.net>

im Mitgliederbereich unter der Rubrik Technik oder per Postkarte / Brief:

**MB-W126 Club e.V.**  
**Postfach 32**  
**72403 Bisingen**

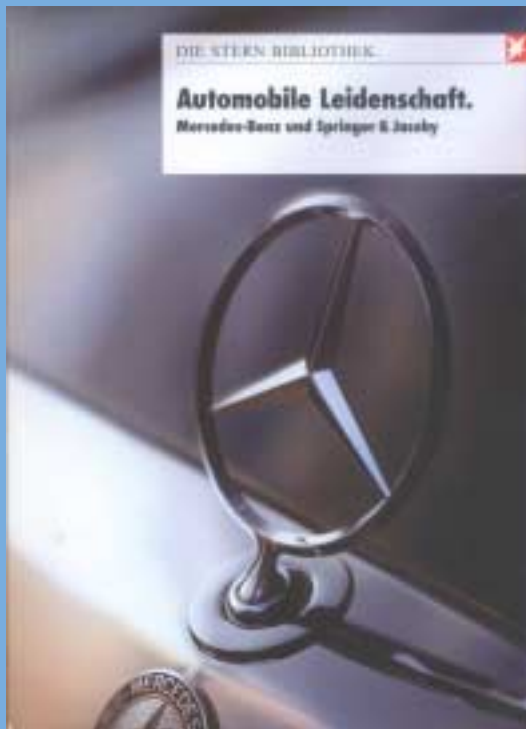
*Kennwort: "Technikfrage"*

Wir weisen Sie darauf hin, dass alle Informationen und Beratungen ohne Gewähr sind. Unser Technikteam des

oder der MB-W126 Club e.V. selbst übernehmen keine Haftung für Schäden durch unsachgemäß durchgeführte Reparaturen und / oder daraus resultierende Folgeschäden. Alle praktischen Arbeiten am Fahrzeug erfolgen auf eigene Gefahr.

\* Der Technikerservice besteht nur für Mitglieder des MB-W126 Club e.V. (bitte Mitgliedsnummer angeben)





## Buchbesprechung:

# ***The Story Of Passion***

## Automobile Leidenschaft

Die Agentur Springer & Jacoby bewarb sich 1989 mit einigen anderen Agenturen um den klassischen Werbeetat des Hauses Mercedes-Benz. Mercedes-Benz war damals durchaus in einer nicht ganz leichten Situation: das Image der Marke war am Sinken, die Markentreue der Mercedes-Fahrer hatte sich verschlechtert, das Markenimage hatte Staub angesetzt.

Gegen die anderen Agenturen, die angetreten waren, positionierte sich Springer & Jacoby mit der Kernbotschaft: „Mercedes muß nicht besser verkaufen. Mercedes muß sich besser verkaufen.“. Die Botschaft war, daß Mercedes keine neue Produktkampagne benötigte, sondern eine Markenkampagne.

Die Produkte spielen dabei zwar eine bedeutende Rolle, aber im Vordergrund steht eindeutig die Marke. Deshalb plädierte die Agentur nicht für eine oberflächliche Lifestyle-Kampagne, sondern wollte die Kompetenz der Marke bewerben, als deren Kern sie erkannte Glaubwürdigkeit, Durchdachtheit, Emotion und Leadership.

Springer & Jacoby wählten eine offene Sprache bei der Vorstellung ihrer werblichen Ideen, es war erkennbar,

daß sie sich mit der Geschichte und den Ideen von Mercedes-Benz identifiziert hatten. Trotzdem sprachen sie offen aus, wo die Probleme lagen.

Vielleicht war dies genau der Punkt, weshalb Springer & Jacoby schließlich den Etat bekam und im wesentlichen bis heute noch hat: Denn daß es so wie bisher nicht weitergehen konnte, das hatten damals auch die Verantwortlichen für die Mercedes-Kommunikation schon seit einiger Zeit erkannt.

Die ersten Arbeiten waren die Anzeigenserien „Unser meist gebrauchtes Ersatzteil“ mit der Abbildung des Mercedes-Sterns oder die Anzeige „Was ist bloß aus den 68er geworden“ mit der Abbildung von einigen Schrottpaketen, inmitten derer ein Mercedes-Coupé Baujahr 68 steht.

Dann die Werbespots, z.B. der mit dem Titel „Geschäftsreise“, der einen deutschen Geschäftsmann zeigt, der sich im heißen Tunesien mit der Witte- rung und der einheimischen Bevölkerung herumschlagen muß, bis ein Mietwagen endlich kommt. Erlöst sinkt er hinter das Steuer des Mercedes und der Zuschauer hört die Worte „Willkommen zu Hause“. Oder

der Spot, der den Mercedes-Fahrer zeigt, der zu seiner Garage geht, in dem ein Mercedes steht, aber nicht mit dem Mercedes heraus fährt, wie alle erwartet hätten, sondern mit seinem Fahrrad.

Stilvoll auch die Anzeige „Das beliebteste Auto der Oberklasse wird bald nicht mehr gebaut. Schade eigentlich.“ Das war die adäquate Verabschiedung der Baureihe 126.

Wenn man das Buch liest, sieht man wieder Anzeigen, die uns als Leser positiv in Erinnerung geblieben sind, z.B. die Anzeige über die „anderen Hersteller von integrierten Kindersitzen“ mit der Abbildung einer Känguruhmutter, in deren Bauchtasche ein junges Känguruh sitzt.

Oder ein Filmklassiker „Ohrfeige“ - die attraktive Frau wartet abends sehr lange auf ihren Mann, der dann spät und schuldbewußt nach Hause kommt und als Entschuldigung eine Auto- panne angibt. Sie sieht ihn nur an: „Eine Panne? Mit Deinem Mercedes?“ und dann knallt die berühmte Ohrfeige!

Oder der Film, in dem Mika Häkkinen eine attraktive Anhalterin mitnimmt







und ihr erklärt, sie würde mit einem Diesel fahren, was sie nicht glauben mag wegen der sportlichen Fahrweise. Ihre Antwort ist:

„Ja sicher, und Sie sind Formel-1-Rennfahrer!“

Auch die Bewältigung des Elch-Tests, die Anzeigen mit Boris Becker, Jurassic Park oder die Einbindung von Persönlichkeiten wie David Bowie zeigten eine neue Handschrift.

Das entscheidende bei allem war, die Emotion der Marke Mercedes zu zeigen, die Begeisterung, die die Fahrzeuge und insbesondere die Marke ausstrahlt.

Die Begeisterung auch, die alle diejenigen, die mit Konstruktion, Bau und Vertrieb eines Mercedes-Benz Wagens zu tun haben, verbindet.

Auf den kurzen Nenner gebracht: **The Story of Passion.**

Das Buch „Automobile Leidenschaft“ kann in jeder Buchhandlung zum Preis von € 28,- bestellt werden, die Bestellnummer lautet:

ISBN 3-570-19385-3.

Ralf Weber □







## Amanda Marshall

geboren 1972, startete ihre musikalische Laufbahn im Alter von 3 Jahren. Sie besuchte das „Toronto Royal Conservatory of Music“.

Die von Thomas Mann beschriebene „Fülle des Wohllauts“ könnte ihre vielfältige Stimmkunst vermutlich am besten beschreiben.

## Aurelia Baker

geboren 1982, lebt in Toronto, Kanada. Vielseitigkeit ist ihre Stärke: Neben Musik ist sie ausgewiesene Expertin für Spielfilme. Ihre Homepage über Amanda Marshall überzeugt durch fachliche Kompetenz, Aktualität und ansprechendes Design.

Für die *Sternstunde* konnten wir sie als Gastautorin gewinnen.

## Kunst & Kultur: Amanda Marshall Klanggenuß der S-Klasse



Amanda Marshall... who?

If you haven't heard of her, I wouldn't be surprised! Not enough people know who she is.

Amanda Marshall has released 3 tremendous albums so far, '**Amanda Marshall**' in 1996, '**Tuesday's Child**' in 1999, and her latest, '**Everybody's Got a Story**' in 2001. And each time they just got even better, if that's possible. She also co-wrote all the songs on her latest cd, which is a step up from her other ones. She's done a couple songs before, but on this cd she got to show everyone just how gifted she really is, as a singer and as a songwriter as well. The album is more personal for her, it's about her life, society, and how everyone has a story, one that often lies beneath the surface.

She's also sort of in a league of her own. Her music is different from most of the things that are out there right now, and it's hard to put her in a category or fit her in anywhere. First of all, she has one of the most fantastic voices, its mind blowing what she can do, she doesn't even need music in the background to make a song sound good (check out '**Inside the Tornado**' on her newest album).

Also, she's not all about image like some other artists, it's the lyrics and music that really matter. I think a lot of artists have been promoted for the wrong reasons, which is mostly about their image. But some of those big names don't even have the best voices or songs, their labels just did a good job of getting them out there and having their songs heard. So if only it was like that for Amanda.. if her songs were played a lot more and if more people knew just how great she really



>> Seite 87

is, then I'm sure things would be a lot different for her, and its really too bad that it has to be like this.

I've been a fan of Amanda's for a long time now, and I think she's so great! She has an AMAZING, powerful voice that just makes you stop everything you're doing and want to listen to her. I've been to many of her concerts and she was outstanding. There aren't really any words to describe them, you just have to see for yourself. It will probably be one of the BEST times of your life.. they were for me. But she didn't even go on tour in the US last year, she hardly left Canada. And that's great for us here, but what about everyone else? They have to suffer because of that. And if she's never going to break through into the market over there and anywhere else outside of Canada, then there will be a lot of people that wont get a chance to ever see her live, and that's really not fair to them. The people from outside Canada have to go through a lot of trouble just to get the things that she releases, cd's, DVD, etc.. Most of those aren't sold there or else they take a really long time to come out, and the radio stations hardly play any of her songs either. Some people in the US & Europe say that they hardly hear anything from her, and no one really plays her music. That just comes down to the lack of promotion. In my opinion, Sony Music Canada is to blame for that.

She doesn't get promoted HALF as much as she should, and I think that's really a shame. If they took a different angle and tried to promote her a lot more then she could be huge!! Most of the people that hear her, love her, and that's exactly why she needs to get her stuff out there more. Everytime she



A large, close-up portrait of Amanda Marshall with long, wavy, reddish-brown hair, looking down thoughtfully. The background is dark. Below the portrait, a smaller, high-angle photograph shows her performing on a stage in a large, ornate theatre. She is illuminated by a bright spotlight, and a large audience is visible in the foreground. The overall mood is intimate and dramatic.

**AMANDA MARSHALL**  
**EVERYBODY'S GOT A STORY**

live at the corona theatre





releases something, the word hardly ever gets out about it, and that's probably why she hasn't made any videos for her last 2 singles. She has a new single out now called **"The Voice Inside"**.. we had to hear about it on radio stations instead of her site (which is pathetic), and they still haven't told us anything about it yet. I'm sure there won't even be a video for this either, because it's not getting that much airplay. And this is what gets me upset, there are artists out there that don't even have the best songs, but they still have videos for them, and their songs are played ALL the time, but Amanda, who has amazing songs, can't even get new videos. I'm just guessing it's because Sony doesn't spend enough money on her, they're busy with their other artists. And I don't think that's right.. why should she get left out? Is she really that bad that no one wants to promote her??

Those of you that go to her website have probably noticed that there's not a lot going on, and it's not because she's not doing much right now, that's how the site usually is. Once in a while they'll put up some news, but eventually they take it down. And all it says is something like 'for the latest news, check out the message board.' Like we're supposed to know what's going on with her?? That's Sony's job to tell us these things. We usually have to go searching around ourselves, which can be fun because you don't know what you'll find, but its also frustrating. We shouldn't have to be going through all this trouble just to find out something.... ANYTHING about what she's doing. Her site seems to die whenever she's not around.. not that many people stop by anymore, and there aren't any

updates either. There have also been some people that have stopped being fans mostly because of all this, and that's really sad. If this keeps happening, then I'm afraid that she'll probably lose more, and that would be a real shame. If you've ever tried emailing Sony with suggestions, questions or submitting a site, it doesn't work too well. And what does that say about them? They don't care? They don't have enough time for us? Is that really how it should be? They should be listening to what the fans have to say, because we're the ones that buy the cd's, go to the concerts, support the artists. And when we cant even get answers or replies to our emails, then that upsets me. Yes, I'm sure they are very busy, but it only takes a few seconds to send an email. They don't have to say a lot, even if it's just that they don't have any info right now, which would be better than not getting anything at all.

There are many other Canadian artists that are very popular, like Avril Lavigne, Celine Dion, Shania Twain, Our Lady Peace, Nelly Furtado, Sum 41, Alanis Morrisette, Nickleback. I'm sure you've probably heard of most of them by now. And the reason? Their labels and management are promoting them very well. Celine and Our Lady Peace are even on the same label as Amanda, but they still get more attention than she does. And that doesn't seem fair, does it? How can you promote and pay attention to one artist and not enough to another? It just doesn't seem right to me. Amanda has only been on two shows in the US, David Letterman and Rosie O' Donnell, and those were years ago. A lot of those other artists have been on tons of talk shows and on MTV at least once. But why

shouldn't Amanda get these chances too? In my opinion, she's probably better than all of them, and if there was more buzz about her, then maybe she would be where they are too. All her fans know that she can make it, just listen to her music, and you'll see for yourself. She is truly one of the greatest, most remarkable singers out there. She has incredible talent, and that's something that you can't ignore.

Amanda Marshall had many hits since her first album was released, including **Let It Rain, Dark Horse, Trust Me (This Is Love), Love Lift Me, Beautiful Goodbye, If I didn't have you, Fall from Grace**, etc, and the track that sent her first album onto both Canadian and U.S. charts, **Birmingham**. There have been people that didn't seem to like her newest cd as much as the others because they thought there was too much background stuff going on, and it just took away from her voice. But no matter how many studio tricks were used, the highlight is still her powerful voice, which rises above any of the extras that were

## Discographie

Amanda Marshall (1996)

Tuesday's Child (1999)

Everybody's Got a Story (2001)





added to the songs. She also hasn't had as many successful singles on this album either. All us fans love her songs of course, but if not enough people hear and request them, then obviously they can't be big hits. And again, it goes back to the promotion.

If Sony would push radio stations to play her songs, then it would make a big difference. And it would be even better if they would push for her songs to be played outside of Canada, because that's the market she needs to try and break into. And same with TV, her videos are not played half as much as they should be.

Even when her singles were out, the videos weren't always played. And look at all the other videos on TV that have been played to death! Even if we request them, it still doesn't do that much, because they need more people wanting to see the videos and hear the songs, and if only a couple people request them, then they usually don't even bother to play it.

And we don't even see that many interviews with her either. When she releases something new, there should be a lot more talk and buzz about it, so people know that it's there and they can go check it out. Her label should be the ones that are trying to get her material played everywhere, and so far they haven't been doing a great job of that. I always request her songs on many stations, and I try and tell as many people as I can about her.

But it all doesn't seem like enough, I would really love to do a lot more for her. But it's hard to get people interested in someone who's not as popular, because there's not that

much about her, and we always have to wait a long time to find out more.

I also have my own site about her: <http://dizzy.at/amanda> and I try and keep it up to date as much as I can. I have more on there than her official site does. And some of the things I have Sony never even put on her site or told us about, those are the things I needed to go out and find myself. Amanda is amazing, and I really believe that she deserves to have the best. So that's why I am trying to update my site when I find anything new, and I don't want it to be like half her other sites that haven't been updated for a long time. People should know what's going on with her, and if her site isn't going to post anything, then I will. So hopefully my site has helped some people out with getting up to date news and pictures of her.

So if you love and appreciate exceptional music, then Amanda is the one for you. Just give her songs a try and I'm almost positive that you'll love them, just like everyone else has that heard her albums. Hopefully more will happen with her in the future, because it would be a shame for all her talent to go to waste. I'm sure eventually, she'll probably just fade away if the right people aren't going to be in charge of her career, and help her get the attention and chances she truly deserves.

Aurelia Baker ☐

✉ [deppjolieperabo@yahoo.ca](mailto:deppjolieperabo@yahoo.ca)  
 ►► <http://dizzy.at/amanda>

**Your feedback is very welcome!**  
**Please e-mail me or sign my guestbook.**

 Amanda Marshall,... wer?

*(Vorbemerkung: BITTE lesen Sie - falls irgend möglich - den englischen Originaltext. Aurelia Baker schreibt über Amanda Marshall mit der selben Leidenschaft, die wir so gerne als „story of passion“ bezeichnen. )*

Es würde mich nicht überraschen, wenn Sie noch nie von ihr gehört haben. Noch kennen Sie nur wenige.

Amanda Marshall hat bisher 3 hervorragende Alben veröffentlicht, „Amanda Marshall“ 1996, „Tuesday's Child“ 1999 und ihr neuestes Album „Everybody's Got a Story“ erschien 2001. Jede ihrer Veröffentlichungen wurde nochmals etwas besser, sofern dies überhaupt möglich ist. Sie war auch an der Ausarbeitung aller Liedertexte ihrer letzten CD beteiligt, was einen Fortschritt in bezug auf die vorangegangenen Alben darstellt. Sie hat bereits früher einige Lieder selbst komponiert, aber auf dieser CD stellt sie unter Beweis, wie talentiert sie wirklich ist, sowohl als Sängerin als auch als Komponistin. Dieses Album trägt maßgeblich ihre persönliche Handschrift, es erzählt von Ihrem Leben und dass jeder Mensch eine Geschichte hat, die oftmals unter der Oberflächlichkeit unserer Gesellschaft liegt.

Sie spielt in einer eigenen Klasse. Ihre Musik unterscheidet sich stark von allen anderen Veröffentlichungen in unseren Tagen und es fällt schwer, sie in ein bestimmtes Raster einzuordnen. Vor allem überzeugt sie durch ihre phantastische Stimme, es ist unglaublich was sie mit ihrer Stimme erreichen kann, sie benötigt noch nicht einmal „Backgroundmusik“, da-





mit sich ihre Lieder gut anhören (hören Sie sich nur das Lied „**Inside the Tornado**“ auf ihrem neuesten Album an).

Auch wenn sie nicht das gleiche Image wie andere Künstler besitzt, überzeugen ihre Texte und ihre Musik. Meiner Ansicht nach wurden viele Künstler leider nur wegen ihres Images gefördert. Aber einige dieser Größen im Showgeschäft haben eine gar nicht so ausgezeichnete Stimme oder verfügen über nur wenig ansprechende Lieder; werden jedoch von den Agenturen entsprechend vermarktet. Würde das nur auch für Amanda Marshall zutreffen! Wenn ihre Lieder häufiger im Radio gespielt würden und somit mehr Menschen ihr Talent erkennen würden, wäre eine glanzvolle Karriere die logische Konsequenz.

Ich selbst bin seit vielen Jahren ein Fan von Amanda und in meinen Augen ist sie die beste Künstlerin unserer Zeit. Sie hat eine wunderbare, kraftvolle Stimme, die Sie alles vergessen lässt, was Sie gerade tun, nur um ihr weiter zuzuhören. Viele ihrer Konzerte habe ich selbst besucht und sie war hervorragend. Man kann es einfach nicht mit Worten beschreiben, Sie müssen es selbst erlebt haben. Sie werden einen ihrer schönsten musikalischen Momente erleben, ich spreche aus eigener Erfahrung. Aber leider gab es 2002 keine Tournee durch die USA und sie trat fast ausschließlich in Kanada auf. Das ist großartig für alle ihre Musikliebhaber in Kanada, aber was ist mit dem Rest der Welt? Sie müssen auf Lifeauftritte verzichten und Amanda Marshall wird so den internationalen Durchbruch nicht schaffen. Sogar der Erwerb ihrer CDs und DVDs ist für ihre Fans außerhalb Kanadas nicht unproblematisch. Viele ih-

rer Werke werden außerhalb Kanadas gar nicht verkauft oder ihre Veröffentlichung zieht sich extrem lange hinaus, in den Radiostationen wird sie nur unzureichend zur Kenntnis genommen. Viele Menschen in den USA und Europa ist Amanda Marshall also gar kein Begriff. Diese alles beruht meiner Meinung nach auf wenig professioneller PR-Betreuung durch ihre Agentur Sony Music, Kanada.

Leider wird sie nicht halb so gut gefördert, wie sie es verdient hätte und das ist mehr als bedauerlich. Sie könnte wirklich ein großer Star werden, wenn die Agenturarbeit professioneller gestaltet werden würde. Die meisten Menschen, die sie hören sind von ihrer Musik derart beeindruckt, dass sie zu passionierten Fans von Amanda Marshall werden. Es muss also das Hauptziel der PR-Arbeit für Amanda Marshall sein, ihre Werke einer größeren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Von keiner ihrer Neuveröffentlichungen wird in den Medien größer berichtet und das dürfte vermutlich auch der Grund sein, warum sie keine Videoclips für ihre letzten beiden Singles gedreht hat. Von ihrer neuen Single „The Voice Inside“ haben wir ausschließlich von einigen wenigen Radiostationen erfahren und leider nicht von ihrer Homepage, die nur mäßig ansprechend von der Agentur gestaltet wurde. Leider wird es wohl auch diesmal wieder kein Video geben und die on-air Sendungen im Radio halten sich stark in Grenzen. Überaus unerfreulich dabei ist, dass andere Künstler mit Neuveröffentlichungen von weit geringerer Qualität stets in den Medien präsent sind, während man für die hervorragenden Werke von Amanda Marshall sich noch nicht einmal zur Produktion eines Videos durchringen kann. Vermutlich stellt

Sony ihr nicht den notwendigen Etat zur Verfügung, der anderen Künstlern bedenkenlos gewährt wird. Meiner Ansicht nach ist dies jedoch die falsche Weichenstellung. Warum wird sie stets zurückgestellt? Sind ihre Lieder denn etwa so schlecht, dass sie niemand hören will?

Diejenigen von Ihnen, die ihre Homepage besucht haben, werden festgestellt haben, dass dort nicht viel neues zu entdecken ist. Dies ist nicht etwa der Fall, weil es nicht zu berichten gäbe, sondern weil die Homepage nur unzureichend aktualisiert wird. Selten genug wird eine Neuigkeit dort eingetragen, die ebenso schnell wieder von der Seite gelöscht wird. Für Aktuelles werden ihre Fans auf das „Message-Board“ vertriebt. Erwartet man von uns, ihren Fans, dass wir herausfinden, welche Neuerscheinungen von Amanda Marshall neu publiziert werden? Nein, dies ist eindeutig die Aufgabe ihrer Agentur (Sony), uns hierüber zu informieren. Man erwartet von uns, dass wir uns selbst alle Informationen zusammensuchen, die wir benötigen. Das kann zwar für Momente sehr interessant sein, in den allermeisten Fällen ist es jedoch schlicht nur ärgerlich. Die mangelhafte Pflege ihrer offiziellen Homepage führt leider auch dazu, dass immer mehr Fans sich nur noch gelegentlich sich ihrer Musik widmen. Diese Situation ist Sony bekannt und es sind sehr kreative Ideen aus dem Kreis der Mäzene an ihre Agentur übermittelt worden. Eine Reaktion auf diese Verbesserungsvorschläge blieb jedoch bis heute aus.





Wie ist eine solche „Antwort“ jedoch zu bewerten? Ist es ohne Bedeutung, wenn ohne Zweifel notwendige Konzepte unbeantwortet bleiben? Scheut man vor dem Einsatz von Kapital und Zeit zurück? Ist das die Art, hervorragend talentierte Künstler zu managen? Es sollte für eine renommierte Agentur eigentlich beschämend sein, wenn die zum Erfolg führende Arbeit von ehrenamtlich engagierenden Musikfans übernommen werden muss.

Es gibt viele andere berühmte Künstler aus Kanada, wie z.B. Avril Lavigne, Celine Dion, Shania Twain, ... Von einigen haben Sie bestimmt schon gehört. Worin liegen die Gründe für deren Erfolg? Nun, meiner Ansicht nach werden diese Künstler wesentlich besser gefördert. Celine Dion und weitere werden sogar von derselben Agentur betreut, nur schenkt man diesen Künstlern erheblich mehr Aufmerksamkeit. Hier fehlt es doch erheblich an der Gleichbehandlung talentierter Künstler. Amanda Marshall hatte bisher leider auch nur zwei Fernsehauftritte in den USA bei David Letterman und Rosie O' Donnell und auch diese liegen Jahre zurück, ganz im Gegenteil zu anderen Künstlern, die fast täglich auf MTV und in Talkshows zu sehen sind. Es stellt sich für mich jedoch die Frage, warum gerade Amanda Marshall diese Chance verwehrt wird. Wenn sie mich fragen, dann würde ich sagen, dass ihre musikalischen Werke im Hinblick auf die Vielfältigkeit ihrer Stimme und Qualität die meisten der täglich im Radio zu hörenden Lieder übertrumpfen. Hören Sie sich nur einige ihrer Lieder an und sie werden verstehen, was ich meine.

Amanda Marshall hatte viele Hits, seit ihr erstes Album veröffentlicht wurde. **Let It Rain, Dark Horse, Trust Me**

**(This Is Love), Love Lift Me, Beautiful Goodbye, If I didn't have you, Fall from Grace** und das Lied aus ihrem ersten Album **Birmingham** eroberte die kanadischen und U.S. Hitparaden. Manche ihrer Fans sagen jedoch, dass bei der neuesten CD zu viel Musik im Hintergrund von ihrer wunderbaren Stimme ablenkt. Aber ganz egal wie viele technischen Tricks benutzt wurden, der wahre Genuss liegt in ihrer wundervollen Stimme. Keine synthetische Musik wird dieses Niveau je erreichen.. Leider sind jedoch von ihrem letzten Album keine erfolversprechenden Singles veröffentlicht worden, was wiederum auf ein suboptimales Management zurückzuführen ist.

Wenn Sony mit einer aggressiveren Vermarktung an die Radiostationen herantreten würde, bleibe der Erfolg ganz sicher nicht aus. Sollte darüber hinaus auch die weltweite Vermarktung in erfolgreicher gestaltet werden, würde ihrem großen Durchbruch nichts mehr im Wege stehen, das selbe gilt für TV- und Videoproduktionen.

Leider gibt es bisher auch nicht sehr viele Interviews mit Amanda Marshall. Es wäre so hilfreich, wenn über ihre Neuveröffentlichungen in größerem Umfang berichtet werden würde. Dies wäre eigentlich die Kernaufgabe ihrer Musikagentur, aber leider ist das bisher nur völlig unzureichend geschehen. Ich persönlich wünsche mir ihre Lieder so oft im Radio wie es nur geht und ich erzähle so vielen Menschen wie mir nur möglich ist über Amanda Marshall.

Aber dies erscheint alles nicht genug, ich würde Amanda Marshall sehr gerne noch wesentlich stärker unterstützen. Aber es ist schwer die Men-

schen von jemandem zu überzeugen der nicht so berühmt ist und von dem man nicht täglich neues erfährt.

Daher habe ich meine eigene Internetseite über Amanda Marshall erstellt: <http://dizzy.at/amanda> und ich versuche stets die Seite so aktuell wie möglich zu halten. Meine Seite verfügt zwischenzeitlich über wesentlich mehr Informationen als Sony auf der offiziellen Seite veröffentlicht. Amanda Marshall ist wirklich bewundernswert und ich glaube sie verdient die bestmögliche Internetpräferenz. Ich versuche meine Seite regelmäßig zu aktualisieren und sobald ich neue Informationen habe werde ich diese umgehend auf meiner Internetseite veröffentlichen. Es ist mir unverständlich, warum so viele Internetseiten erstellt aber nie mehr aktualisiert werden. Die Menschen sollten wissen, wenn es etwas neues von Amanda Marshall zu berichten gibt und wenn es auf ihrer offiziellen Seite nicht veröffentlicht wird, dann werde ich es tun.

Wenn Sie also ein Freund der reinen Musik sind, ist Amamda sicher ein Kunstgenuss für Sie. Geben Sie Ihr eine Chance und ich bin sicher, Sie werden Ihre Musik lieben. Es wäre zu schade, wenn einer so talentierten Sängerin nicht eine größere Aufmerksamkeit in der Szene der Musikliebhabenden zu Teil wird.

Aurelia Baker □

ins Deutsche übersetzt: Stefan Wagner





## Australia meets Munich

Our member John Bachmayer was born in Adelaide, South Australia. He has only been to Germany/Bavaria once in Feb 1999 for four days. He has three uncles who live in a small village Lichtenweg, which is located 45km outside of Munich.

John does speak a little 'Bayerisch-Deutsch' since 1972. When he was sixteen years old, he went to the Wasserburg 'Real Schule fuer Knaben' and spent one year in Bavaria.

John wrote me an e-mail saying that he was planning a 12-day visit to Germany starting 2002-12-30 with his wife Denise and his two teenage children Lisa (17) and Adam (16) - he planned to visit the MB Museum and (hopefully) also the factory in Stuttgart in Jan 2003.

John owns a 7/1988 built 300SE in metallic Nautical Blue with 149,000KM and he loves it very much.

After we arranged to meet here in Munich, we were even more eager to see each other personally. On Wednesday 2003-01-08 at 8:30pm, John called and told me that he

is sitting in the 'Hofbraeuhaus' here in Munich and will arrive at our home in one hour.

It was a real pleasure to finally meet John and his family as they arrived at our home. We were very honoured to have John, our representative from Australia, visiting us. After all the Bavarian beer that we had, a good cup of tea with milk was what pleased John and his family the most. Of course we also talked a lot about Mercedes-Benz, the W126 series and our club.

John was very impressed by the pictures of our Annual Club Meeting 2003 in Eisenach/Germany. He had never seen so many cars of the W126 series in his lifetime. Our Club-magazine 'Sternstunde' was new to him too so I had to tell him who the people in the pictures are and who owns which car.

The best part for John was going to my garage and taking a seat in my 420 SE. Even his son Adam was really interested in learning more about the car. John and Adam were most impressed by the many switches that they had never seen. On the next day

(Friday), John was going to visit the Mercedes-Benz museum in Stuttgart. Thanks to the numerous visits of the Mercedes-Benz museum, I was able to give John a detailed brochure of the museum and a description of how to get to the museum.

After going to Stuttgart, John and his family stayed in Salzburg for four nights and in Budapest for five nights with one day in Pecs. They then returned to Frankfurt to fly to Penang, Malaysia, where they stayed for another four nights. The whole trip was all very enjoyable but it was a little tiring as well. They needed to rest in Penang to have a holiday from the holiday!

As a member of the board of management, I am very glad to see our worldwide community growing. I think we are even on our way to create a new kind of family for our worldwide members.

John, you, as well as any other foreign members, are very welcome to visit our club and us any time when you come to Germany again.

Stefan Wagner □



# Anschriften, Impressum & Redaktion



## Clubanschrift

MB-W126 Club e.V.  
Postfach 32  
72403 Bisingen  
Deutschland (Germany)  
Fax +49 (0) 700 / 12 60 00 00  
Phone +49 (0) 89 / 378 27 152  
info@mb-w126-club.de

## Vorstand

Marc Westhofen (1. Vorsitzender),  
Manfred Kneip (2. Vorsitzender),  
Stefan Wagner (Finanzen &  
Mitgliederverwaltung)

## Redaktion & Layout

Bernhard Schöner  
Stefan Wagner

## Bankverbindung

HypoVereinsbank München  
Bankleitzahl 700 202 70  
Kontonummer 87 91 60 14  
Empfänger Stefan Wagner

Für Zahlungen aus dem Ausland:  
For payments from foreign countries:  
IBAN:  
DE42 7002 0270 0087 9160 14  
SWIFT (BIC) HYVEDEMM

Voor betalingen binnen Nederland:  
Banknummer:  
MB - W126 Club  
1943.75.412  
Rabobank Roosendaal  
IBAN: NL18 RABO 0194375412  
SWIFT: RABONL2U

## Fotos

MB-W126 Club e.V.  
DaimlerChrysler Media Services  
DaimlerChrysler Konzernarchiv

## Rechte

Der MB-W126 Club e.V. sowie dessen Autoren übernehmen keine Gewähr für technische Anleitungen oder Empfehlungen. Für unsachgemäß durchgeführte Arbeiten und / oder Reparaturen am Fahrzeug sowie für jegliche dadurch entstandenen Schäden und / oder Folgeschäden sind weder der MB-W126 Club e.V. noch seine Autoren haftbar zu machen.

Alle technischen Arbeiten und / oder Reparaturen, die sich inhaltlich auf Empfehlungen oder Anleitungen des MB-W126 Clubs sowie dessen Autoren stützen oder beziehen, erfolgen auf alleinige Verantwortung des Durchführenden.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.

Artikel, die mit Namen oder Signet des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung des MB-W126 Club e.V. oder der Redaktion dar.

Nachdruck, auch auszugsweise, mit Ausnahme der gesetzlich zulässigen Fälle nur mit Zustimmung des MB-W126 Club e.V. gestattet.

(c) 2003 MB-W126 Club e.V., Stuttgart



## Manfred von Brauchitsch verstorben

geb. 15.08.1905,  
gest. 05.02.2003

Ein Nachruf

Manfred von Brauchitsch ist am 05.02.03 im Alter von 97 Jahren an seinem Wohnsitz in Gräfenwarth bei Schleiz (Thüringen) gestorben.

Von Brauchitsch war Mitglied im legendären Rennteam der Silberpfeile in den 30er Jahren. Er galt als Draufgänger am Volant und begeisterte die Zuschauer der prestigevollen Ära von Mercedes-Benz.

Der Tag beim Eifel-Rennen 1934 ging in die Motorsportgeschichte ein: Jubelnde Massen sprangen von den Sitzen, die Stimmen der Rundfunkreporter überschlugen sich - der neue Mercedes-Benz Silberpfeil, gesteuert von Manfred von Brauchitsch, gewann das Rennen gleich beim ersten Einsatz!

Seine härtesten Konkurrenten waren neben seinen Team-Kollegen Rudolf Caracciola und Luigi Fagioli bekannte Motorsportgrößen wie Tazio Nuvolari und Achille Varzi.

Wenige Wochen später verunglückte von Brauchitsch auf gleicher Strecke beim Training für den großen Preis von Deutschland schwer. In den folgenden Jahren zählte er zwar weiterhin zur Spitzengruppe der großen Rennen, ein Sieg blieb jedoch aus. Erst 1937 feierte er sein großes Comeback beim großen Preis von Monaco - mit einem Streckenrekord!

Seinen letzten großen Sieg errang der Mercedes-Pilot 1938 beim Großen Preis von Frankreich.

Mit Manfred von Brauchitsch verließ uns einer der großen Namen in der Geschichte des Motorsports, der nicht nur die Rennsportfans seiner Zeit zu begeistern vermochte, sondern bis heute als gefeierte Größe an den Motodromen der Formel 1 begrüßt werden konnte. „Er ist der Mitbegründer des Mythos Silberpfeil, der erste Gewinner in einem Grand-Prix-Rennwagen mit diesem Namen“, sagte Norbert Haug, Mercedes-Benz Motorsportchef. Oder um Professor Jürgen Hubbert, Vorstand der DaimlerChrysler AG, zu zitieren: „Dem Können und dem Enthusiasmus von Manfred von Brauchitsch verdanken wir wichtige Erfolge der Silberpfeile. Er wird uns und allen Motorsportbegeisterten unvergesslich bleiben.“ Dem ist wohl nichts hinzuzufügen.

Marc Westhofen





# If you would have to face the MB-W126 Club...

Wenn Sie nur ein Wort hätten, ...

## ...with only one word...

...um den MB-W126 Club zu beschreiben, ...

# ... what would it be?

...welches würden Sie wählen?



J. Silling (S)



J. Thorbjörnson (A)



M. Nobel (D)



S. Matta (CH)



D. Philipp (D)



E. Matzek (D)



Dr. E.G. Huth (D)



B. Schöner (D)



G. Mair (JA)

# Community!

Gemeinschaft!



A. Feininger (D)



M. Makolski (D)



H. Dau (D)



G. Thevenoth (F)



J. Bachmayer (AUS)



G.v.Vlimmeren (NL)



J. Gausz (D)



B. Kröpfl (CH)



Dr. W. Heufler (A)





[www.mb-w126-club.net](http://www.mb-w126-club.net)

