

'MIJN MUZES? SPORTAUTO'S!'

Tussen zijn Ferrari's, Porsches en Aston Martins sprak The Big Black Book met Karl-Friedrich Scheufele, directeur van horloge- en juwelenmerk Chopard, over de schoonheid van klassieke sportwagens en hun verrijkende invloed.

Tekst Jens Holierhoek *Fotografie* David de Jong

Op een half uur rijden van Genève, op steenworp afstand van het gelijknamige meer, doemt een grote silo op. In de aangrenzende schuur schuilen koeien tegen de zon, die zich op deze vroege zomerochtend al flink uitslooft. Onze chauffeuse, de vriendelijke PR-dame van Chopard, houdt halt. Zou ze de weg kwijt zijn? Na: "Welkom in huize Scheufele", stappen we verbaasd uit. Is dit huize Scheufele? Op de een of andere manier hadden we hoge bosschages, puntige hekwerken en spiedende beveiligingscamera's verwacht. Ze vertelt ons dat de schoonouders van Karl-Friedrich Scheufele van origine boeren zijn. De verwarring wordt alleen maar groter. We zijn hier toch op bezoek bij Karl-Friedrich zelf en niet bij zijn schoonouders? "Op dit landgoed woont Karl-Friedrich met zijn gezin, maar ook met zijn zus Caroline, die Chopard samen met Karl-Friedrich runt. En met zijn ouders én zijn schoonouders. Samen, maar natuurlijk wel allemaal in hun eigen huis."

We zijn te vroeg voor onze afspraak, dus kijken we wat rond. Uit respect voor de privacy van de familie Scheufele beperken we ons tot de omgeving rondom de garage. We zijn dit jaar de eerste journalisten die op het privédomein worden uitgenodigd en van die gastvrijheid maken we geen misbruik. Er is gelukkig meer dan genoeg te zien. Acht blinkende bolides – deel van een klassiekercollectie die meer dan dertig unieke exemplaren omvat – kijken ons uitnodigend aan. Hier, in de nabijheid van deze juweeltjes, zal straks het interview met collectioneur Karl-Friedrich plaatsvinden. Twee Sint-Bernards, er lopen in totaal zeven honden rond, komen ons begroeten. Elders huist ook een ezel, wordt ons toevertrouwd. De familie

Scheufele hecht aan een bestaan midden in de dorpsgemeenschap, een extra reden voor het ontbreken van het verwachte hekwerk.

Hij is in de garage meteen naast de rode Ferrari Monza 750 Barchetta uit 1954 gaan staan. Met deze auto deed hij in mei mee aan de Mille Miglia, de door hem zo geliefde rally voor klassieke auto's die zijn bedrijf sinds 1988 sponsort. "Ik heb een deel van die Mille Miglia gereden met mijn vrouw. Ik houd ervan om haar als co-piloot naast mij te hebben. Ze is kalm en nooit bang." Het is sinds het sponsorschap vaste prik in de agenda van Scheufele - hij miste de laatste 24 jaar slechts één jaargang van de 1.000 mijl lange omloop van Brescia via Rome terug naar de startplaats. Scheufele toont ons de rest van zijn collectie. De Bentley 4,5-liter met kort chassis stamt uit 1929. Ook daarin reed hij de Mille Miglia. En de gele Porsche is een 911 RS Touring uit 1973. Met geweldige 'taartschep'. Hij opent het riempje van de motorkap van de Aston Martin Ulster uit 1935. Slechts zeventien zijn ervan gemaakt, zegt hij trots. De kap gaat open. "Heel interessant om naar te kijken. Dit is precies een motor zoals je je die voorstelt. Je kan bijna zien hoe de krachtbron werkt, alleen maar door ernaar te kijken." Scheufele wordt steeds enthousiaster naarmate hij meer over de auto's vertelt. "Dit type heeft de 24 Uur van Le Mans volbracht. Een prachtmachine. Het gaspedaal zit links, de rem rechts, dus je moet je niet vergissen. Het wordt heel warm binnen als je rijdt, want je zit haast in de motor. En het stuur trilt als je erin rijdt, als een inventieve vinding om de hobbels in de weg te absorberen. Deze auto betekent voor mij écht rijden."

La bella Mille Miglia

De mooiste rally van de wereld, zo mag de Mille Miglia gerust genoemd worden. Al is het maar vanwege de rijke historie. Tussen 1927 en 1957 werd de 1.000 Romeinse mijl tussen Brescia en Rome v.v. 24 maal gereden. Een fatale crash betekende het einde van de race op de openbare weg, maar in rallyvorm keerde de Mille Miglia terug. De traditie wil dat in de klassiekerrally alleen modellen mogen meerijden die ooit, althans het modeltype, op de startlijst stonden van de originele Mille Miglia zoals die tot 1957 georganiseerd werd.



Die pure rijbeleving vindt Scheufele fantastisch. En dat er af en toe iets mis gaat hoort daarbij. "Ik heb tijdens een etappe bij de Mille Miglia wel eens tien keer moeten stoppen. Met nagellak en aluminiumfolie hebben we de auto gerepareerd." Krasjes of deukjes neemt hij voor lief. De auto's uit zijn collectie zijn geen museumstukken, want hij rijdt in alle exemplaren nog. Zo vaak als hij kan. En dan trekt Scheufele er ook echt op uit. "De eerste honderd kilometer moet je de auto voelen. Ook al ken ik hun karakters goed, ze hebben allemaal hun eigen gebruiksaanwijzing. En daar moet je weer even bekend mee raken. Hoe verder je rijdt, hoe meer je deel uit gaat maken van de beweging." Een van zijn lievelingsroutes is die van zijn huis naar Fleurier in de Jura. Daar staat het atelier van Chopard. De route, zo'n 250 kilometer lang, bestaat uit veel bochten en weinig snelweg. "In de zomer rijd ik die heel vaak, het zou een schande zijn om deze auto's werkloos stil te laten staan." Scheufele toont zich een ware romanticus. "Dit soort auto's is niet bedoeld voor mensen die op het laatste moment remmen. Je moet anticiperend rijden. Je kunt hard gaan, maar je moet wel je grenzen kennen. De remmen zijn anders dan vandaag de dag, en de wegligging is dat ook. Je respecteert snelheid veel meer dan wanneer je in een moderne auto rijdt."

Trendsetter

Dat Chopard in 1988 sponsor werd van de Mille Miglia, lijkt gezien de voorliefde voor klassieke auto's van Karl-Friedrich een logische keus. Niets is minder waar. "Ik ontmoette eind jaren tachtig een verzamelaar van Gullwings, de Mercedes 300 SL uit de jaren vijftig. Hij was heel enthousiast over de Mille Miglia en vertelde dat het sponsorschap vrijkwam. In 1988 zette ik mijn handtekening onder het sponsorcontract. Ik werd vervolgens bekritiseerd in het bedrijf. "Ben je gek geworden?", zeiden ze. "Wat is de Mille Miglia en wat hebben we daar te zoeken?" Een deelname aan de fameuze klassiekerrally met zijn vader overtuigde de laatste ervan dat Chopard het toch moest doen. "In die tijd was het sponsoren van klassieke autoritten nog niet populair in onze branche. Nu is zo'n beetje elk automerk getrouwd met een horlogemerken. Wij niet, want wij houden van alle automerken. Er bestaan immers zoveel sexy auto's." De Mille Miglia zit de uurwerkdivisie van Chopard als gegoten. Karl-Friedrichs zus Caroline, verantwoordelijk voor de juwelenlijnen van Chopard, is met succes de samenwerking aangegaan met het prestigieuze filmfestival van Cannes, waarvoor zij ook de prijs, de Gouden Palm, opnieuw ontwierp. Karl-Friedrich: "Ik wilde dicht bij mijn passie, klassieke auto's, blijven. Je moet een sterke band hebben met je werk. Dat is belangrijk. Je moet het niet als baan zien,





maar als het uitoefenen van iets wat je graag doet." Het verband tussen de mechanische beweging van horloges en die van auto's is snel gelegd. De autoverzameling van Scheufele is een grote inspiratiebron voor zijn horloges. Hij doet zijn horloge af, een Chopard Mille Miglia, en toont de achterzijde. Zijn vinger glijdt over het motief aan de rand van het horloge en wijst vervolgens naar de vormen achter het stuur van zijn klassieke Ferrari. "De vormen van klassieke auto's zijn een belangrijke inspiratiebron." Hij draait het horloge weer om: "Er bestaan grote overeenkomsten tussen het dashboard van een klassieker en het uiterlijk van

L'histoire de Chopard

In 1860 begint Louis-Ulysse Chopard in het Zwitserse Sonvilier als horlogemaker. De precisie en betrouwbaarheid van zijn horloges bezorgen hem al snel een solide reputatie. Het merk verhuist in 1937 naar het Mekka der horlogiers: Genève. Nadat het bedrijf meer dan een eeuw lang van vader op zoon is doorgegeven, stopt die traditie in 1963. Een opvolger buiten de familie Chopard wordt gevonden in Karl Scheufele, telg uit een andere bekende horlogemakersfamilie. Medio jaren zeventig worden dameshorloges en juwelen aan het portfolio toegevoegd en in 1996 verhuist de productie terug naar de Jura, waar Chopard ooit begon.

een horloge. Ik houd van techniek die simpel en eerlijk is. Geen computers en elektronica, maar handbediende mechanica." Hij wijst naar het instrumentarium van zijn auto's. "Grote wijzerplaten die alleen weergeven waar het echt om draait. Overzichtelijk, zakelijk en stijlvol". Scheufele is inmiddels in zijn Ferrari Monza geklommen. "Deze Ferrari is heel moeilijk te besturen. De versnellingen zijn niet gesynchroniseerd en de auto kent geen stuurbekrachtiging." Scheufele roemt het bochtengedrag van de Ferrari 750 Barchetta. "Die auto weegt 800 kilo en is pijlsnel. De topsnelheid is 260. Op een kronkelende bergweg kunnen moderne auto's hem niet volgen." Hoewel hij lovend is over de auto, kent hij ook zijn schaduwkanten. "In de regen kan hij je in bochten verrassen." Het leverde de wagen de macabere bijnaam *la tueuse* op, Frans voor 'de moordenaar'. Een aantal piloten heeft de kennismaking met dit model niet overleefd. De liefde voor klassiekers heeft Karl-Friedrich overigens niet van een vreemde. Vader Karl Sr. verzamelt nog altijd vooroorlogse klassiekers. Zijn eerste optreden in de Mille Miglia was in een Gullwing, de auto waarmee zijn vader jaar in jaar uit de Mille Miglia reed. "Ik droomde van mijn Porsche. Van een 356 en later van een 911. Ik was gefascineerd door de vormen. Mijn eerste auto was een auto die het meest op een Porsche leek, de Volkswagen Kever. Met de motor achterin en met dezelfde lijnvoering. De volgende auto was, niet

ADV



heel verrassend, een 911 T. Een tweedehands exemplaar met veel kilometers op de teller. Mijn vader vond het niks." Scheufele verklaart zich altijd sterk aangetrokken te hebben gevoeld tot sportauto's. Ze vormen nog altijd de rode draad van zijn collectie, waarin vooral tweezitters schitteren. De Porsche werd ingeruild voor een vooroorlogse Aston Martin, waarmee hij ook de Mille Miglia reed. Verkopen van zijn auto's doet hij zelden, vertelt hij. "Het zijn toch een beetje je kinderen. Het doet zeer om ze van de hand te doen." De passie voor het autorijden conflicteert helaas vaak met zijn andere liefde: Chopard. Er is domweg te weinig tijd om in alle auto's zo vaak te rijden als hij eigenlijk zou willen. "Het bedrijf is groot, er is veel te doen." Gelukkig zijn de rollen goed verdeeld. Zijn zus doet de sieraden, de PR, het filmfestival van Cannes. "Ik ben verantwoordelijk voor de horloges en de Mille Miglia. We vullen elkaar aan."

De Zwitserse benadering

Zijn ouders, halverwege de zeventig, zijn ook nog dagelijks in het familiebedrijf te vinden. Zij combineren een adviserende job met een managementfunctie. Ook Karl-Friedrichs vrouw werkt in het bedrijf. Een van de factoren waardoor Chopard in vijftig jaar van "twee naar tweeduizend werknemers is gegroeid" is dat het bedrijf gerund wordt volgens de 'Zwitserse benadering' zo-

als Scheufele het noemt. "We hebben niet altijd dezelfde opinie, maar wel altijd een goede dialoog. We discussiëren over alles, en komen altijd tot een goed compromis." Scheufele ziet een mooie toekomst in het verschieft voor Chopard. Hoewel hij praat over de kansen om het bedrijf te ontwikkelen in groei-economieën als Brazilië of India, legt hij vooral de nadruk op motieven die niet economisch zijn gekleurd. "Een van onze doelen is om een familiebedrijf te blijven. Een onafhankelijk familiebedrijf, zoals het dat al ruim 150 jaar is." En: "We zien veel potentieel in het sponsoren van klassieke races. Dit jaar vieren we 25 jaar verbondenheid aan de Mille Miglia. Daar zijn we heel trots op." Dat het familiebedrijf een haast natuurlijke vorm van samenwerken voor de Scheufeles is, blijkt uit de hechte band die de familie ook buiten kantooruren heeft. Ze wonen niet alleen op hetzelfde landgoed, ze brengen ook veel vrije tijd samen door. In het weekend trekken ze er graag op uit om te genieten van de natuur. Ze zijn vooral gewoon dorpsbewoners, die na het melken van de koeien of het spelen met de honden naar het dorp gaan voor een boodschap. Brood haalt Karl-Friedrich graag op zijn klassieke tractor. Dat is natuurlijk wel een Porsche, want hij is dol op alles van het merk dat zijn liefde voor klassiekers aanwakkerde. Ook op de landbouwmachines waarmee het begon. De familie Scheufele is dicht bij zichzelf gebleven.