



Prof. h.c. Dr. h.c. Peter Pfeiffer, 2. Vorsitzender von RetroClassicsCultur e.V. (RCC),  
Präsident des Rates für Formgebung  
Vizepräsident des Automobilclubs von Deutschland Württemberg-Hohenzollern (AvD).

Vortrag vor dem Parlamentarischen Rat der Bundesrepublik Deutschland, Berlin, Bundeskanzleramt, 3. Juni 2013.

Es gilt das gesprochene Wort.

## »Das Automobil – ein vernachlässigtes Kulturgut?«

Meine sehr verehrten Damen und Herren, sehr geehrter Herr Staatsminister, es ist mir eine Ehre und eine Freude, im Namen von RetroClassicsCultur e.V. an dieser Stelle einige Gedanken zum Kulturgut Automobil vortragen zu dürfen.

Was ist ein Kulturgut? Im allgemeinen Sprachgebrauch versteht man darunter – laut Duden – »etwas, was als kultureller Wert Bestand hat und bewahrt wird«. Zu den »klassischen« Kulturgütern zählen danach kunst- oder zeitgeschichtlich relevante Gemälde, Skulpturen, Handschriften und Gebäude, seit den sechziger Jahren aber auch verstärkt Werke der Technik-, Alltags- und Industriekultur.

Im Vergleich zu den »etablierten« Kulturgütern erfährt das Automobil aber immer noch eine eher stiefmütterliche Behandlung – und das ausgerechnet in der Wiege des Automobils, in Deutschland. So gibt es staatliche Museen für bildende Kunst, für Bildhauerei oder Malerei, aber kein einziges für die automobilen Kultur, in dem das Schaffen eines Jahrhunderts umfassend dargestellt ist. Vielmehr befindet sich das Automobil – zumindest im kulturellen Kontext – in einer ständigen Verteidigungsposition.

Dabei betrifft das Thema keineswegs nur Sammler und Interessenverbände, sondern eine durchaus breite Bevölkerungsschicht: Die Besucherzahlen bei internationalen Oldtimer-Messen, im Stuttgarter Mercedes-Benz-Museum oder im Opel-Museum in Rüsselsheim belegen das ungebrochene, ja, wachsende Interesse an automobiler Zeitgeschichte, Kultur und Kunst.

Im Verlauf seiner nunmehr über 125-jährigen Geschichte ist das Automobil zu einem massenhaft verbreiteten, hoch emotionalen Produkt unserer Zeit geworden, dessen ideeller und kultureller Wert weit über seinen praktischen Nutzen als fahrbarer Untersatz hinausreicht.

Kaum eine andere Erfindung hat das Leben der Menschen in diesem Zeitraum so beeinflusst und so verändert wie das Automobil. Heute wird viel geredet über die gesellschaftlichen Umwälzungen durch das Internet. Die große technische, wirtschaftliche und kulturelle Revolution des 20. Jahrhunderts war freilich nicht der Computer, sondern das Automobil – das in der gesamten westlichen Hemisphäre buchstäblich zu einem »Motor der Gesellschaft« wurde.

Neben Industrie und Kriegsführung veränderte die motorisierte Mobilität auch die Lebenswelt des Einzelnen ebenso unmittelbar wie radikal. Neue Freiheiten und nie da gewesene Möglichkeiten, die Trennung von Arbeits- und Wohnort oder Reisen ins Ausland erweiterten Horizonte, veränderten das individuelle Raum-Zeitgefühl und führten letztlich zu einem neuen Weltbild. Das Automobil war zugleich Auslöser und Ausdruck einer sich wandelnden Kultur.

Fahrzeuge wie der VW »Käfer« oder die »Ente« wurden daher zu Symbolen für das Lebensgefühl ganzer Generationen, Luxusmodelle und Straßenkreuzer zur Projektionsfläche für Wunschträume und Geisteshaltungen. Man erkannte in Autos mehr als nur die Maschine, machte sie zu fahrenden Wohnzimmern, Zufluchtsorten und Mitteln der Selbstdarstellung. Das Automobil hat somit nicht nur die Geschichte maßgeblich mitgeschrieben, sondern insbesondere auch den jeweiligen Zeitgeist mitbestimmt.

Nirgendwo zeigt sich dies so deutlich wie in der Welt von Film und Fernsehen, wo Automobile seit jeher einen festen Platz einnehmen. Der schnittige Porsche von James Dean etwa unterstrich das rebellische Image des Schauspielers und Jugendidols. Tony Curtis – der übrigens heute Geburtstag hätte – fuhr als Danny Wilde in der Serie »Die Zwei« einen roten Ferrari Dino, ein Kultauto der Sechziger. Sein Kollege Roger Moore alias Lord Brett Sinclair löste später Sean Connery als James Bond ab und debütierte vor genau 40 Jahren in »Leben und sterben lassen« – am Steuer eines 1963er Chevrolet Impala Cabriolet, damals bereits ein Klassiker.

Sowohl Curtis als auch Moore wurden im Verlauf ihrer Karriere mit zahlreichen Preisen geehrt, darunter mit dem Golden Globe, dem Bambi oder der Goldenen Kamera. Der heimliche »Filmstar Automobilklassiker« hingegen fristet vergleichsweise ein Schattendasein. Dabei sind Schönheitswettbewerbe wie der Concours d'Elegance in Pebble Beach oder »Retro Classics meets Barock« in Ludwigsburg Veranstaltungen von ähnlicher Bedeutung für das Kulturgut Automobil wie die Internationalen Filmfestspiele in Cannes oder die Berlinale für das Kulturgut Film. Hier gilt es, ein entsprechendes Bewusstsein zu schärfen.

Es ist das einzigartige Zusammenspiel von Technik und Ästhetik, das dem Identifikationsobjekt Automobil seinen besonderen Stellenwert verleiht: Es fasziniert als gestaltetes Produkt, das beileibe nicht nur aufgrund seiner technischen Vorzüge Käufer und Liebhaber findet. Wenn der Volksmund davon spricht, Autonarren seien in die »Kurven« einer Karosserie verliebt, so steckt darin mehr als nur ein Körnchen Wahrheit.

In den sechziger und siebziger Jahren hielt das Automobil Einzug in die moderne Kunst und wurde dadurch selbst zum Kunstwerk erhoben. Pop-Art-Guru Andy Warhol verkündete: »Ich liebe das Automobil«. Zwar besaß er selbst keinen Führerschein, doch bearbeitete er das Thema in zahllosen Zeichnungen, Bildern und Fotografien. Ein von ihm lackierter BMW M1 errang 1979 in Le Mans einen sechsten Platz. Auch Künstler wie Roy Lichtenstein, Frank Stella, Jeff Koons oder Robert Rauschenberg gestalteten Fahrzeuge. Gerhard Richter widmete dem »Auto« 1969 ein gleichnamiges Werk.

Definiert man Kunst als menschliches Kulturprodukt, als Ergebnis eines kreativen Prozesses, dann gilt dies auch für das Automobil. Autos sind Kunstwerke auf vier Rädern. Ein Vergleich mit dem als Kunstform anerkannten und geförderten Kulturgut Architektur wirft die Frage auf, warum das Automobil als prägender Teil der mobilen Umwelt nicht denselben Status wie Objekte der bebauten Umwelt genießen sollte. Wie die Schöpfungen der Bauhaus-Architekten sollte auch das Automobil nicht allein von einer technischen Warte aus betrachtet werden, sondern in einem kulturellen Zusammenhang, in dem nicht allein Benzinverbrauch oder CO<sub>2</sub>-Ausstoß zählen.

Das Automobil muss sich permanent wieder finden und neu erfinden. Häufig weist der Blick zurück den Weg in die Zukunft, was nicht zuletzt die Debatte um den Elektroantrieb deutlich zeigt – beruht die Vision der Kanzlerin doch auf einer technischen Errungenschaft aus der Anfangstagen des Automobils. In Deutschland wurden bereits Ende des 19. Jahrhunderts die ersten Elektrowagen gebaut. Daneben erinnern sich auch die Design-Abteilungen großer Automobilmarken regelmäßig gern an die eigene Vergangenheit: Neue Modelle von Mercedes-Benz, Fiat oder Cooper sind Rückgriffe auf bekannte Klassiker.

Trotz seiner lebendigen Geschichte bedarf das Kulturgut Automobil gewisser Reglementierungen zu seinem Schutz. Die gewachsene Oldtimer-Szene, die historische Fahrzeuge dorthin bringt, wohin sie gehören – nämlich auf die Straße – kann ohne bestimmte Freiräume allerdings nicht gedeihen. Automobiler Begeisterung und Leidenschaft unter Denkmalschutz zu stellen wie ein historisches Gebäude, wäre ein Signal in die falsche Richtung. Die Bewahrung des Kulturguts Automobil erfordert somit entweder einen gedanklichen Spagat – oder eine eigene, dritte Lösung.

Ein Teil dieser Lösung ist die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für den kulturellen Wert des Automobils. Diese Aufgabe wird bislang ausschließlich von

privater und privatwirtschaftlicher Seite erfüllt. So fördert RetroClassicsCultur durch Aktivitäten, Veranstaltungen und Dokumentationen die Bewahrung und Pflege klassischer Fahrzeuge. Ziel des Vereins ist unter anderem die intensivere öffentliche Wahrnehmung des Automobils als Kunstwerk und Kulturgut. Solchen Initiativen ist es zu verdanken, dass das Automobil in seiner historischen Bedeutung auch künftigen Generationen erhalten bleibt.

Damit komme ich auf die eingangs umrissene Problematik zurück: Das Automobil als Kulturgut und Kunstobjekt genießt heute noch nicht dieselbe Wertschätzung wie andere Kulturgüter mit vergleichbarer zeitgeschichtlicher Bedeutung. Millionen fließen in Baudenkmäler, Filmförderung und Kunstmuseen, doch ist »der Oldtimer« nach wie vor ein rein technisch definiertes Thema für das Verkehrsministerium. Angesichts der vielschichtigen Bedeutung dieses Kulturguts könnte – und muss – hier jedoch ein Paradigmenwechsel stattfinden: Als Protagonist einer lebendigen Technikgeschichte, als populäre Kunst auf vier Rädern hätte das Automobil auch im Bereich Kultur und Medien eine höhere Aufmerksamkeit verdient.

Im Juni 2011 wurde im Museum Tinguely in Basel eine Ausstellung mit dem Titel »Fetisch Auto. Ich fahre, also bin ich« eröffnet. Jean Tinguely selbst bezeichnete das Automobil einmal als »schönstes Kunstwerk« der Welt. Im Ausstellungskatalog findet sich folgender Satz, der die Sonderstellung des Kulturguts Automobil vielleicht etwas pathetisch, aber sehr treffend umschreibt: »Das Auto stellt vielleicht die einzige magisch-mythische Mitte der Gesellschaft dar, über alle geografischen, staatlichen, nationalen, religiösen und soziokulturellen Grenzen hinweg.«

Dem ist nichts hinzuzufügen!

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.