

## Himmel – Imaginationen

### Metamorphosen des Göttlichen

Mythen handeln oftmals von wunderbaren Begebenheiten, von außergewöhnlichen Verwandlungen und Erneuerungsprozessen. Das Automobil als Sachobjekt scheint im Gegensatz dazu per se wenig prädestiniert für eine mythische Rolle – zu gering sein Potenzial für Metamorphose und Geheimnishaftigkeit, für Täuschung und Verführungskünste. Doch eben diese funktionale Sachlichkeit ließ Roland Barthes in «Der neue Citroën» nicht gelten. Er deutete stattdessen fiktive Milieus an, durch die er das Objekt gedanklich umgestalten konnte, und nannte diese Kontexte aus Geschichten und Anders-Welten Mythos. Zwar konnte Barthes 1955 erahnen, dass es einen gemeinsamen schöpferischen Bereich der Künste und Medien geben würde, in dem Wirklichkeit und Fantasie nicht gegeneinander, sondern miteinander spielen. Es war jedoch nicht absehbar, dass der mythenstiftende mediale Verwandlungsprozess der DS bereits kurze Zeit später beginnen sollte. Ein wichtiges Antriebsmoment hierfür bot während der zweiten Jahreshälfte 1957 die bereits erwähnte Design-Ausstellung *Triennale di Milano*, in der Design-Details des Citroën DS als kunsthandwerkliche Items präsentiert wurden. Nicht die Tatsache der Ausstellungswürdigkeit und Fetischisierung der Objekte ist für den Zusammenhang nennenswert, sondern vor allem die spektakuläre Inszenierung der DS-Karosserie. Im Gegensatz zu dem bis dato auf Auto-Salons vorherrschenden Ausstellungsdispositiv, demzufolge es das fertige, vollständige Automobil darzubieten galt, wurde die DS verfremdet und auf einem schlanken Ständer vorgeführt: «suspended in the air [...] as if a spaceship from some future world – a startlingly modernist sculptural statement from Bertoni.»<sup>81</sup> Durch zwei formale Änderungen war das Fahrzeug für alle Besucher zu einem Objekt geworden, das sich einen zusätzlichen Raum jenseits pragmatischer Nutzung erobert hatte. Erstens waren die Räder abgeschraubt, wodurch die tellurische Essenz des Automobils



Abb. 11 Triennale di Milano, 1957

81 Sam Livingstone: Flaminio Bertoni exhibition at the Design Museum, London (2003), in: <http://cardesignnews.com/articles/news/2003/08/flaminio-bertoni-exhibition-at-the-design-museum-london/>.

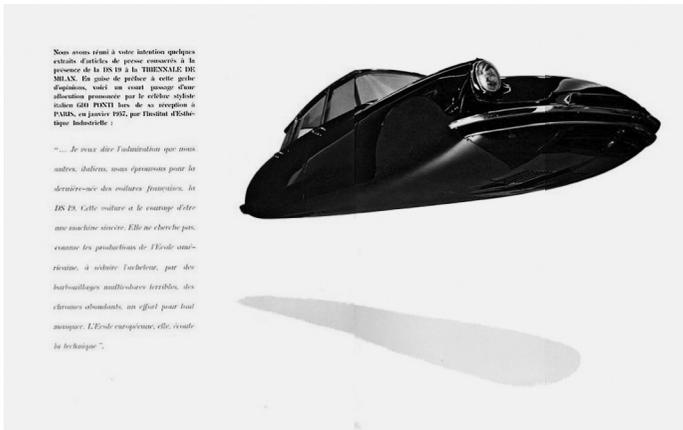


Abb. 12 Produkt-Broschüre, 1958



Abb. 13 Produkt-Broschüre, 1959

getilgt war. Zweitens war die gut sichtbare Unterseite der Karosserie durch eine Verschalung komplett verschlossen. (Abb. 11). Mit dieser sichtbaren Beseitigung der für die Fortbewegung notwendigen Funktionsteile sowie der Ausblendung der technischen Innereien manifestiert sich die erneuerte Form als Transportmittel für Sinnhaftigkeit.

Mit diesem Ausstellungsdesign wurden, wenn auch mit semantischer Variation, zwei der einander bedingenden Barthes'schen Kernaussagen realisiert. Das mythisierende Postulat des vom Himmel herabgefallenen Objekts wird szenisch uminterpretiert: Indem die Déesse wie ein startendes, himmelwärts strebendes Fluggerät erscheint, nimmt es Abschied von der Gewöhnlichkeit der übrigen Automobile, die schwer auf der Straße liegend in der zweiten Dimension zurückbleiben. Der zweite Zentralaspekt betrifft die sakrale Ausstrahlung. Während Barthes' Essay den *Schein* des «Glänzenden» und «Abgeschlossenen» thematisiert, realisiert das Ausstellungsstück die perfektionierte Form, die gänzlich auf Öffnungen verzichtet. Auf späteren Autoshow wurde dieses industriedesignerische Kunstobjekt neben der fahrfähigen DS ausgestellt, so als müssten die Besucher gedrängt werden, den Mythos in dinglicher Form zu erfahren.<sup>82</sup> Das Gebilde wurde offenbar als überzeugendes Ideologem wahrgenommen, denn in einigen DS-Werbebrochüren der 1950er-Jahre wurde es als Bildmotiv genutzt. Die Broschüre von 1958 enthält neben zwei dokumentarischen Fotografien der preisgekrönten totemistischen Karosserie drei Abbildungen der geschlossenen Form, die dort jedoch infolge des wegretuschierten Ständers den Eindruck erweckt, tatsächlich fliegen oder schweben zu können (Abb. 12). In der Folgebroschüre von 1959 (Abb. 13) wurde das Motiv beibehalten, dabei jedoch kombiniert mit einer Porträtzeichnung, einem Mallarmé-Zitat sowie der wieder ergänzten und dabei jeden Realismus entbehrenden Standhilfe. In der grafikdesignerischen Nachbildung des Ständers, der einmal die Karosserie trug, ist keine Stützfunktion mehr ersichtlich. Er ist derart andeutend zart gezeichnet, dass er gleichsam ins Leere zu gehen scheint. Insgesamt werden durch diese Bildmontage Fotografie und retuschierte Fotografie – die in der Broschüre von 1958 noch als getrennte Bildformen fungierten – kompromisshaft zusammengefügt.

82 Abbildungen von unterschiedlichen Autoausstellungen in Europa unter: <http://www.nuancierds.fr/crepuscule.htm>.



Abb. 14 Produkt-Broschüre, 1958

Neu hingegen ist das Porträt einer jungen Frau in der linken unteren Ecke der Seite. Mit träumerisch verschlossenen Augen und den langen Haaren, die von leichtem Wind in sanfte Wellen geschlagen werden, wirkt sie im Ensemble zu nächst sonderbar fremd; doch wird sie im Kontext als Repräsentanz der modernen Göttin dechiffrierbar, wie sie sich der Kunde vorzustellen hat: frei, hingebungsvoll, weltvergessen. Diese kleine Zeichnung erweist sich als das intermediale Echo einer Fotografie, denn das gleiche Porträt befindet sich als formatfüllendes Coverbild auf den Broschüren für den amerikanischen, englischen und deutschen Markt (Abb. 14). Dem braven Frauenbild der 1950er-Jahre nicht mehr entsprechend, lässt sich dieses Porträt als Vorausschau auf das Lebensgefühl der 1960er-Jahre identifizieren. Die *easiness*, das Spontane sowie die Unverstelltheit des Momentausdrucks gehören zum Motivkomplex des Windes, des Fliegenden, des Leichten. Auch wenn diese Déesse mit ihren gravitatischen antiken Vorbildern wenig verbindet, so ist sie dennoch allegorisch figuriert, wie der erste Satz der Broschüre belegt: «Wind and sea, gas and fluid, get together and give the spindle-slender shape of the DS its look of weightlessness.»<sup>83</sup> Der Text spricht von der DS, das Bild zeigt die Déesse. Die gestalterische Strategie folgt der Poesie des freien Assoziierens mit dem Ziel, Sache und Sinn zur Einheit zu bringen. Was als oberflächliches Arrangement durchschaubar ist, fußt allerdings auf einem kulturhistorischen Fundament. Als Allegorie ruft das Porträt unweigerlich das Konzept der *Aura* auf, im Altgriechischen nicht nur das Wort für Windhauch, sondern auch der Name der Göttin der Morgenbrise; und schließlich ist *Aura* im ästhetischen wie esoterischen Gebrauch das Synonym für Ausstrahlung. Zu erkennen sind die Mechaniken der Verdichtung und Verschiebung, wie sie im Traum wirksam sind, um Bilder zu verbinden oder Übergänge zwischen Bildfolgen zu regeln. Im Bedeutungsgefüge herrscht dabei keine Willkür, es gibt stets ein Kernelement, das im Verfremdungsprozess mittransportiert wird. Während es bei Roland Barthes der Aspekt der Fugenlosigkeit ist (Rock Christi, Raumschiff, Unterseeboot), wird die Verknüpfungsfunktion in den Broschüren den Qualitäten von Luft(igkeit) und Leichtigkeit zugewiesen. Das Merkmal der Aerialität haben mythische Göttinnen, der fiktive Flugapparat und die sinnliche Nympha auf der mon-

83 Broschüre unter: <http://www.citroenet.org.uk/passenger-cars/michelin/ds/brochures/o8.html>.

tierten Fotocollage gemeinsam. Das fotografische Porträt als Versinnlichung und Versinnbildlichung stellt in der Kombination ein Fugenelement insofern dar, als damit auf kulturelle Vorläufer, zeitgenössische ikonografische Umwelten und auf ein zeitgemäßes Gefühlsleben verwiesen wird. Schon früh gehört es zum werblichen Klischee-Repertoire, bei Autovorstellungen weibliche Models als erotische Schmuckbeigaben zu präsentieren.<sup>84</sup> Die unkonventionelle Charakterisierung des Cover-Models als *Nympha* sollte demgegenüber einen anderen Formen- und Bedeutungshorizont andeuten. Aby Warburg, der *Nympha* als Term für ein ikonisches Paradigma verwendete, fasste damit Abbildungen von vorwärts stürmenden jungen Frauen in aufflatternden Gewändern und mit wehendem Haar motivtypologisch zusammen. Warburg entdeckte diese Gestalt als Formel wiederholt in der Kunst der Renaissance und verfolgte ihr ikonografisches Nachleben bis in seine Gegenwart. Erstmals nutzte er die begriffliche Kennzeichnung in einem Brief aus dem Jahr 1900<sup>85</sup>, in welchem er sich auf die Abbildung der Magd in Domenico Ghirlandaios Fresko *Geburt Johannes des Täufers* (c. 1490) bezieht. Diese ist für Warburg eine «fantastische Figur, eine klassische Nymphe».<sup>86</sup> Die leidenschaftliche Beschreibung, die Warburg der Gestalt widmet, ist an dieser Stelle zu zitieren, weil darin ein Vorstellungsbild evoziert wird, das eine bemerkenswerte Analogie zur Citroën-Ikonografie darstellt: In beiden Bildwelten herrschen die gleichen Vorstellungen von Bewegtheit. Warburg erscheint Ghirlandaios Magd,

«als ob sie mit beflügelten Füßen den hellen Aether durchschnellt, oder auf den langsam schaukelnden Wellen, auf den wie Delphinrücken sich krümmenden Rundungen, halb sich treiben lässt, halb sich fort bewegt, zu gleicher Zeit, mit der Gratie eines grossen Vogels, der in breitem Flug, auf gestrecktem Flügel schwebt, und der eines ran-

ken Schiffes, das mit geblähem Segel, rhythmisch das mächtige Wasser spaltet.»<sup>87</sup>

Die Beschreibung wirkt im Vergleich mit der tatsächlichen Figurengestaltung überzogen, Warburg selbst merkt dazu an, dass er die Magd «poetischer mache als sie wirklich ist».<sup>88</sup> Die Eindrucksschilderung trifft dafür recht gut die Frühlingshore in Botticellis Venus-Bild, die er in seiner Dissertation eingehend analysiert (Abb. 15). Auch wenn die kulturgenetischen und kulturpsychologischen Methodenprobleme des Warburg'schen Ansatzes nicht thematisiert werden sollen<sup>89</sup>, so ist eine Kernthese zu erwähnen, die Warburg 1901 in einem Vortrag formuliert: Er ist der Auffassung, dass die profane Nymphen-gestalt der Neuzeit als Wiederkehr der antiken Siegesgöttin zu interpretieren ist. Das «bewegte Beiwerk»<sup>90</sup>, der schwebende Körper sowie das Wehen des Windes, vermitteln noch einen «Hauch aus jenen höheren Regionen, in denen sie [die Nymphe] als heidnische Siegesgöttin schwebte.»<sup>91</sup> Die Überblendung der Nike (Abb. 16), die Göttin mit den Flügeln, mit der Renaissance-Nympha vollzieht der Gelehrte zu einem historischen Zeitpunkt, als nicht nur die moderne sportliche Frau als Typus entsteht<sup>92</sup>, sondern auch die automobilen und aviatischen Gesellschaft sich zu formieren beginnt.<sup>93</sup> Die neuen Selbstbeweger stellen in der Tat einen Paradigmenwechsel auch im

- 84 Die «Durchdringung von Sex und Technik» am Beispiel der Autowerbung thematisiert schon Marshall McLuhan: Das beste Stück des Ehemanns, in: ders.: Die mechanische Braut [1951], Amsterdam 1996, S. 113–116.
- 85 Den Nymphenvergleich stellt Warburg bereits in seiner Dissertation an, dieser hat jedoch noch nicht den paradigmatischen Charakter. Siehe Aby M. Warburg: Sandro Botticellis «Geburt der Venus» und «Frühling». Eine Untersuchung über die Vorstellungen von der Antike in der italienischen Frührenaissance, Hamburg, Leipzig 1893.
- 86 Aby Warburg: Epistula Prima, in: ders.: Werke, hg. von Martin Tremml, Sigrid Weigel, Perdita Ladwig, Berlin 2010, S. 198–201, hier: S. 200.

- 87 Ebd., S. 200–201.
- 88 Ebd., S. 201.
- 89 Siehe Sigrid Weigel: Aby Warburgs «Göttin im Exil», in: Vorträge aus dem Warburg-Haus Bd. 4, Berlin 2000, S. 65–103.
- 90 Der zentrale Begriff in Warburg: Sandro Botticelli.
- 91 Aby Warburg: Florentinische Wirklichkeit und antikisierender Idealismus, in: ders.: Werke, hg. von Martin Tremml, Sigrid Weigel, Perdita Ladwig, Berlin 2010, S. 211–233, hier: S. 227.
- 92 Darauf weist Ernst Gombrich hin: Aby Warburg. Eine intellektuelle Biografie, Hamburg 1992, S. 144–145.
- 93 Anders als die Gestalt der leidenschaftlichen jungen Frau spielen Flugzeuge und Automobil keine Rolle im Werk Warburgs. Nur am Ende eines kurzen Artikels über das Motiv der Weltraumfahrt auf einem flandrischen Bildteppich des 15. Jahrhunderts schlägt er den großen Bogen von 1913 über die frühe Neuzeit bis zu antiken Legenden, die von einer Himmelfahrt Alexanders des Großen berichten, wenn es dort heißt: «Mir scheint es gar nicht so lögenhaft to vertellen», wenn man dem modernen Aviatiker, der das «aktuelle» Problem des Motorkühlers studiert, verrät, daß sein geistiger Stammbaum über Karl den Kühnen, der mit feuchten Schwämmen die glühenden Füße seiner himmelstürmenden Greifen zu kühlen versuchte, in direkter Luftlinie hinaufreicht zum «grand Alixandre.» Aby Warburg: Luftschiff und Tauchboot in der mittelalterlichen Vorstellungswelt, in: ders.: Werke, hg. von Martin Tremml, Sigrid Weigel, Perdita Ladwig, Berlin 2010, S. 415–422, hier: S. 422.



Abb. 15 Sandro Botticelli: Die Geburt der Venus, 1485/86 (Detail)



Abb. 16 Nike von Samothrake, um 190 v. Chr.

imaginären wie affektiven Sinne dar, denn ehemals überweltliche Verhältnisse erscheinen im technischen Zeitalter mit einem Mal als realisierbar. In den 1950er-Jahren findet die auf Permanenz gestellte Aufbruchstimmung der Moderne ihr zeitgemäßes Bild in Gestalt der DS-Ikonografie. Entsprechend wird das Antlitz der jungen Frau auf dem Broschüren-Cover, auf dem sich die wellende Bewegtheit des Haars und des Wassers, die Vorstellungsbilder der geschwungenen Silhouette der DS und des Dahinfliegens überlagern, zum zeitgeisterfüllten Emblem: Gewichtslosigkeit («weightlessness») als Zeichen einer grandiosen Seinsleichtigkeit.

Warburgs formelgenealogischer Ansatz verdeutlicht, dass Nike, die im vorangegangenen Kapitel als kulturelle Referenz benannt wurde, jenseits antiker Vorstellungen zum allegorischen Inbild der Moderne taugt. Dies lässt sich auch in der Broschüre von 1960 nachvollziehen, wo das Bild der zum schwebenden Zukunftsmobil aufgerüsteten Déesse ein letztes Mal verwendet wurde. Allerdings tritt an die Stelle der Nymphen-Assoziation nun die der Schutzgöttin, unter der sich die Stellvertreter der zukünftigen Citroën-Nutzer versammelt haben (Abb. 17). Die Gruppe, drei Erwachsene mittleren Alters und zwei Heranwachsende, hat sich als Publikum zusammengefunden und richtet die Blicke hinauf zum bewunderten Gefährten, das bald auch technischer Gefährte sein wird. Der Rekurs auf die Bürgerlichkeit in dieser Bildmontage könnte ebenfalls einer Inspiration durch Barthes' Essay geschuldet sein. Dieser hatte am Ende seines Textes das Attribut bürgerlich allerdings mit dem Bestimmungswort *klein* versehen, um den Sturz der Gottheit in die Mediokrität des Gewöhnlichen anzuzeigen («kleinbürgerliche Beförderung»). Die Broschüre führt im Gegensatz dazu die Begegnung von Göttin und Gutbürgerlichkeit als gelassene Selbstverständlichkeit mit dem Ausdruck freundlicher aber gebührender Anstandsdistanz vor. Das Hinaufstreben des Autos beinhaltet nun nicht nur die Wunderkonnotation der Anders-Weltlichkeit, sondern transportiert zudem die Nebenbedeutung des sozialen Aufstiegs, der mit handfestem Wohlstandsgewinn verbunden ist. An diesen ikonografischen Transformationen wird einmal mehr die für Mythenbildung so charakteristische semantische Beweglichkeit ablesbar. Widersprüchlichkeit, die man mit logischen Maßstäben konstatieren könnte, hat in diesem System der Verschiebungen wenig Wirkkraft. Im Gegenteil, es ist das Ziel, verschiedene Welt- und Selbstbilder anzusprechen, die zu einem vertieften und ausdifferenzierten Affektszenario führen.