



TEXT *Vincent Bouvet*
FOTOS *Sam Armstrong*

TRANSPARENTE IKONEN

Schnelle Autos, Stromliniendesign und helle Lichter prägten die 1920er Jahre - und das gilt auch für die Kühlerfiguren des Art déco Designers René Lalique. Gefertigt aus schimmerndem Glas statt aus dem üblichen Metall, gaben sie jedem Luxusauto den letzten Schliff



FOTOS: MITT DANK AN DAS NATIONAL MOTOR MUSEUM, BEAULIEU ALAMY

In der neuen Welt, die aus den Wirren des Ersten Weltkriegs hervorging, wurden der Mythos der Geschwindigkeit und die dazugehörige Maschinenästhetik zum Markenzeichen der Roaring Twenties. Das Kulturleben spiegelte die Sucht nach permanenter Bewegung wider: Man denke etwa an *Pacific 231* (oder *Mouvement symphonique nr. 1*), Arthur Honeggers musikalische Beschwörung der Lokomotive von 1923, an Paul Morands Geschichte eines Mannes in Eile, *L'Homme pressé* (1941) oder auch an F. Scott Fitzgerald und viele andere.

Nach dem Ersten Weltkrieg eroberte das Automobil die Städte. In Berlin wurde am Potsdamer Platz die erste Ampelanlage Kontinentaleuropas aufgestellt. Autorennen und Rallyes waren gesellschaftliche Events. Im Mikrokosmos unbegrenzter Muße stellten Wettbewerbe zur „automobilen Eleganz“ die vereinten Talente von Couturiers – Jeanne Lanvin, Jean Patou oder Madeleine Vionnet – und Karosseriebauern wie Henri Binder, Jean-Henri Labourdette oder Henri Chapron zur Schau. Das Auto war eine primär männliche Leidenschaft, doch 1925 inspirierte es auch Sonia Delaunay, einen Citroën B12 in ein künstlerisches Manifest auf Rädern zu verwandeln, mit farbenfrohen geometrischen Motiven wie bei ihren Damenkostümen und Accessoires.

Der Juwelier und Glasmacher René Lalique (1860-1945) machte 1906 seinen ersten professionellen Ausflug in die Welt des Automobils, als er eine Goldplakette für den Sieger der Targa Vincenzo Florio entwarf, einem Rennen über die Straßen Siziliens. Doch erst 1925 begann er mit der Produktion von Figuren (oder „Maskottchen“) als Schmuck für den Kühlergrill von Luxusautos. Obwohl der Kühlerdeckel mit dem Verschwinden der sichtbaren Kühlkreisläufe nicht mehr notwendig war,

gehörte diese Dekoration auf der Motorhaube einfach zum perfekten Look. In den 1920er und 30er Jahren wurden weltweit Tausende von ihnen gefertigt, damit jeder Fahrer glänzen konnte, je nach persönlicher Fantasie (und Geldbörse). Fast alle diese stilisierten Maskottchen waren aus Metall gegossen und mit Chrom, Silber oder polierter Bronze überzogen.

René Lalique bot 30 verschiedene Modelle an. *Victory* (oder *Geist des Windes*), *Fünf Pferde*, *Geschwindigkeit*, *Epsom*, *Komet*, *Fuchs*, *Eule*, *Longchamp A* und *B* und einige andere Modelle wie *Chrysis* waren, mit einem Chromring am Sockel befestigt, als Kühlerdeckel gedacht. Sie wurden aus formgepresstem Glas hergestellt, das patiniert, opalisierend oder farbig sein konnte; Kristallglas verwandte er für die Maskottchen nie.

1925 schuf Lalique *Fünf Pferde*, *Komet* und *Falke*, 1926 den *Bogenschützen*. Überaus produktiv war das Jahr 1928: dem *Zwerghahn* folgten verschiedene Köpfe –



Vorherige Seite: eine Nahaufnahme von *Victory* (Sieg), auch bekannt als *Geist des Windes*, zeigt die satinierte Haut und das klare Glas der im Wind wehenden Haare. Seite gegenüber: Die *Große Libelle* hat die amethyst-

farbenen Flügel hochgestellt. Erhältlich war sie auch mit einer raffinierten Vorrichtung zur Beleuchtung von innen, die kombiniert mit einer rotierenden Scheibe die Illusion erzeugte, das Insekt schlage im Takt der Geschwin-

digkeit des Autos mit den Flügeln. Unten: *Victory* auf einem Packard Twelve Torpedo Cabriolet von 1938. Die 1928 zum 10. Jahrestag des Waffenstillstands produzierte Figur war ein großer Erfolg auf dem Salon de l'Automobile in Paris

Sperber, *Widder*, *Adler* und *Pfau* – dann ein *Windhund*, der *Heilige Christophorus*, eine *Schwalbe*, eine *Libelle* (klein und groß), ein *Frosch* und *Victory* (Sieg). 1929 kamen *Longchamp A* und *B*, *Epsom*, *Wildschwein*, *Barsch*, *Geschwindigkeit*, *Houdan-Huhn* und *Perlhuhn* hinzu. Diese Reihe von Kühlerfiguren endete mit dem *Fuchs* 1930 und *Chrysis* im Jahr 1931. Die Höhe der Maskottchen variierte – ohne Halterung – von 9 bis 20,5 cm, die Breite von 12,5 bis 25,6 cm.

Das Pferd spielt eine Hauptrolle. *Fünf Pferde*, 1925 für Citroën entworfen, ist das einzige tatsächlich von einem Automobilhersteller in Auftrag gegebene Maskottchen. *Epsom* (mit satiniertem Oberflächen und polierter Mähne) und *Longchamp* erinnern an die legendären Rennbahnen in England und Frankreich, wobei die Linienführung des Letzteren von den Friesen des Parthenon inspiriert zu sein scheint.

Das Sujet der Jagd ist durch *Falke*, *Windhund*, *Perlhuhn*, *Fuchs* und *Wildschwein* vertreten, während *Frosch* und *Eule* das ländliche Thema fortsetzen. Die Köpfe bilden eine reizvolle Serie von Vögeln – *Adler*, *Sperber*, *Pfau* und *Hahn* – ergänzt durch den *Widder*. Alle sind Kreaturen mit Konnotationen von Triumph, sogar Aggression. Der *Komet*, dessen Bewegung an das von Gabrielle „Coco“ Chanel 1932 entworfene Schmuckstück erinnert, beherrscht die Erde, während der *Barsch* das Wellige des Flusses hat, so wie die *Libelle* und die *Schwalbe* die Bewegungen der Luft heraufbeschwören.

Darstellungen menschlicher Gestalten sind selten. *Sirenen* und *Najaden* gehören ins Reich des Mythos. *Victory* ist mit ihrer satinierten Oberfläche und dem polierten, im Wind wehenden Haar mehr Symbol als Person. Nur *Geschwindigkeit* und *Chrysis* scheinen, wie ihre zurückgebogene Haltung nahelegt, das Gefühl des Windes auf

Ein Beleuchtungssystem mit Sechs-Volt-Dynamo ließ die Figuren von innen erstrahlen

ihren nackten Körpern zu genießen. Durch die Einfachheit der in einem Kreis gehaltenen Linien erinnert der *Bogenschütze* mit seinem Intaglio-Motiv und der satinierten Oberfläche an antike Skulpturen, der *Christophorus* an das fürsorgliche Bild des Schutzpatrons der Reisenden. Der Legende nach war Anfang des 20. Jahrhunderts eine Statue des Christophorus, die ein Auto des zweiten Barons Montagu von Beaulieu zierte, das erste Maskottchen überhaupt.

Die Transparenz des Glases der Kühlerfiguren ermöglichte zusätzliche Effekte durch farbiges Licht von innen. Ein Patent vom 22. Januar 1929 beschreibt den „leuchtenden Deckel für Automobilkühler“: Ein

Beleuchtungssystem, angetrieben durch einen Sechs-Volt-Dynamo, ließ die Glasfiguren von innen erstrahlen. Die Helligkeit variierte mit der Geschwindigkeit des Wagens und der Tageszeit. Ein kleines Stück koloriertes Glas oder ein Blatt Gelatine genügte, um das Ganze einzufärben.

Der britische Markt nahm Laliques Entwürfe begeistert auf, und er selbst war anglophil, seit er von 1876 bis 1878 in London studiert hatte. Um die Nachfrage nach Kühlerfiguren zu befriedigen, begann Laliques exklusiver Wiederverkäufer in London, die Galerie Breves in Knightsbridge, seine Kreationen auf ihre eigenen signierten Metallfassungen zu setzen. So verkauf-

te die Firma etwa *Sirene* als Maskottchen, was in Frankreich nie geschah. 1929 entwarf Lalique für den Prince of Wales (den späteren Edward VIII.) einen zum Sprung ansetzenden *Windhund*, hergestellt in stark limitierter Auflage.

Ab 1937 verschwanden die Kühlerfiguren aus Sicherheitsgründen aus dem Katalog, wurden jedoch in England weiterhin verkauft. Lalique vermarktete nach denselben Modellen und Formen hergestellte Objekte als Statuen, Briefbeschwerer oder Buchstützen auf Sockeln aus schwarzem Opalglas.

In Frankreich besitzt die Cité de l'Automobile, die luxuriöse Wagen der Zwischenkriegszeit ausstellt, eine Sammlung von

über hundert Kühlerfiguren. Das Mullin Automotive Museum in Kalifornien ist eine weitere Fundgrube französischer Art déco-Automobilkunst: Viele der Bugattis, Delages, Delahayes, Hispano-Suizas, Avions Voisins und Talbot-Lagos prunken mit prächtigen Kühlerfiguren.

Und schließlich beherbergt das National Motor Museum in Beaulieu, England, seit 2018 eine private Sammlung von 28 Lalique-Maskottchen. Es handelt sich um eine Leihgabe, und das Museum sucht die Mittel, um die Sammlung zu erwerben. Der Besitzer, Ben Haynes, Präsident und Gründer des Auktionshauses Dawsons, begann mit dem Sammeln, als dem erfahrenen Angler

bei einer Auktion ein Barsch ins Auge fiel. Er recherchierte alles zu Lalique – und hing am Haken. Weitere Ankäufe folgten.

Heute fehlen Haynes zur Komplettierung seiner Sammlung nur noch der *Komet*, die *Eule* und der *Fuchs* – kein Wunder, denn das sind die begehrtesten Stücke. Die weltweite Nachfrage nach Raritäten ist groß, entsprechend hoch die Preise, besonders für Exemplare in gutem Zustand. Wegen ihrer Zerbrechlichkeit sind unbeschädigte Kühlerfiguren schwer zu finden. Vermutlich das wertvollste Stück in Haynes' Sammlung ist *Victory* mit einem Wert von etwa 30.000 £ (35.000 €). Die einzige in Bezug auf Vollständigkeit vergleichbare Kollektion

anmutig den Kopf, Schwanz und Flügel zeigen in die Luft. Unten links: 1925 wünschte sich André Citroën die tänzelnden *Fünf Pferde* (hier aus amethystfarbenem Glas) für seinen neuen 5CV, eine Hommage an den ersten Torpedo von Citroën von 1922. Unten rechts: Auch dieser *Zwerghahn* aus topasfarbenem Glas mit rauchbraunen Schwanzfedern und Kamm ist ein Entwurf von 1928. Der Sockel trägt die Signatur „R Lalique“

