

Motor

Die scharfe Delikatesse im bitteren Dunst

Lamborghini im Prospekt / Eine Hitze, die lebt aus dem Nebel der Ebene des Po / Des Bürgers Traum im Bild

VON WOLFGANG PETERS

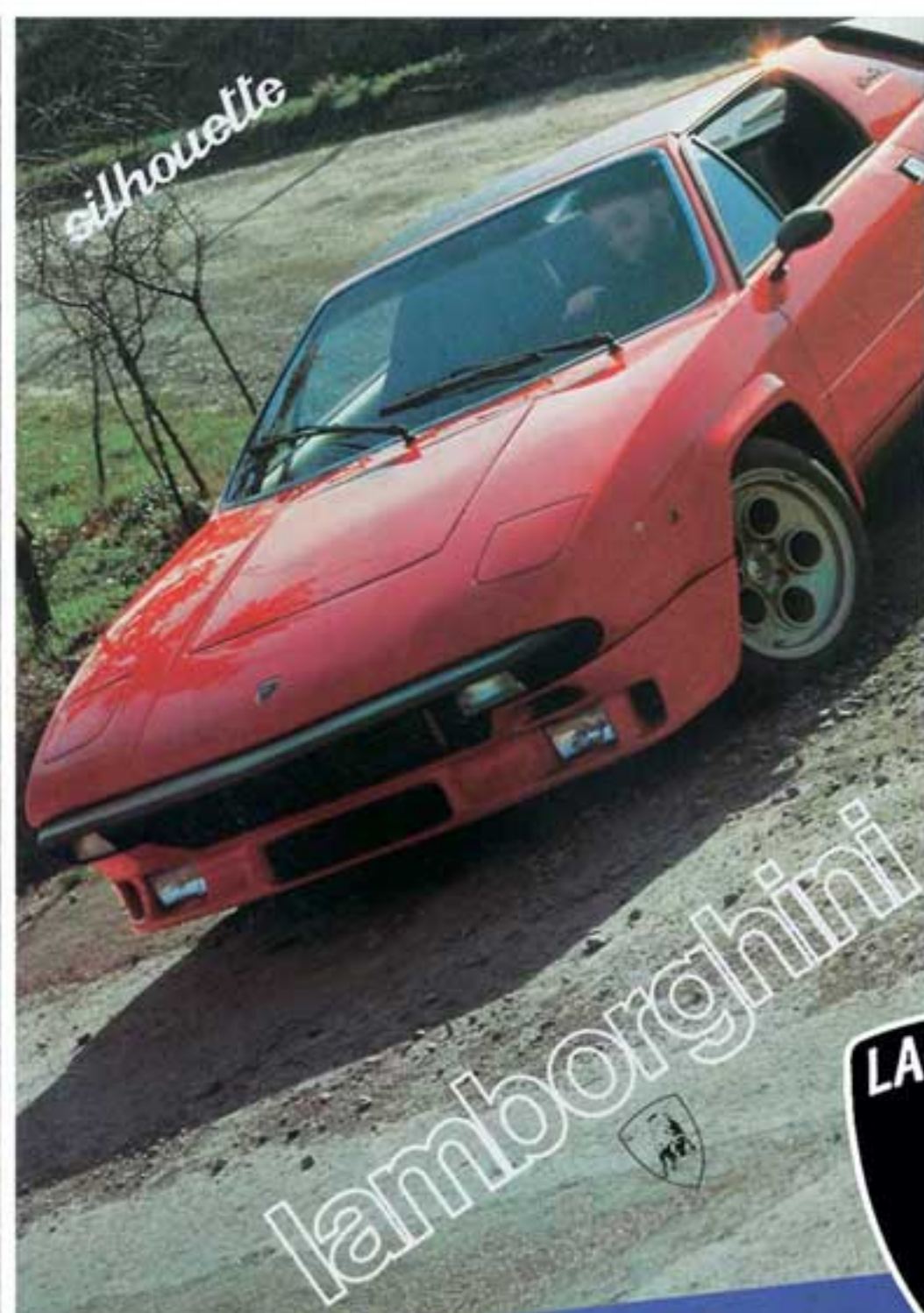
Die italienische Automarke Lamborghini existierte bis vor kurzem unter Ausschluß der Öffentlichkeit. Jetzt gehört sie zu Audi, und wir entdecken mit ihr ein weites Land der Ideale und Idole, der Phantasie und der Faszination. Reiseliteratur liefert dafür eine überaus reizvolle Zusammenstellung der Marken-Prospekte, mit denen versucht wurde, die extraterrestrischen Lamborghini zu verkaufen. Dabei kommt es nicht nur auf die Autos an, faszinierend waren sie schon immer. Die Form der Fotografie, die einstigen Texte und die Komposition der Verkaufsprospekte sind auch eine Reise durch die Zeiten aus den frühen sechziger Jahren bis in die Gegenwart.

Ferruccio Lamborghini, selbst eine Persönlichkeit mit Anlagen zur Legendenbildung, hatte dafür gesorgt, daß im November 1963 der erste Sportwagen mit seinem Namen der Öffentlichkeit präsentiert wurde: Der 350 GT war zu einem hinreißend eleganten Sportwagen geworden und gleichzeitig zum Transformator bürgerlicher Ideale: In den Prospekten seiner Zeit parkt er vor einem herrschaftlichen Haus, man hört fast den Kies unter den Rennreifen knirschen und das Geräusch der Schuhe mit den hohen Hacken, auf denen eine unbekannte Schönheit mit schwarzer Hochfrisur und teurem Jackenkosum eine von Topfpflanzen gesäumte Treppe herunterstößt. Ein Fenster des 350 GT ist geöffnet, ein Mann ist nicht zu sehen, fährt die Dame selbst? Auf einem anderen Bild ist wieder der großzügige Herrrensitz im Hintergrund, zahlreiche Pflanzen in Töpfen aus Ton.

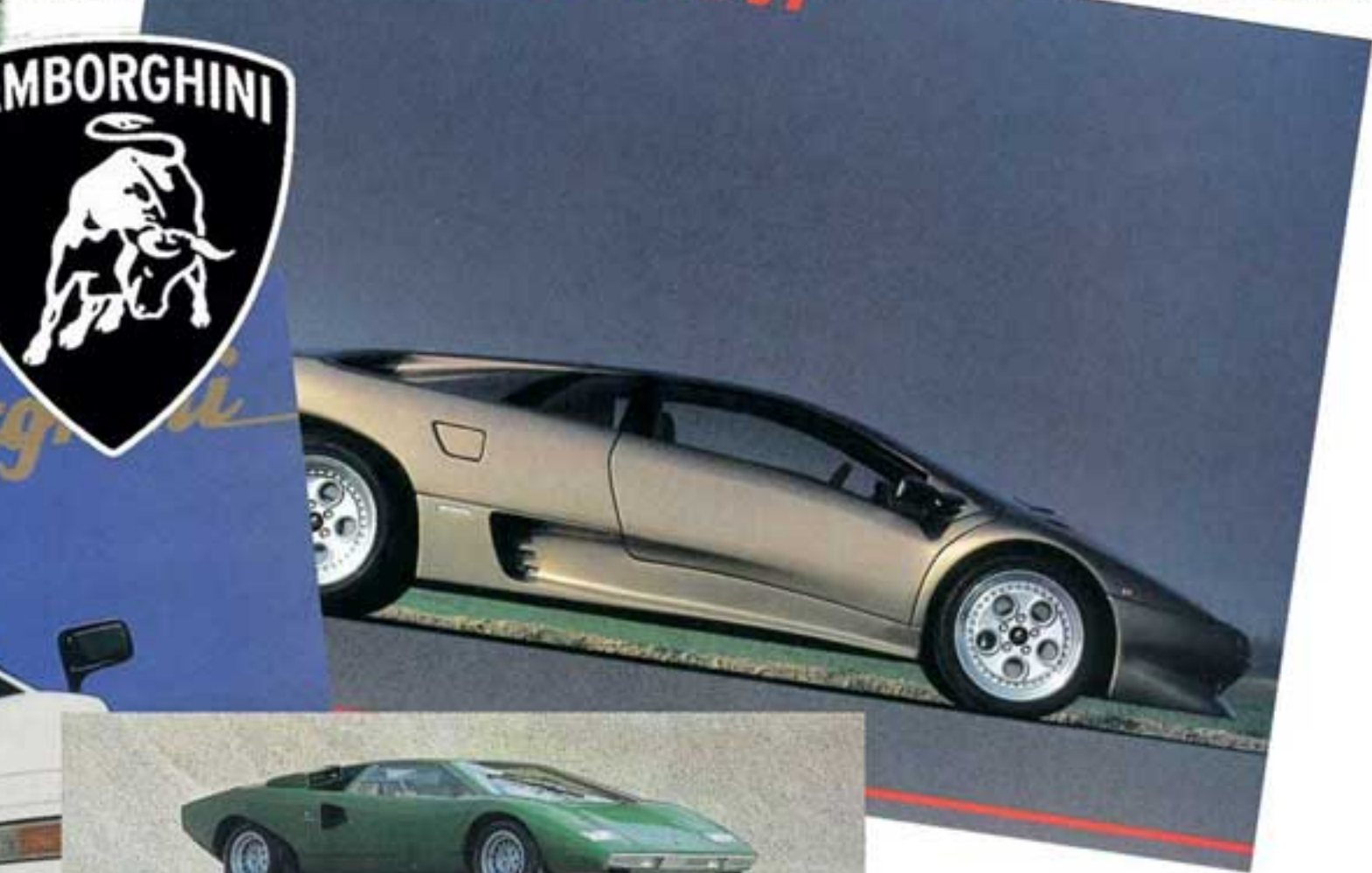
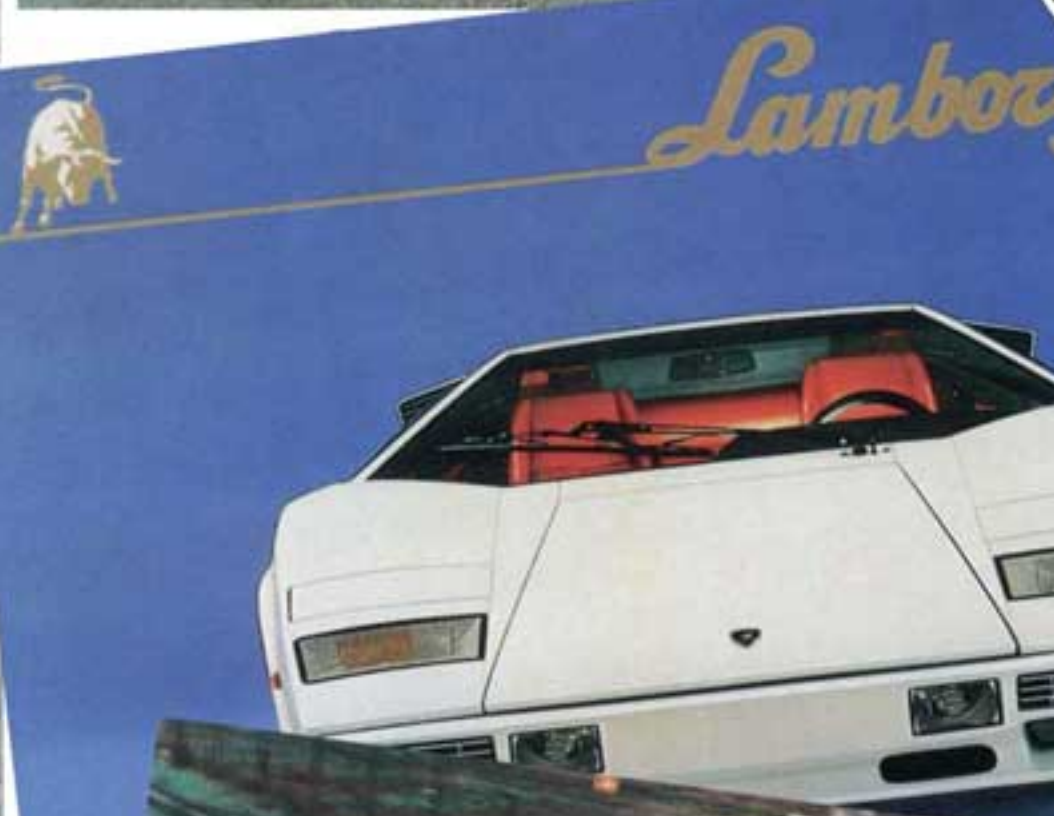
Vor dreißig, vierzig Jahren waren auch Sportwagen mit Muskeln keine Monster. Sie trugen Maßanzüge und -hemden, quasi mit Krawatte. So wie Lemmy Caution, der zur zweiten Natur von Eddie Constantine geworden war und der auch nach schlimmen Prügeleien nie seine konfektionelle Korrektheit verloren hatte. Auch die ersten Lamborghini waren dem Landadel verpflichtet, den Maschinenproduzenten mit Hang zum Verfeinerten.

Auch der elegante Lamborghini 350 GT ließ keinen Zweifel daran, gegen wen er anzutreten hatte: Ferrari war das Ziel, und deshalb kam er gleich mit einem Bilderbuchmotor und einer Künstlerkarosse. Zusammen war das eine Delikatesse: Das Aluminiumtriebwerk hatte zwölf Zylinderchen, 3464 Kubikzentimeter Hubraum, bei 6500/min gab es 270 PS, damit kam das 1200 Kilo wiegende Auto auf 150 km/h. In der Ebene des Po glich der schnelle Lamborghini damals trotz seiner wohlherzogenen Erscheinung einem Phantom, wenn er mit aufgeblendeten Scheinwerfern in einer Wolke aus Pappelbaumblättern auftauchte und den Nebel zerteilte wie der Metzger das Filet.

Auf den 350 GT folgten zunächst der 400 GT 2+2 und der Miura P 400. Während die ersten GT noch dem Ideal der fahrbaren Visitenkarte für den kultivierten Herrenreiter huldigten, war der Miura ein Pfeil, der direkt ins Herz von Ferrari gezielt war. Der 27 Jahre alte Designer Marcello Gandini aus dem Büro von Nuccio Bertone hatte für Mitte der sechziger Jahre einen Sportwagen gezeichnet, der schon im Stand die Kraft des Stieres zeigte. Diese war (und ist) das Markenzeichen von Lamborghini, und in einer Prospektaufnahme wird eines dieser Tiere mit dem Miura konfrontiert. Da gibt es durchaus eine Verbindung, man ahnt bei Stier und Auto, was passiert, wenn man sie von der Kette läßt. Wobei das Auto nicht automatisch der Sieger geworden wäre. Der Miura war ein Mittelmotorsportwagen ohne Kompromisse, 300 km/h wurden für ihn versprochen, und er machte Lamborghini in Hollywood salonfähig. Dean Martin hatte einen und auch Frank Sinatra. Die Prospektsprache für Bilder und Texte



LAMBORGHINI 350GT



Die Harmlosigkeit alter Prospekte: Aber mit dem letzten Gasstoß nach einer langen Fahrt im Countach kann man aus jeder Mauer dieser Welt den Mörtel fliegen lassen. Ob man noch die Kraft zum Lachen hat, ist eine andere Frage.

hatte sich in den siebziger Jahren gewandelt. Nicht mehr das repräsentative Anwesen begleitete die Lamborghini. Jetzt standen die Autos vor Flugzeugen, Details wie offene Hauben und Türen waren gefragt, das Ambiente des Innenraums mit Holz, Leder und Teppichen auf dem Boden war im Fokus. Und schöne Frauen wurden überhaupt nicht mehr zur Dekoration eingesetzt. Männer kamen in Mode, und sie saßen mit karierten Sakkos hinter riesigen Lenkädern, die Kränze trugen, als wären sie aus einem einzigen Spaghetto geformt.

Lamborghini war rastlos. Der Erfolg des Miura hatte ihn nicht gebremst. Es folgten der zu schlicht gehaltene Islero und der in die Breite gegangene Espada, der unter seiner Haube vier Liter Hubraum und zwölf Zylinder und in seinem Innenraum vier Passagiere versammeln konnte. Er wirkt noch heute überdimensioniert, wie eine Portion Farfalle für vier Personen auf einem einzigen Teller. Von diesem Espada gab es noch verschiedene Varianten und Modell-Generationen, manche mögen ihn klassisch-elegant finden, wir mochten ihn eigentlich nie so richtig. Vielleicht liegt das auch daran, daß ein Lamborghini mit vier Sitzen keiner sein kann. Diese Jahre waren sehr erfolgreiche Jahre für Ferruccio L. Seine Klientel balgte sich beinahe um die Autos, er konnte sie zuteilen, und es gab Amerikaner, die weinend vor ihrem Miura S zusammengebrochen waren, nachdem das Auto als Scheidungsmasse an die einstige Ehefrau gehen sollte. Verbürgt ist, daß mindestens in einem Fall das Scheidungsbegehren zurückgenommen worden war. Auf dem Weg zu jenen Fahrzeugen, von denen die Marke ultimativ geprägt wurde, liegen der Urraco, der aus ihm hervorgegangene Silhouette, der Jalpa 3500, der

Countach

PRESTAZIONI
0-100 km/h: 5,8 sec
0-200 km/h: 14,5 sec
0-300 km/h: 23,5 sec
0-400 km/h: 31,5 sec
0-500 km/h: 38,5 sec
0-600 km/h: 44,5 sec
0-700 km/h: 50,5 sec
0-800 km/h: 56,5 sec
0-900 km/h: 62,5 sec
0-1000 km/h: 68,5 sec

PERFORMANCE
MAX. VELOCITÀ: 288 km/h
CONSUMO (litri/100km):
Ciclo urbano: 18,5
Ciclo extraurbano: 10,5
Ciclo misto: 14,5

FAMIGLIESTILI
Lamborghini 350 GT
Lamborghini 400 GT 2+2
Lamborghini Miura P 400
Lamborghini Islero
Lamborghini Espada

„Moo2 (ja, das war das kistenförmige Geländemonster für die Falkenjagd), auch bekannt als „Rambo Lambo“. Im März 1973 kam der Countach an die Öffentlichkeit. Auf den ersten Blick war der Anblick des Autos wie ein Schlag in die Magengrube des mobilen Ästheten: Abermals Gandini hatte sich mit seiner bitteren Liebe zur Geometrie von allem entfernt, was bisher als gültig galt für schnelle Sportwagen. Der Countach (der Name soll im piemontesischen Dialekt für einen Ausruf des Erstaunens stehen) gilt mittlerweile als Design-Ikone. Für den Prospekt wurde der reinste Keil, der je auf Rädern 288 km/h erreichte, in einer Kiesgrube fotografiert. Das Auto sieht aus, als sei es gerade gelandet. Und der Countach wurde zum Vater der Diablo und Gallardo, mit denen man noch heute den Mörtel aus allen Mauern dieser Welt fliegen lassen kann.

Lamborghini - Die Prospekte. Von Jürgen Lewandowski. Verlag Delius Klasing, Bielefeld. 152 Seiten, zahlreiche Abbildungen, 19,90 Euro.