



Steve McQueen poserer for Cosmopolitan i 1964. Ferrarier er hans egen.

potente køretøj er afprøvet og godkendt af en, der burde vide, hvad han taler om – Terrence Steven McQueen, alias Frank Bullitt, manden der gav Ford Mustang stjerne-status på film tilbage i 1968.

»BULLITT« HED FILMEN, og Frank Bullitt hed hovedpersonen, som McQueen lagde krop til. Filmen er gået over i filmhistorien for en af de længste og mest spektakulære biljagter på det hvide lærred nogensinde. McQueen alias Bullitt jager bad guys (kørende en Dodge Charger) gennem San Franciscos gader i sin (nå ja, rigtig gættet) Ford Mustang Fastback GT. Hvem andre end netop Steve McQueen kunne derfor være bedre til at bygge bro mellem fortid og nutid?

Mustang-stunt'et i Fords ny reklamefilm er godt gået – og kørt – når man tager i betragtning, at Steve McQueen har været død i 25 år. Det lader sig naturligvis alene gøre ved hjælp af stand-in og billedmanipulation, og den posthume indsats har gjort McQueen til bobler på Top 10 listen over *Top earning celebrities* i 2004 – en liste, der i årevis har været toppet af Elvis Presley.

Men Bullitt eller ej – er det så ikke en risikabel satsning at trække en for længst afdød Hollywoodstjerne frem af stalden i en salgskampagne anno 2005?

Ford Motor Company var ikke i tvivl; McQueen var den den bedst tænkelige salgsmænd – og så var han til salg hos The Steve McQueen Estate. Tom Corder fra J. Walter Thomson, der har lavet Fords kampagne, sagde til *New York Times*, at »Steve McQueen is an icon and the car is an icon.« Hos Ford udtalte communication manager Rick Stoddart i efteråret 2004 til *Forbes' Magazine*, at man gerne ville nå det segment (læs: det grå guld), som var var gamle nok til at kunne forbinde Steve McQueen med hurtige biler og især med Mustang. Det yngre publikum er dog den primære målgruppe, og der er det interessant, at Rick Stoddart var på det rene med, at de fleste potentielle Mustang-købere under 30 år faktisk ikke aner, hvem Steve McQueen er, men marketingundersøgelser har vist, at samme gruppe synes, at han i reklamefilmen »... looked really cool.«

Og det må de have ret i, for i England har Steve McQueen i år på internettet vundet en afstemning om at være »The Coolest Celebrity Ever«. Med i opløbet var Elvis, Muhammed Ali, Al Pacino, Robert de Niro og Frank Sinatra, mens evigt unge Cliff Richard sikrede sig en sikker og urørlig sidsteplads!

STEVE MCQUEEN VAR EN af sin generations allerstørste stjerner, og det gav ham i 1974 rekordhonoraret 14 millioner dollar for rollen i katastrofefilmen »Det Tårnhøje Helvede«. Det er mange penge også i dag, men det var en horribel formue for 30 år siden, og McQueen var Hollywoods suverænt dyreste dreng.

Men Steve McQueen har – lidt a la den langt tidligere James Dean – snarere skabt sig et image på sin person og ikke sine film. James Dean døde purung og efterlod sig kun tre egentlige filmroller – og en enorm

40 år efter første gang at være rullet fra samlebåndet i Detroit, relancerede Ford sidste år sin Mustang, en af de største sportsvognsucceser i amerikansk bilhistorie. Allerede få år efter »fødslen« i 1964 var Mustang blevet en tung, vulgær amerikanylde, og i 70erne og 80erne lagde Mustang navn til kedsommelige mainstream-øser.

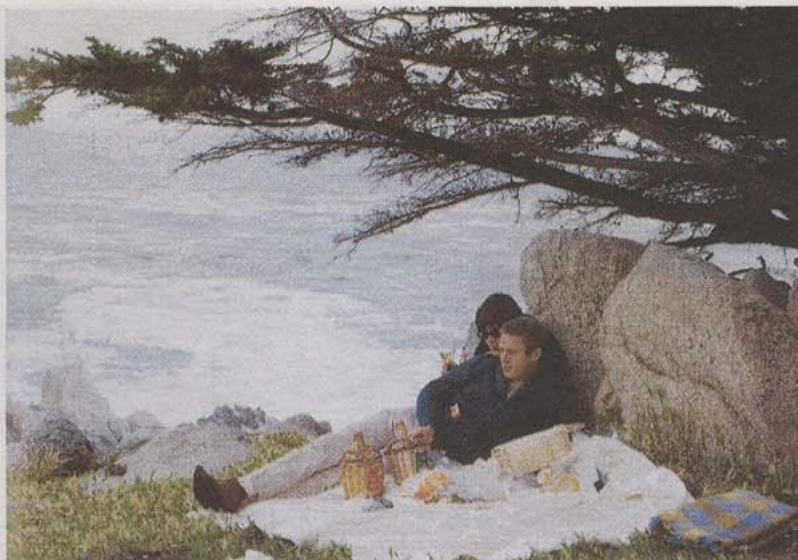
Men med årgang 2005 var ørkenvandringen forbi. Ford Mustang var tilbage i muskelsvulmende, klassiske former og ridende på den retrobølge, som også har ført Mini Cooperen, VW Beetlen etc. frem.

Der er også dømt retro i Fords reklamekampagne for den hjemvendte søn. I reklamefilmen ses en all American farmer tage mejetærskeren og i et snuptag fælde en rute i sin enorme majsmark, så det fældede område set fra luften udgør en veritabel Daytona-racerbane. Asfalt og fartstriber føjes til i en fart, der alene er mulig i reklamefilm, og så åbner farmer-fyren garagen, hvor den spritnye Ford Mustang står på spring. Han kører hen til startstregen, stiger ud og spejder hen ad vejen, hvor majsmarken rejser sig mandshøjt på begge sider. Frem fra majsmarken (og fortiden) træder Steve McQueen og går langsomt hen mod det famøse køretøj – skridter vejen af, som var det high noon, og som om han nærmede han sig en duellant. Han kommer mod os som en mellemting mellem Clint Eastwood, James Dean og The Marlboro Man – som Steve McQueen.

Farmeren kaster nøglerne til McQueen, som tager et par omgange i Mustangen. »The legend lives,« lyder det dobbelttydigt i voiceover. Det



Steve an Nelle



Picnic ved Carmel på den californiske kyst.

myte. McQueens liv og værk var større; han døde tidligt, men dog som 50-årig i 1980 og havde mere end et dusin film bag sig, men ikke desto mindre er det på tilsvarende vis hans person og i mindre grad filmene, der står tilbage.

En skuespiller som Robert De Niro er berømt for sin *method acting* – for så at sige at tage sine roller på sig og blive sin karakter. I Steve McQueens tilfælde var det nærmest omvendt – rollerne blev næsten til ham. Han var altid først og fremmest Steve McQueen – hård, usentimental og opfarende, indadvendt og afmålt, men tydeligvis følsom under den hårde overflade og det utilpassede gemyt. På lærredet såvel som privat.

Andre stjerner har også været stilikoner, men ingen har i samme

grad som Steve McQueen fastholdt positionen. Eksempelvis var Elvis, Marlon Brando og James Dean også trendsættende, men de var det i nuet og nåede ikke på samme måde ud over deres tid.

Steve McQueen var og er især kendt for det hårtslående og de mange hestekræfter, men han havde ikke samme svedige »wild ungdom« look som en Marlon Brando. Brando var en tikkende testosteronbombe i en hvid T-shirt. McQueen kunne også svede tran i motorcykeloutfit, men han var mere velovervejede casual i sin fremtoning – mere stilsikker og lækker på en stueren måde.

Steve McQueens stil sendte ham som den første mand nogensinde på forsiden af modemagasinet Harper's Bazar, i februar-nummeret 1965. Allerede året før havde han poseret i Cosmopolitan Magazine i en

»



Steve McQueen var en af sin tids allerstørste stjerner i Hollywood.

modereportage for designeren Rudi Gernreich. På billedet gi'r McQueen den med nålestribet suit, solbriller, champagne under armen og en fotomodel for sine fødder. Ferrari'en har han selv medbragt – det var blot en af hans 55 biler (og 210 motorcykler og fem flyvemaskiner!)

BILLEDET I COSMOPOLITAN er taget af vennen og fotografen William Claxton, der fulgte Steve McQueen livet igennem. Claxton har netop udgivet en billedbiografi med billede efter billede af McQueen, casual i polo T-shirts, åbenstående skjorter, lette habitter, smalle jeans, solbriller, diminutive badebukser etc. Det er den private Steve McQueen, men det kunne næsten lige så godt kunne være regulære modereportager. Jeans-fabrikanten Levi's har da heller ikke i sine reklamekampanjer overset, at McQueen gerne gik i fimaets jeans.

På to af Glaxtons fotos er McQueen og frue på picnic ved den californiske kyst, og udover, at parret bl.a. medbringer ikke mindre end to 1,5 liters vinflasker, kan den opmærksomme på stjernens fodtøj se, hvordan liv og værk går ud i ét: McQueens sko er den selvsamme variant af *chukka boots*, som han gjorde berømt i Bullitt. Chukka boots er bedre kendt som ørkenstøvler, og i dette tilfælde det italienske luksusmærke, J.P.Tod's. Modellen går under betegnelsen »Tod's Driving Shoes« og blev oprindeligt designet til ejeren af Fiat, Gianni Agnelli. Mere end 35 år efter Frank Bullitts biljagt kædes skoene stadig sammen med filmen, og enhver kan for beskedne 3.500 kr. gå i legendens fodspor.

I motorsportsfilmen »Le Mans« fra 1971 flasher McQueen et armbåndsur, der gennem årene havde vist sig at være så populært (ikke mindst på markedet for brugte ure), at ur-producenten, Tag Heuer, relancerede uret i år

2000 – nu med McQueens kontrafej i den medfølgende instruktionsbog. Også Rolex-modellen Explorer II er i den grad blevet forbundet med skuespilleren, at det ofte, omend uofficielt, omtales som model »Steve McQueen«.

På Rolex-fronten må McQueen dog se sig slået af skuespillerkollegaen Paul Newman, som i racerbilsfilmen »Winning« fra 1969 bærer kult-uret Rolex Daytona i en særlig Paul Newman-udgave.

Til gengæld er der næppe skrevet så mange sange om Newman, som der er om Steve McQueen. Rolling Stones, Beastie Boys, Sheryl Crow og såmænd danske Søren Kragh-Jacobsen er bare nogle af dem, der har sunget om manden med de hurtige vaner og hippe tøjvaner. Rolling Stones foragede med at synges om »... giving head to Steve McQueen ...« og Prefab Sprout's fik boet på nakken, da de slet og ret kaldte et album for »Steve McQueen« og derefter måtte omdøbe det til »Two Wheels God« på det amerikanske marked.

Sheryl Crow slap til gengæld af sted med at opkalde en enkelt sang på albummet »C'mon C'mon« efter filmlegenden, og omkvædet går, så man tænker, at Ford ikke tog helt fejl, da de castede posthumt til Mustang-reklamen:

»Like Steve McQueen, All I need is a fast machine ...« ■

Steve McQueen. William Claxton photographs. Forlaget Taschen

Den aktuelle reklamefilm hedder »Cornfield« og kan findes på www.fordvehicles.com/nextgeneration

m-s@berlingske.dk