

# Lesefutter rund ums Auto

## US-Werbung zwischen Kunst und Kommerz

Glückselig steht der Herr mit Hut an seinem 1958er Edsel, auf dem Arm sein Sohn, im Hintergrund ein schickes Häuschen. Über der Szenerie prangt der Slogan „They'll know you've arrived, when you drive up in an Edsel“, wörtlich etwa „Sie wissen, dass du es geschafft hast, wenn du in einem Edsel vorfährst“. Eine aus heutiger Sicht amüsante Aussage, denn der Ford-Ableger geriet zum Mega-Flop. Doch so war sie, die schöne neue Welt der Autowerbung in den USA. Auf knapp 500 Seiten nimmt der Prachtband „Classic Cars“ den Leser mit zu einem Spaziergang durch 100 Jahre Automobilgeschichte anhand von alten Anzeigen. Garniert mit fundierten Anmerkungen kann man spannend verfolgen, wie sich die Mentalität im Auto-Land Amerika über die Jahrzehnte wandelte. In der Frühphase der

Massenmotorisierung nach 1910 setzen selbst Anbieter von Zubehör auf edel gemachte Anzeigen, es folgen die „Goldenen Zwanziger“, während in den 1950er-Jahren Autos zum Prestigeobjekt werden. Ab etwa 1965 werden die Spüchle frecher, woran die Werbung für den VW Käfer großen Anteil hat. Apropos Käfer: Auch europäische Marken kommen vor. Die grafische Gestaltung des Buches überzeugt, alle Motive sind gut lesbar. Allerdings sollte man einigermaßen gut Englisch beherrschen, um die Inhalte besser zu verstehen. Hervorragend ist das Preis-Leistungs-Verhältnis. (rh)

*Jim Heimann/Phil Patton, 20th Century Classic Cars, 480 Seiten, 29,99 Euro, ISBN: 978-3-8365-1463-7*

