

# JASMIN NICKLAS

VW Käfer und Citroën 2 CV auf dem Weg vom Konsumprodukt zum Kultobjekt. Eine deutsch-französische Zirkulationsgeschichte, 1945–1975.

Die Dissertation *VW Käfer und Citroën 2 CV auf dem Weg vom Konsumprodukt zum Kultobjekt. Eine deutsch-französische Zirkulationsgeschichte, 1945–1970* untersucht anhand der Beispiele der beiden Automobile die Genese moderner Kultphänomene. Dabei vereint die Studie die kultur-, wirtschafts-, konsum-, technik- sowie sozialhistorische Perspektiven unter einem neuen methodologischen Zugriff. Mit dem Begriff „Kult“ werden in der breiten Öffentlichkeit und insbesondere den Medien Produkte und kulturelle Erzeugnisse markiert, die ökonomisch erfolgreich waren und sind und denen zugleich eine übergeordnete, aber nicht näher definierte symbolische Bedeutung zugeschrieben wird. „Kult“ als Siegel für ein massenkulturell beliebtes Produkt wird nahezu inflationär gebraucht. Selbst in der Historiographie, die für einen besonders präzisen Umgang mit Sprache steht, finden sich Beispiele, in denen das Label „Kult“ mehr oder weniger unreflektiert kulturellen Erzeugnissen übergestülpt wird. So finden sich auch allenthalben für den Citroën 2 CV, den VW Käfer und weitere Fahrzeuge wie den britischen Mini oder den italienischen Cinquecento „Kult“-Charakterisierungen, die zwar konstatiert werden, denen jedoch nicht näher nachgegangen wird. Hier setzt die Studie an und stellt ein aktorszentriertes Untersuchungsmodell vor, das die Konsumprodukte entlang der vier Ebenen Ästhetik, Technik und Funktion, Ökonomie und Symbolik analysiert.

Inhaltlich kreist die Fallstudie um die Frage, wie der 2 CV von Citroën und der Volkswagen Käfer von simplen Konsumprodukten zu Kultobjekten im Europa der Nachkriegszeit aufsteigen konnten. Weshalb entwickelten sich ausgerechnet zwei Automobile zu Symbolträgern komplexer gesellschaftlicher, kultureller und ökonomischer Wandlungsprozesse? Geographisch begrenzt sich die Dissertation auf eine transnationale (west-)deutsch-französische Perspektive, wobei Einflüsse und Zirkulationsprozesse aus weiteren (west-)europäischen Staaten sowie insbesondere den USA stets mitgedacht werden. Darüber hinaus wird nach nationalen Eigenheiten wie grenzübergreifenden Gemeinsamkeiten im Entstehungsprozesses eines Kultstatus der beiden Fahrzeuge gefragt. Der Erkenntnisgewinn beschränkt sich jedoch nicht auf die Genese des Kultes: Vielmehr lassen sich durch die Auseinandersetzung mit derlei Entstehungsprozessen allgemeine Aussagen über die sozio-kulturelle Verfasstheit und Entwicklung der bundesdeutschen und französischen Gesellschaft treffen. Angesichts der zirkulatorisch verlaufenden Transfers der symbolischen Inhalte von VW Käfer und Citroën 2 CV



lässt sich eine asymmetrisch verlaufende Annäherung zwischen der westdeutschen und der französischen Gesellschaft feststellen: Während die westdeutsche Gesellschaft – zumindest linksintellektuell orientierte Bildungseliten – mit dem 2 CV positive Frankreichstereotype verbunden, blickte die französische Gesellschaft mehrheitlich skeptisch auf den weltweiten Erfolg des VW Käfers. Die Verbindung zum Nationalsozialismus blieb – wenn auch von der Presse zu keinem Zeitpunkt reißerisch ausgeschlachtet – innerhalb der Bevölkerung und des öffentlichen Diskurses ein zentrales symbolisches Motiv, gegen das die Volkswagen France S.A. trotz intensiver Öffentlichkeitsarbeit und Werbemaßnahmen nichts auszurichten vermochte. Demgegenüber steht die US-amerikanisch–westdeutsche Annäherung auf gesellschaftlich-kultureller Ebene, die sich durch eine in der Studie nachgezeichnete enge zirkulatorische Verflechtung von symbolischen Bedeutungsinhalten rund um den VW Käfer ausdrückte.