Automotive

»New Horizon« Art Car BMW E3: Die Idee hinter Wundercar und ramp.special

Ein Auto, das anregen soll, frisch zu neuen Horizonten aufzubrechen. Da folgen wir gerne und machen seinen Namen »New Horizon« zum Programm: ein Plädoyer für eine von Zukunftsoptimismus geprägte, positive, lebensfrohe

Aufbruchsstimmung. Und weil so ein Wundercar gerade jetzt wunderbar guttut, haben wir ihm spontan ein ganzes Special gewidmet. Und mit dem Initiator des »New Horizon«-Projekts Christian Zschocke gesprochen.

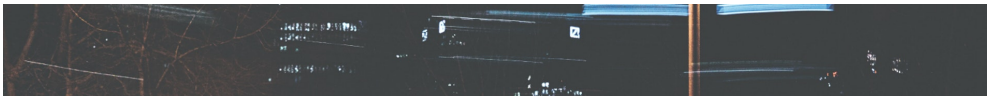
Text
Natalie Diedrichs

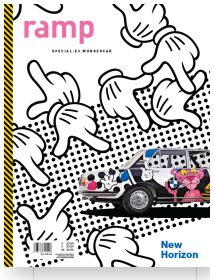
Bild
Matthias Mederer & Maximilián Balázs · ramp.pictures

Der BMW E3 New Horizon ist ein Kultobjekt mit zeitlosem Symbolcharakter, ein Auto, das immer wieder anregend Mut auf die Zukunft und den Wandel der Dinge machen soll. Und er zählt im Übrigen nicht zu den klassischen BMW Art Cars. Denn er war nie im Renneinsatz, um danach im Auftrag der BMW AG von einem kontemporären Künstler veredelt zu werden. Seine Mission ist vielmehr die Vision, als Klassiker den Zeitgeist von 1969 in die heutige Zeit zu transportieren.

Initiiert von Kunstliebhaber und Autoenthusiast Christian Zschocke, designt von Pop-Art-Künstler Heiner Meyer und lackiert von Art-Car-Profi Walter Maurer – der wiederum in den Entstehungsprozess vieler klassischer BMW Art Cars involviert war. Seine Premiere feierte der New Horizon 2018 auf und reist seitdem von einer Ausstellung zur nächsten – mit der Mission, die Menschen zu neuen Horizonten zu animieren.

Im Gespräch erklärt Christian Zschocke, wie sich das Auto fährt und was genau den Zeitgeist ausmacht, den es transportieren soll.





ramp.special #1

New Horizon

mehr aus dieser Ausgabe

Ausgabe kaufen

Abo abschließen

Wie kommt man denn auf die Idee, ein so besonderes Auto so besonders zu bemalen?

Das sind gleich mehrere Ideen. Man muss erstmal eine Idee haben, die Welt zu verbessern, um sich mit neuen Horizonten zu beschäftigen. Das war der Ausgangspunkt. Und wenn man dann die Idee hat, braucht man als nächstes irgendwas, woran man das festmachen kann. Und der E3 war für die Firma BMW eben ein neuer Horizont: das größte, schnellste Auto, mit dem sie den Marktführer herausforderten. Die haben mal was Richtiges gewagt. Das erschien mir als gute Basis für das Projekt.

Welche Botschaft wollen Sie mit dem Projekt vermitteln?

Das Projekt heißt New Horizon, weil der Betrachter des Autos angeregt werden soll, über seine eigenen neuen Horizonte nachzudenken. Sich neue Horizonte zu setzen, und zwar seine eigenen, so wie er sie für sich als richtig erachtet. Und versuchen sollte, oder angeregt werden sollte, diese dann auch zu erreichen.

Hat das Projekt bei Ihnen gewirkt?

Das Ganze war ein ziemlich neuer Horizont für mich. Das hat zum Beispiel gut funktioniert.

»Man muss erstmal eine Idee haben, die Welt zu verbessern, um sich mit neuen Horizonten zu beschäftigen.«

Wie fährt sich das Auto eigentlich, und wie fühlt es sich an, damit zu fahren?
Wir haben das Auto damals komplett auseinandergenommen. Also bis auf die letzte Schraube wurde alles ausgetauscht und überarbeitet. Das Auto ist wahrscheinlich besser als sein Auslieferungszustand. Und es fährt sich natürlich auch so. Ein Sechszylinder, 2,5 Liter Motor mit 170 PS. Das Ding fährt zweihundert, wenn man will. Ein sehr angenehmes Auto.

Sie haben 2016 gesagt, dass Sie das Auto gemacht haben, um etwas Positives zu schaffen, das die Welt verbessert. Ist die Mission geglückt?

Ich bin wirklich überrascht, wie sehr ich die Gedanken und Gefühle der Zuschauer getroffen habe. Wie viele Menschen sich haben ansprechen lassen durch dieses Projekt. Das hätte ich nicht erwartet. Ich hätte gedacht, dass die Leute sagen: "Schönes Kunstwerk." Aber diese wirklich unendliche Popularität, die das Auto gewonnen hat. Jeder hat es fotografiert, die Gespräche auf den Messen. Das kann man nicht kalkulieren, das ist einfach so gekommen. Zweitens ist die Message von 2016 aktueller denn je. Im Zeichen von Corona, wo man sich fragt, ob die Welt sich so weiterdrehen wird, wie sie sich bisher gedreht hat. Oder ob man was ändern muss. Und das sind die Ziele, die man sich setzen muss. Insofern glaube ich, dass wir mit dem Projekt gerade zur richtigen Zeit gekommen sind.

»Das Auto ist wahrscheinlich besser als Auslieferungsstand. Und fährt sich natürlich auch so.«

Das Auto wurde 1969 gebaut und transportiert auch den Zeitgeist dieser Zeit. Worum ging es damals?
Es ging um den Glauben an den technischen Fortschritt, siehe Concorde und Mondlandung. Dazu der Glaube an die Selbstbestimmung des Menschen, mehr Demokratie wagen. Und auch natürlich die Freiheit im persönlichen Umgang, die sexuelle Befreiung der etwas verklemmten Nachkriegszeit. Das heißt, sowohl im wirtschaftlichen, politischen und privaten Bereich herrschte Aufbruchsstimmung. Eine Zuversicht in die Zukunft, eine Selbstsicherheit etwas zu tun, etwas zu wagen. Und sich bestimmten Freiheiten hinzugeben. Das reflektiert nicht nur, dass man auf den Mond kommt, sondern auch, dass die Autos bunt waren, die Tapeten – alles war farbenfroh. Grün, gelb, rot, rosa. Wenn wir heute auf den Parkplatz gucken, sieht man graue und weiße Autos.

Wünschen Sie sich die heutige Zeit manchmal bunter?
Ich wünsche mir mehr Mut, mehr positive Unternehmung, mehr Freiheit. Und dass sich jeder seinen eigenen Horizont und seine eigenen Ziele setzt. Denn wenn du deine Ziele setzt und erreichst, dann bist du zufrieden und glücklich.

Hätten Sie gerne eine Zeitmaschine?
Also ob ich jetzt wieder ins Jahr 1969 zurückgehen will?

»Die wirklich unendliche Popularität, die das Auto gewonnen hat – jeder hat es fotografiert, die Gespräche auf den Messen. Das kann man nicht kalkulieren, das ist einfach so gekommen.«

Ja genau.

Nein. Ich bin total zufrieden. Ich habe den New Horizon, das ist meine Zeitmaschine. Der transportiert die Essenz von 1969, so der Plan, in unsere Zeit. Und ich freue mich wirklich unendlich, dass so viele Leute sich dafür interessieren. Und Gedichte gemacht werden, Lieder geschrieben werden, Gespräche entstehen, Zeitungen entstehen, Artikel geschrieben werden. Das können Sie sich gar nicht vorstellen. Wieso kommt das eigentlich? Weil es die Leute trifft und berührt.

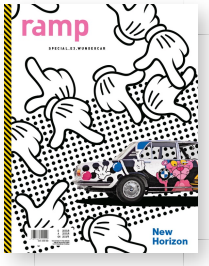
Warum berührt es die Leute so?

Ich glaube, dass bei diesem Projekt irgendwie alles zusammengekommen ist. Das Fahrzeug ist nicht so bullig, sondern das ist irgendwie freundlich, das lächelt einen so ein bisschen an. Das Design ist farbig, es ist fröhlich. Ich wüsste jetzt nicht, was man wegtun könnte, ohne, dass das Ganze anders wirkt.

Info ramp.special

Das Thema »New Horizon« wird hier zum Programm: Ein Plädoyer und Symbol für eine von Zukunftsoptimismus geprägte, positive, lebensfrohe Aufbruchsstimmung. Und weil ein so verstandenes Wundercar gerade jetzt wunderbar guttut, haben wir ihm spontan ein ganzes Special gewidmet.

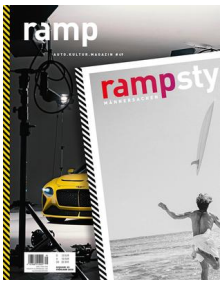
mehr aus dieser ausgabe Mehr zeigen



New Horizon

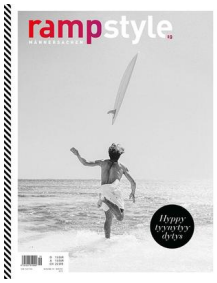
Ausgabe kaufen

ramp shop Mehr zeigen



ramp & rampstyle Kombi Abo

Jetzt die ramp und rampstyle im Kombi-Abo

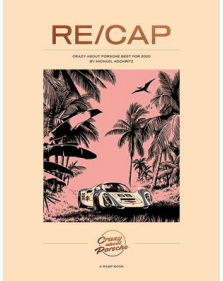


rampstyle Abo

Das stilsichere Magazin für Männer, die sich nichts vormachen und denen

Lamborghini Terzo Millennio auf Alu-Dibond

Lamborghini steigt mit



RE/CAP – Cover Porsche 908

Vor einem Jahr ging