



THE COLLECTIVE

THE COLLECTIVE N°1 2021 FEATURING SANDRA BUTTON MILES DAVIS HÉLÈNE DELANGLE HERMÈS HAUSER & WIRTH PETER LANGER

N°1 2021

#vorausschauend

Wissen, was Sie um die Ecke erwartet.

Immer einen Schritt voraus zu sein, heisst für uns, nicht nur auf dem Laufenden zu bleiben, sondern unseren Blick und unser Wissen darauf auszurichten, was auf Sie zukommt. Denn unser oberstes Ziel ist die Optimierung Ihrer Finanzen. Unternehmerische Denkweise, persönliche und ganzheitliche Beratung sowie massgeschneiderte Lösungen machen uns unverwechselbar. **Willkommen bei der Bank CIC, Ihrer flexiblen Bank.**

Occhio

a new culture of light



Die neue
Oberfläche
phantom



Fux AG
Multimedia Solutions, Light & Living Concepts
Stauffacherstraße 16 | 8004 Zürich

T.: 044 242 92 33
info@fux-ag.ch
www.fux-ag.ch

THE COLLECTIVE

EDITORIAL	5	KÖNIGIN DER GESCHWINDIGKEIT	74
FERRARI STYLE F/W 2021-22	6	HAUSER & WIRTH	78
FRAUEN UND SPORTWAGEN	14	NICOLAS PARTY	84
REVIVE THE SHAPES OF BEAUTY	18	THE COLLECTIVE AUSSTELLUNGEN 2021	95
MILES DAVIS	28	B.I. COLLECTION INTERNES	101
RETRO REFLECTION	32	AFTERSALES	108
SEE VICTORY WHERE OTHERS JUST SEE ...	40	PORSCHE TRACK PRECISION APP	110
DER FANTASTISCHE SPIELPLATZ	46	SCHOKOLADE VOM ANDEREN STERN	112
RIEDEL LIFESTYLE IN TIROL	54	APPENDIX (ENGLISCH)	114
SANDRA BUTTON	60	BUGATTI EB 10	124
SPRITZTOUR	66	IMPRESSUM	125



EDITORIAL

N° 1
09 2021

BEAT
IMWINKELRIED

Liebe Leserinnen und Leser

Neuer Name, neues Erscheinungsbild, neues Format. Schon wieder, mögen Sie denken. Menschen, die mich kennen, werden vielleicht sagen. «Klar, der hält nicht an». Vor gut 3 Jahren habe ich die operative Leitung der damaligen Garage Foitek übernommen. Seit diesem Tag haben wir im Team vieles verändert und die Idee, eine «B.I. Collection» aufzubauen, wurde geboren und in kleinen Schritten umgesetzt. Am 23. Januar 2019 wurde aus Garage Foitek «B.I. Collection» und aus dem «Festival Foitek» wurde das «Festival Ferrari Zürich». Unsere B.I. Collection wurde stetig angereichert, sei es durch Werke von Lorenz Spring oder ganz aktuell durch unsere neue B.I. Cucina.

Der jetzige Schritt ist eine logische und konsequente Weiterentwicklung dieser Idee. Unsere «Collection» im Bereich der emotionalen Mobilität und der damit verknüpften Services und Erlebnisse umspannt auch unsere Betriebe in Gstaad und in Basel / Reinach. Bei Pichler vertreten wir die Marken Mercedes, Bugatti und Porsche und bei der Aumatt die Marke Maserati. Jede dieser Marken repräsentiert automobiler Geschichte und sehr viele Emotionen, ob als moderne Modelle oder als Classic Fahrzeuge. Es sind, wie Ferrari, alles Ikonen und gehören zum automobilen Kulturgut. Diese Marken verkörpern alles: Heritage, Design, Leistung, Emotion und Innovation.

Darüber hinaus wollen wir aber vor allem Geschichten erzählen und Erlebnisse bieten im Sinne von «Luxury beyond cars». In dieser ersten Ausgabe von «The Collective» berichten wir beispielsweise über unsere Erlebnisse beim Besuch von Max Riedel im Tirol bei seiner Glas-Manufaktur. Besonders aufregend war natürlich der Einblick in seine private Ferrari-Sammlung bei ihm zuhause. Emotionen sowohl beruflich als auch privat, eingebettet in eine spannende Unternehmergeschichte über 11 Generationen.

Auch das Interview mit Sandra Button über die Entwicklung des Pebble Beach Concours d'Elegance sowie der Blick hinter die Kulissen von Hauser & Wirth im persönlichen Gespräch mit James Koch oder der Einblick in die Ausstellung von Nicolas Party in Lugano versprühen den Glanz von Leidenschaft, Wertigkeit und Einzigartigkeit. Luxus ist nicht mehr nur der reine Besitz von Dingen, sondern das individuelle Erlebnis und die Zeit dafür. Bei dem rasanten Wandel in den vergangenen Jahren scheint Luxus heute einen emotionalen Wert zu haben, der das Leben nachhaltig bereichert.

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Geniessen!

Herzliche Grüsse
Beat Imwinkelried

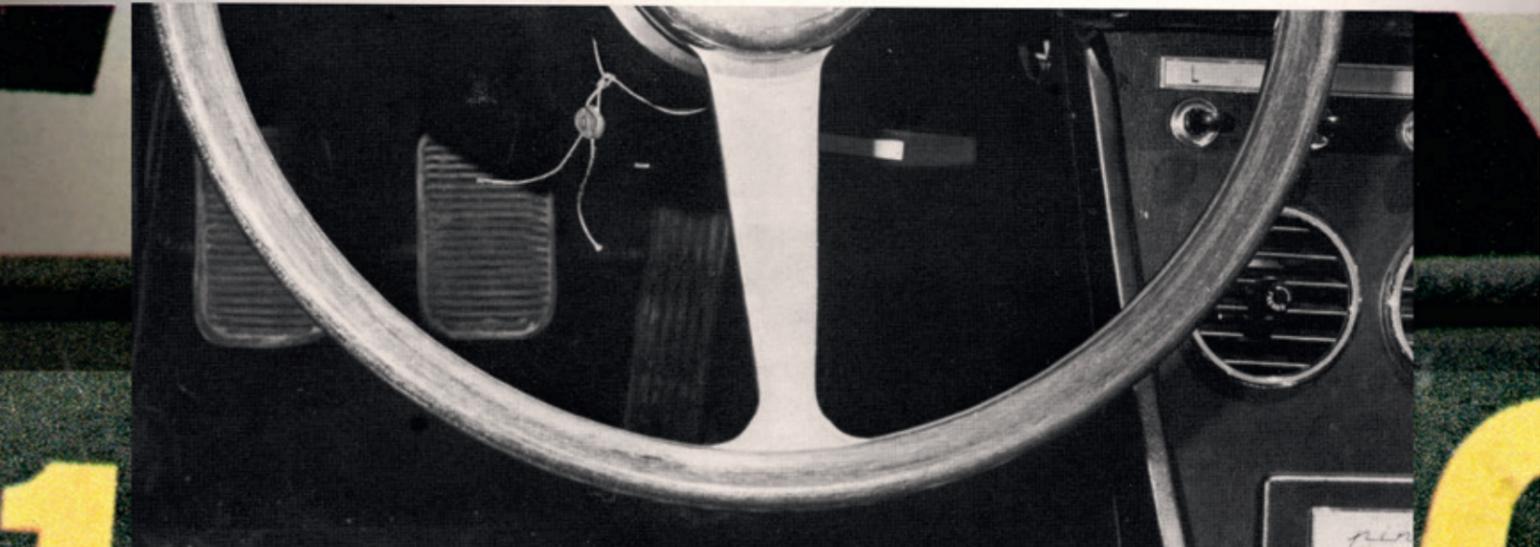


KEEP
OUT
cino





FERRARI STYLE, F/W 2021-22



Gürtel aus Jacquard mit Ferrari-Schriftzügen und Metallschliesse (S. 7)
Slip-on-Sneakers für Damen aus mehrfach laminiertem Leder (S. 8)
Herren-T-Shirt aus Supima®-Baumwolle mit Ferrari-Logotape (S. 9)
Kleid aus Seidentwill mit einem Mix aus ikonischen Prints (S. 10)
Puma for Ferrari Sneakers (S. 11)
Fahrerhandschuhe aus Leder mit «Cavallino Rampante»-Emblem aus Metall (S. 12)

WARUM VIEL MEHR FRAUEN IN EINEM SPORTWAGEN FAHREN SOLLTEN

Text: Beat Imwinkelried

Stets bewegt Autofahrer die Frage: In welchen Modellen findet mich das andere Geschlecht wohl attraktiv(er)? Von sexy wollen wir hier gar nicht reden. Einfach nur gefallen – damit wäre schon eine Menge gewonnen. Der Autovermieter Europcar hat hierzu das Meinungsforschungsinstitut Forsa eine Studie machen lassen. Klarer Spitzenreiter in Sachen Anziehungskraft ist das Cabrio. Frauen wirkten darin fast für die Hälfte der Männer (48%) am attraktivsten. Für Frauen wirkt jedoch nur jeder fünfte Mann in einem Cabrio am attraktivsten. Dafür finden Frauen, dass Männer besonders in SUV gefallen. Umgekehrt können Frauen in den grossen Geländewagen gar nicht bei den Männern landen. Magere 5% finden das cool. Klar letzter Platz. Also, meine lieben Frauen, raus aus den Geländewagen.

Was finden den die Männer cool? Jawohl, Frauen in Sportwagen! 16% der befragten Männer finden Frauen darin besonders attraktiv. Das ist immerhin Rang 2. Das gleiche gilt auch umgekehrt: auch Frauen schauen bei einem Mann im Sportwagen gerne zweimal hin. Abgeschlagen am Schluss und damit uncool sind Limousinen sowie – man lese und staune – Männer und Frauen in Autos mit umweltfreundlichem Antrieb.

Was sagt uns das nun? Und wie steht es um Frauen bei der Marke Ferrari?

In 2018 zeigte das Museo Enzo Ferrari in einer Ausstellung «La Rossa e il Rosa» die besondere Beziehung von Frauen zu Ferrari mithilfe von Bildern von prominenten Ferrari-Fahrerinnen und dazu viele Ferrari-Oldtimer-Goldstücke, so wie den von Zsa Zsa Gabor geliebten 357 MM und mehrere GT-Rennmodelle, einen 488 Challenge und einen 458 Italia mit Saugmotor der schottischen Sängerin Amy Macdonald.

Als Evidenz der anhaltenden Verbindung zwischen Frauen und dem Cavallino hat die Ausstellung «Il Rosso & il Rosa» einige der Autos gebündelt, die von unvergesslichen Frauenfiguren am meisten geliebt wurden. Diese Begeisterung begann in den 1950er Jahren, als Ferrari zu einer glamourösen Ikone wurde, die untrennbar mit den Stars des Kinos verbunden war: Anna Magnani und der Ferrari 212 Inter von 1951, die Hollywood-Schauspielerin Norma Shearer und der 250 GT Berlinetta «Tdf» von 1956. Auch Ingrid Bergman hatte während des Automobilsalons in Paris das einzige gezeigte Modell für sich geordert, eine Berlinetta 375 Mille Miglia. Das war aber 1954, als sich noch niemand wegen Feminismus stritt und Frauen, zumindest die, die es sich leisten konnten, statt sich darüber Gedanken zu machen, wo die Männer sie noch ausbremsten, lieber den schnelleren Sportwagen als sie fuhren.

Wie man vernehmen kann, soll es auch heute Ferrari-Kundinnen geben, die zu dem Ferrari-Showroom-Händler ihres Vertrauens nach Urdorf kommen, einen Vertrag unterschreiben inklusive Anzahlung, um dann ihren Mann anzurufen: Schatz, ich habe mir gerade einen Ferrari gekauft. Anekdote: Andershalb Jahre später kommt dieselbe Ferrari Kundin mit ihrem Ferrari Portofino nach Urdorf in den Service und ruft: Schatz, schau Dir doch den schönen blauen Ferrari Roma an. Leider kam es nicht zum Abschluss; der Kontrabass des Berufsmusikers fand im eleganten Flitzer leider keinen Platz. Beeinflusst von einer autofeindlichen Gesellschaft, die bei uns in der Schweiz seit Jahren erfolgreich ein schlechtes Gewissen in unsere Köpfe hineingezwängt hat, wird jede aufblühende Auto-Liebe in Schweizer Frauenherzen sofort vernichtet. Ich betone «Frauenherzen», weil die Frauen nicht selten die Ersten sind, wenn es darum geht, die Welt zu retten und das Böse zu verdrängen.



Brigitte Bardot im neuen Sportwagen, Frankreich, 1967

Kennen Sie den Neunziger-Jahre-Kultfilm «Basic Instinct» mit Sharon Stone und Michael Douglas? Natürlich kennen Sie ihn, es gibt doch diese eine wunderhübsche Szene, in der Sharon Stone in ihren Lotus Esprit steigt, um einer engen kalifornischen Küstenstrasse entlangzurasen, verfolgt von einem entschlossenen Michael Douglas, der mühevoll ihren Überholmanöver folgend laut schreiend vor Entsetzen aufgeben muss.

Gerne erinnere ich auch an die Filmszene aus dem James Bond Film GoldenEye mit dem roten Ferrari F355 GTS mit hellbraunem Innenraum, mit dem sich die hübsche Xenia gegen den Aston Martin DB5 von James Bond (Pierce Brosnan) auf der Strasse in Richtung Monte Carlo ein Rennen liefert. Auch hier gab der Mann, immerhin 007, auf, allerdings um sich etwas intensiver um seine Beifahrerin, der Psychologin vom MI5, zu kümmern.

Wie stelle ich mir eine Ferrari-Kundin vor? Es sind Frauen mit einigen Gemeinsamkeiten: Sie haben eine sehr starke Persönlichkeit, sie fühlen sich wohl in ihrer Haut und sie kaufen keinen Ferrari, um gesehen zu werden, um eine Marke zu präsentieren. Sie wollen sich selbst sein, haben Erfolg im Beruf und im Leben und sehen nicht ein, warum sie sich nicht das gleiche faszinierende Auto kaufen sollen wie männliche Alpha-Tierchen.

Frauen des Clubs «Arabische Gazellen» werden als der erste rein weibliche Supercar-Club angepriesen. Wohlverstanden: nicht in USA oder in China, sondern im arabischen Raum. Die Arabischen Gazellen wurden 2016 im Nahen Osten gegründet und haben eine Warteliste, um ihrem Club beizutreten.

Die Frauen kommen aus allen Berufssparten. Derzeit sind sie über 50 Mitglieder. «Ich hatte schon immer eine Leidenschaft für das Fahren von Hochleistungsautos», sagt die Gründerin der Gazelles, Hana Mazouzi aus Dubai. Die Mitglieder dieses exklusiven Clubs nehmen an Hersteller-Testfahrten und Track-Days teil.

Wenn man eine Frau sieht, die ein teures Hochleistungsauto fährt, könnte man allzu oft annehmen, dass es das Auto ihres Mannes ist. Im Fall der Gazelles sind mehr als 80 Prozent der Mitglieder selbständige Unternehmerinnen. Jede Frau steuert ihren eigenen Supersportwagen. Und den wollen sie bis an die Grenzen ausreizen, nicht gemütlich über die Strasse schlendern. Deshalb nehmen sie als Gruppe oft an Streckenfahrten, Medienfahrten und Erlebnissen teil. Zu den Autos, die sich für den Club qualifizieren, gehören Porsche, Lamborghini, Rolls-Royce, Bentley, McLaren, Aston Martin, Maserati und Bugattis.

In China sind es in der Nach-Covid-19-Phase gerade die Frauen, welche das Wachstum im Luxus-Sportwagensegment ankurbeln. Egal, ob Ferrari, Porsche, Bugatti oder Mercedes: Das Durchschnittsalter der chinesischen Kunden ist etwa 35 Jahre alt. Sie sind fast eine Generation jünger als die Kunden, die wir in den USA, in der EU oder hier in der Schweiz haben, und sie leben in einem digitalen Zeitalter, was bedeutet, dass sie eine höhere Präferenz für Innovation und Digitalisierung haben.

Bei Ferrari hat sich der Anteil der Frauen bei den Kunden gemäss dem aktuellsten Semesterbericht in den letzten 4 Jahren beinahe verdoppelt. Ich verstehe nicht, warum die Menschen oft Angst vor neuen Trends haben. Ich habe Angst vor den alten.

«Ich hatte schon immer eine Leidenschaft für das Fahren von Hochleistungsautos», sagt die Gründerin der Gazelles, Hana Mazouzi aus Dubai

orea meets



ANDREAS CAMINADA

EIN KUNSTWERK ENTSTEHT



REVIVE THE SHAPES OF BEAUTY





Ferrari 275 GTB

Ferrari Monza SP 2 (Folgesette)



Ferrari Monza SP2

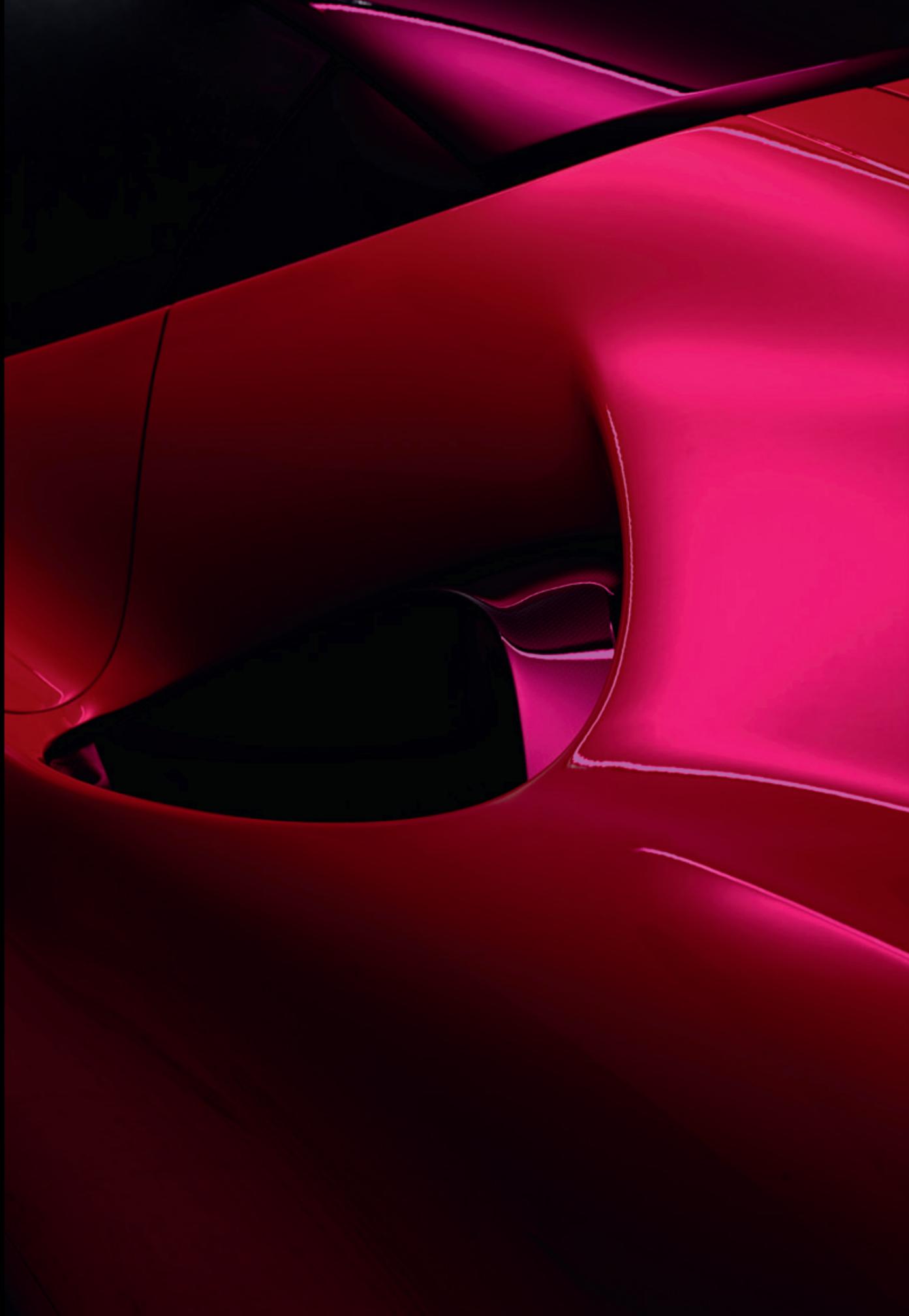




Ferrari F8

Ferrari LaFerrari (Folgeseite)

Ferrari SF90





FERRARI
Pirelli carbon sport

024189 52V12
02558791

THE COLLECTIVE

MILES

Text: Barbara Kallenberg

DAVIS

Jazz musician Miles Davis, Italy, 1987. (Photo by Luciano Viti/Getty Images)



Soundmagier, Stilikone, Legende – Miles Davis verkörpert die grossen Superlative, ist Mythos, Genie und war der wahrscheinlich bekannteste Jazzmusiker des 20. Jahrhunderts. Er prägte eine ganze Generation und zog mit seiner Musik die Massen in seinen Bann. Vor 30 Jahren, am 28. September 1991, starb der Ausnahmekünstler im Alter von 65 Jahren. Seine Geschichte ist eine von Höhen und Tiefen, von Rausch, Ruhm, grosser Musik und grossen Lieben.

Unter anderem zu Ferrari.

«Das Ziel kann nicht sein, im Stillstand zu verharren und Sicherheit zu erlangen», sagte Miles Davis einmal. «Wenn man kreativ bleiben möchte, muss man die Veränderung suchen.» Man kann mit Fug und Recht behaupten, dass dies der 1926 in Alton im US-Bundestaat Illinois geborene Jazzmusiker bis zum Ende seines Lebens konsequent gelebt hat. Miles Davis war seiner Zeit stets voraus, schrieb mit «Birth of Cool», «Walkin'», «In a Silent Way» oder «Round about Midnight» Musikgeschichte. Er war der Mann, der den Jazz cool machte, ein Getriebener, der eigenwillig seinen Weg ging. Seine Erfolge waren bahnbrechend. Unvergessen sein gefeiertes und stilbildendes Album «Kind of Blue», das 1959 erschien und bis heute das meistverkaufte Album der Jazzgeschichte ist.

Zu dieser Zeit konnte er sich die Musiker, mit denen er zusammenarbeiten wollte, aussuchen. Es entstanden legendäre Konstellationen, unter anderem das Quintett mit John Coltrane, Cannonball Adderley, Bill Evans, Paul Chambers und Jimmy Cobb. Jeder dieser Musiker für sich gehörte später zu den berühmtesten Jazzern der Welt. Das Album «Kind of Blue» war der vorläufige Höhepunkt einer Karriere, die 15 Jahre früher in New York, genauer gesagt in Harlem begann, wo er in den Clubs der 52nd Street jede Jamsession spielte, die sich anbot. 1945 bekam er dann die Möglichkeit, seine erste Platte einzuspielen. Die Geburtsstunde einer Weltkarriere.

MUSIKALISCHE WEITERENTWICKLUNG

Seine Kollegen und das Publikum verzauberte Davis immer mit seiner unverwechselbaren, akustischen Trompetenstimme, mal gedämpft, mal modern, mal verzerrt. Der Bruch mit den etablierten Traditionen des Jazz wurde sein Markenzeichen. Er liess sich stets vom aktuellen Zeitgeschehen inspirieren und interpretiert neue Einflüsse auf seine unnachahmliche Art und Weise. Als die Elektronik Einzug in die Pop- und Rockgeschichte hielt, entstanden die wegweisenden Alben «In a Silent Way» und «Bitches Brew» – ein neuer Musikstil eroberte den Jazz. Davis kreierte eine elektrisierende Mischung aus Jazzrock, Fusion-Jazz, Electric Jazz sowie Elementen der Weltmusik durch die indischen Instrumente Sitar und Tabla.

HÖHEN, TIEFEN UND DIE BESONDERE LIEBE ZU FERRARI

Miles Davis spielte nicht nur auf der Bühne nach seinen eigenen Regeln. Auch privat lebte er exzessiv und schier grenzenlos. Dreimal war er verheiratet, stürzte mehrfach ab, gab sich Drogenexzessen hin und feierte immer wieder ein fulminantes Comeback. Einschneidend war sein Rückzug Mitte der 70er Jahre, über dessen Gründe der Musiker einst sagte: «Gelangweilt, das ist das Wort. So gelangweilt, dass du gar nicht mehr wahrnimmst, was Langeweile überhaupt ist. Ich ging vier Jahre nicht aus dem Haus.» Und schaffte den Aufstieg dann doch wieder. 1980 war Miles Davis zurück. Er etablierte sich als Held der Pop-Kultur, avancierte zum Kunstprodukt, bastelte am eigenen Mythos und mischte wieder neue Sounds zusammen. Dabei war er nicht nur für seine Musik berühmt. Auch sein ausgeprägtes Modebewusstsein und seine Liebe für schöne Autos sorgten immer wieder für Gesprächsstoff. Bereits in den frühen 60er Jahren besass Davis mehrere Luxusautos, darunter zwei Ferraris. Später zählte der rote 275 GTB/4 von 1967 zu seinen Lieblingsmodellen.

Legendär seine Auftritte in seinem gelben Ferrari Testarossa, der über einen 4,9-Liter-Boxermotor mit 390 PS und ein 5-Gang-Schaltgetriebe verfügt und über den er einmal sagte: «Weil ich einen gelben Ferrari für 60'000 Dollar habe, schwarz bin und in einem Haus am Strand von Malibu wohne, hat mich die Polizei schon dreimal angehalten.»

SEIN VERMÄCHTNIS

Bis zum Sommer 1991 blieb Miles Davis aktiv. Fünf seiner insgesamt neun Grammys gewann er in seiner letzten Schaffensdekade, zwei posthum. 1984 erhielt er als erster Jazzmusiker den bis dato klassischen Interpreten vorbehaltenen, renommierten Léonie-Sonning-Musikpreis. Am 28. September 1991 starb Miles Davis in Kalifornien an den Folgen einer Lungenentzündung und eines Schlaganfalls. Wie bei vielen Stars umranken den Tod einige Mythen – der schwere Schlaganfall, nach dem er ins Koma fiel und nicht mehr erwachte, soll Folge eines Streits mit seinem behandelnden Arzt gewesen sein.

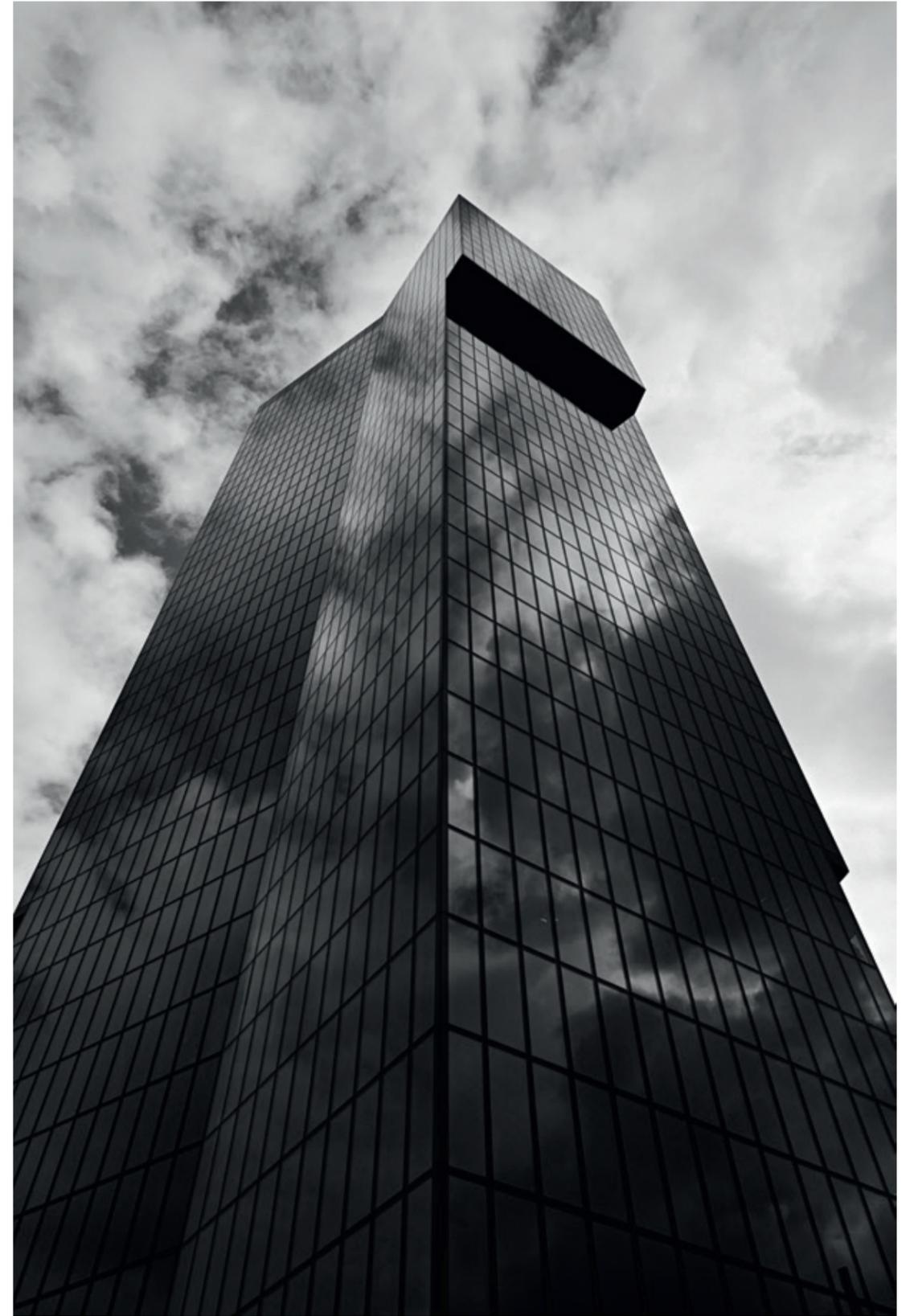


«Weil ich einen gelben Ferrari für 60'000 Dollar habe, schwarz bin und in einem Haus am Strand von Malibu wohne, hat mich die Polizei schon dreimal angehalten.»

RETRO REFLECTION

Fotografie: Sven Germann
Herzlichen Dank an Ronnie Vögtli (Besitzer Maserati MC12)









SEE VICTORY

WHERE
OTHERS JUST

SEE A CHANCE

Jody Scheckter at the British GP
(Photo: GP Library/Universal Images Group via Getty Images)





Michele Alboreto (1956-2001) of Italy, driver of the #27 Scuderia Ferrari SpA SEFAC Ferrari F1/87 Ferrari 033D 1.5 V6t pictured during the 1987 British Grand Prix at Silverstone circuit on 12th July 1987. (Photo: Bob Thomas Sports Photography via Getty Images)



The Swiss racing car driver Cloy Regazzoni, sitting on board of a Ferrari 312 B. Fiorano, August 1970 (Photo: Giorgio Lotti/Mondadori via Getty Images)



Niki Lauda, Grand Prix of Italy, Monza, 09 September 1984.
(Photo: Paul-Henri Cahier/Getty Images)

Nigel Mansell of Great Britain puts his hands together in a prayerful attitude prior to driving the Williams FW18B with a Honda RA167E 1.5 V6t engine for Canon Williams Honda to win the Spanish Grand Prix in Jerez, Spain on 27th September 1987. (Photo: Leo Mason/Popperfoto via Getty Images)



DER FANTASTISCHE

Text: Wiebke Brauer
Photos: Götz Göppert

SPIELPLATZ

An welchem Punkt verschmilzt Handwerk mit Kunst? Die edelste Antwort auf diese Frage findet sich im Sur-Mesure-Atelier von Hermès.



Der Griff des schmalen Hammers ist mit Wildleder bezogen. Das Metall glänzt silbern, ein zartes Werkzeug; wie ein Schmuckstück liegt der Hammer auf dem Arbeitstisch. Durch den hohen Saal schwebt leise Musik, aus einer fernen Ecke erklingt ein gedämpftes Lachen, aus einer anderen ein gleichmässiges Schleif-Geräusch. Keine Maschinen, kein Lärm. Stattdessen Menschen, die hoch konzentriert arbeiten, sich über edle Lederbahnen und feine, hölzerne Bauteile beugen oder etwas zeichnen, glätten, meisseln. Eine Treppe führt nach oben auf ein Zwischengeschoss zum Design studio, an den Wänden hängen Skizzen, Bücher stapeln sich, an Computern entstehen 3D-Modelle.

An diesem Ort werden also Träume wahr. In einer lichtdurchfluteten Industriehalle, in der sich einmal die Studios des Régisseurs Luc Besson befanden – wie passend. Gelegen ist das Gebäude in Pantin, nahe der Stadtgrenze im Nordosten von Paris. Ein unauffälliger Ort – einer, der sagemunten ist, weil hier, bei Hermès Sur-Mesure, ein Team von Spezialisten an ausserordentlichen Objekten tüftelt. Dabei sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt: egal, ob es sich um eine Tasche für den täglichen Apfel oder um einen Koffer für einen Amboss handelt, eine neue Lederausstattung für ein Auto oder einen Helikopter, Rollerskates, Surfbretter, Kissen für ein Boot, Boxhandschuhe, einen Reitsattel mit Flügeln, einen Flipper, eine Rikscha ... All das wird in diesem Atelier für Sonderanfertigungen möglich gemacht – und mehr.

Sicher, man könnte es Massanfertigung für Luxusobjekte nennen, aber der Begriff wäre etwas schmal für das, was hier

gefertigt wird. «Wir schaffen keine Angebote, wir erfüllen Wünsche», sagt Axel de Beaufort und grinst von einem Ohr zum anderen. De Beaufort ist der Director of Design and Engineering von Hermès Sur-Mesure. Dass er früher viel gesurft ist, glaubt man ihm sofort, dass er bereits 40 ist, eher nicht. Ein Gedanke schleicht sich an, während er mit der Hand über ein Surfbrett und danach über eine Rolle von pinkfarbenem Wildleder streicht: Ist das hier ein grosser Spielplatz? Dazu lautet das Motto – seit 1987 wird jedes Jahr ein Thema gewählt, von dem sich alle Metiers des Hauses inspirieren lassen – in diesem Jahr «Let's play». Axel de Beauforts Gesicht hellt sich auf, dann nickt er. «Alles Unerwartete und Überraschende passiert hier.»

Er schlendert zu einem Wagen, der in einer Ecke steht. Es handelt sich um ein Projekt, das von dem Team bald in Angriff genommen wird: ein Voisin C25 Aérodyne aus den 30er Jahren. Sein Besitzer wünscht keine schlichte Aufarbeitung, sondern lässt den Spezialisten von Hermès künstlerische Freiheit. Der Wagen ist so selten, dass man über Preise gar nicht erst sprechen muss, und so interessant, dass man sich den Namen auf jeden Fall merken sollte: Sechszylinder-Reihenmotor ohne Ventile. Für den Karosserieaufbau wurde ausschliesslich Aluminium verwendet – und das Dach mit den vier Bullaugen lässt sich während der Fahrt hydraulisch öffnen und schliessen. Oder anders gesagt: Der Voisin ist ein technisches Wunderwerk in vollendeter Eleganz und passt deshalb hervorragend hierher. Im Showroom des Ateliers steht bereits ein Voisin Aérospport C28 von 1935, komplett fertiggestellt, silbriger Inbegriff der Eleganz und Perfektion. Wobei man





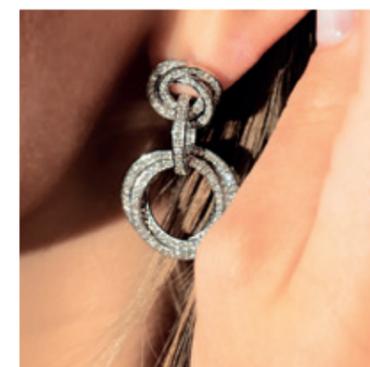
AXEL DE BEAUFORT

Axel de Beaufort studierte Design und Schiffsarchitektur an der Universität Southampton, bevor er 2012 als Berater für Sonderprojekte zur Abteilung Le Sur-Mesure von Hermès stiess. Ein Jahr später wurde er zum Director of Design and Engineering berufen. In dieser Funktion verantwortet er Sonderprojekte von Yachten und Privatflugzeug-Interieuren über Autos bis hin zu aussergewöhnlichen Gegenständen.

den Begriff der Perfektion in diesen Hallen neu definieren muss. Perfektion ist das Gegenteil von mechanischer Gleichförmigkeit. De Beaufort wandert ein Stück weiter an einen Tisch, an dem ein Kollege an ledernen Griffen für einen Picknickkorb arbeitet, und zeigt auf die Naht. Sie ist minimal unregelmässig, weil sie weder mit Laser noch mit Nähmaschine erstellt wurde. «Sie ist perfekt, weil sie von Hand gefertigt wurde», sagt de Beaufort. Was man dazu wissen muss: Der Sattlerstich ist ein Markenzeichen von Hermès. Dafür wird mit Bienenwachs präparierter Zwirn mit einer Nadel kreuzweise mit beiden Händen geführt. Doppelt genäht, klar. Wer die Technik erlernen will, braucht Monate. Ähnliches gilt für die verstärkten Kanten des Leders – eine Wissenschaft für sich. Die Kanten werden mit Sandpapier geglättet, gefärbt, geglättet, gefärbt. «Die Arbeit dauert Stunden – und ich meine wirklich: Stunden», sagt de Beaufort. Was man auch wissen muss: Es gibt keine Stationen und keine Facharbeiter, zwischen denen die Objekte wandern. Sie bleiben in der Hand eines Spezialisten, der alle Techniken beherrscht. Wer durch diese heiligen Hallen wandert, erkennt, dass die Firma Hermès das Beste aus allen Welten in sich vereint. Da wäre die Tradition eines Familienunternehmens, das von den Nachfahren des Gründers in sechster Generation geführt wird und dessen Wissen um das Handwerk über Jahrzehnte erhalten und gepflegt wurde. Viele Arbeitsprozesse sind noch dieselben wie zu der Zeit, als Thierry Hermès, 1801 in Krefeld geboren, sein Sattel- und Zaumzeuggeschäft in Paris eröffnete. 1837 war das. Jean-Louis Dumas, Urenkel des Firmengründers, erzählte in einem Interview in der «Zeit» einmal eine Geschichte, die er von seinem Grossvater Emile Hermès gehört hatte: «Ein Kunde sei zu ihm gekommen und habe ihn gefragt: «Wie kommt es, dass mein Pferd eleganter aussieht als ich?» Das war der Grund, warum er in den Zwanzigerjahren mit Taschen, Reisegepäck, Kleidern, Seidentüchern, Handschuhen, Schmuck und Uhrenarmbändern anfang.» Die Massanfertigung mit Augenzwinkern wiederum gibt es genau so lange wie das Unternehmen selbst. So suchte der Duke of Windsor in den Vierzigerjahren ein Präsent für seine Gattin. Auf den Vorschlag von Hermès, ihr doch Handschuhe zu schenken, entgegnete der Duke: «Sie hat Schubkarren voller Handschuhe.» Das Gleiche gelte für Parfums. Et voilà: Die Lösung lag darin, ihr eine Luxus-Schubkarre mit Schubladen und Fächern für die Handschuhe und Düfte anzufertigen. Woran man sieht: Luxus besteht bei Hermès daraus,

eine unkonventionelle Antwort auf eine klassische Frage zu geben. Und das seit jeher. «Wenn man sich das Conservatoire des Créations Hermès ansieht, ist es überwältigend», sagt de Beaufort. «Ein Ort voller Geschichten – und wenn man etwas Neues designen möchte, kann man dort hingehen, um sich inspirieren zu lassen. Natürlich haben sich die Materialien geändert, heute benutzen wir zum Beispiel Carbonfaser.» Und das ist nur ein Beispiel für die Möglichkeiten, die Tradition aufs Raffinierteste mit der Moderne zu vermengen. De Beaufort schlendert weiter und nimmt ein Skateboard in die Hand: «Es hat ein Jahr gedauert, bis wir herausgefunden haben, wie man es so bedruckt, dass es wie handgemalt aussieht und die Pigmente in die Lackierung eingearbeitet sind. Viele Leute denken, Hermès sei ein Traditionsbetrieb. Das ist auch richtig, aber die Fertigung dieses Skateboards – wie viele andere Objekte, an denen wir arbeiten – war hochgradig technologisch und extrem kompliziert.» Er macht eine Pause und wird für einen Moment ernst. «Wenn man die Technik nicht begreift, kann man keine Grenzen überschreiten.» Genau das ist auch der Punkt, weswegen er seine Funktion als Designer nicht überbewertet. «Letztendlich fertigen wir alle zusammen Objekte an. Natürlich haben wir im Design-Team eine Idee und zeichnen die Linien, aber die Handwerker kommen zu meist mit neuen Gedanken, was man verbessern könnte. Was man verstehen muss: Hermès ist ein Haus der Fantasie, des Handwerks – und dann erst des Entwurfs.» Dann grinst der gelernte Schiffsdesigner wieder, breitet auf sehr französische Art die Hände aus und setzt hinzu: «We're all in a big boat.»

Ein Boot, das in einem Meer aus Luxus segelt, zugegeben. Aber wenn man wieder bei der Begrifflichkeit des Luxus angekommen ist, landet man unweigerlich bei dem Gedanken, was der Preis und was der Wert einer Sache ist. Zudem stellt man sich die Frage, wo das Handwerk endet und die Kunst beginnt. Und siehe da, die Antworten finden sich am nordöstlichen Rand von Paris. Sie finden sich in einer Naht, die länger als ein Menschenleben hält, einem kostbaren Stück Leder, das sich unter der Hand so glatt wie Seide anfühlt – und in einer Handvoll von Menschen, die Objekte mit handwerklichem Wissen, unendlicher Sorgfalt und künstlerischer Fantasie beflügeln. Oder anders gesagt: Manche Antworten lassen sich nicht in ein paar Worte fassen. Hier in dem Atelier von Hermès muss man sie berühren – und dann berühren sie wiederum den Menschen.



RIEDEL LIFESTYLE IN TIROL

Text: Anke Fischer
Photos: Sven Germann

Weingläser und Dekanter der Marke Riedel sind der Inbegriff für die hohe Kunst der Glasmacherei. Nicht nur in der Spitzengastronomie, auch in gehobenen Privathaushalten gehören Riedel-Gläser zur stilvollen Tischkultur und stehen für Weingenuss der besonderen Art. Seit Generationen schmücken diese Kunstwerke aus Glas unsere Tische und erfreuen immer wieder aufs Neue mit frischen, saisonalen Designs. Riedel Gläser und Dekanter sind geschaffen für die höchste Form des Genusses edler Jahrgangsweine.



Maximilian Riedel, CEO der Tiroler Glashütte GmbH

Seit nunmehr 265 Jahren widmet sich die Familie Riedel der Herstellung hochwertiger und vor allem funktionaler Weingläser. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahre 1756 von Johan Leopold Riedel in Böhmen zur Zeit der Habsburgermonarchie. Damit war der Grundstein für die erfolgreiche Familiendynastie gelegt. Im Verlauf von 11 Generationen und einer imposanten Geschichte mit Erfolgen, Wirtschaftskrisen und Rückschlägen konnte die Familie die wirtschaftliche Eigenständigkeit ihres Unternehmens bis heute bewahren. Die Entstehung der Tschechoslowakei als eine Folge des Endes der Österreich-Ungarischen Monarchie 1918 und die damit verbundenen sozialen Umwälzungen sowie die Auswirkungen der Wirtschaftskrise stellten das Familienunternehmen vor grosse Herausforderungen. Nach Ende des Zweiten Weltkrieges verlor die Familie durch Enteignung ihren gesamten Besitz in Böhmen, einschliesslich aller Fabriken und des Privatvermögens. Walter Riedel (8. Generation) geriet nach Kriegsende in russische Gefangenschaft, aus welcher er erst 10 Jahre später entlassen werden sollte.

Alle Zukunftshoffnungen schienen dahin. Doch durch den enormen Mut und den Einsatz von Walter Riedel nahm die Geschichte einen ganz anderen Verlauf. Es ist sein Vermächtnis, dass die böhmische Riedel-Tradition in Österreich neu begann – in Kufstein, Tirol.

MAXIMILIAN RIEDEL VERBINDET
TRADITION MIT INNOVATION

Auch den Bereich Kommunikation beherrscht Maximilian

Riedel. Auf Instagram (maxiriedel) postet er fast täglich unterhaltsame Beiträge, mit denen er mehr als 135'000 Follower erreicht.

Wir treffen den 43-Jährigen Ende Juni am Stammsitz des Familienunternehmens zu einer Führung durch die von seinem Grossvater erworbene Tiroler Glashütte, die sich bis heute an ihrem ursprünglichen Standort befindet. Eindrucksvoll ist die zum 265. Firmenjubiläum neugestaltete Glaspyramide mit der darin zentriert angeordneten und aus unzähligen Weingläsern gebildeten Weltkugel. 175 hochqualifizierte Mitarbeiter fertigen jährlich in aufwendiger Handarbeit 200'000 Gläser und Dekanter erstklassiger Qualität an. Zu den Kunden zählen sowohl Endverbraucher als auch Unternehmen der Luxuswarenbranche wie LVHM, Krug, Dom Perignon, für die auch exklusive Glasserien gefertigt werden.

Maximilian Riedel erklärt, dass die Abkömmlinge der Familiendynastie ihre individuellen Fähigkeiten und Ideen einbringen und so zur erfolgreichen Entwicklung des Unternehmens beitragen. Heute beliefert die Tiroler Glashütte GmbH der Familie Riedel Kunden in aller Welt und exportiert in mehr als 100 Länder. Zu den wichtigsten Exportmärkten gehören Nordamerika, Europa und Japan. 2020 lag der Umsatz des Familienunternehmens bei 260 Mio. Euro; die Investments beliefen sich in den vergangenen fünf Jahren (2015-2020) auf 65 Mio. Euro.

GLOBALER NETZWERKER, DER DAS UNTERNEHMEN
INS 21. JAHRHUNDERT FÜHRT

Maximilian Riedel erlernte bereits mit 12 Jahren von seinem



«Die oberen Zweidrittel des Glases sind ausschlaggebend für den Geschmack und Geruch des Weines und die jeweilige Form ordnet sich der Funktion unter, um das beste Genusserlebnis zu gewährleisten.»

Vater Georg J. Riedel das Familienhandwerk und wurde ganz im Sinne der Familiendynastie für die Leitung eines internationalen Unternehmens ausgebildet und darauf vorbereitet. Besonders die enge Verbundenheit der Riedel-Generationen, ihr intensiver Austausch untereinander und ihre Leidenschaft für das Produkt kommt bei jeder Glasserie zum Ausdruck. In sogenannten «Sensorik Workshops» entstehen die Gläser im Rahmen der Verkostungen. Formen werden getestet, verändert und angepasst, bis die Funktion des Glases perfekt ist.

Mit 18 Jahren entschied sich Maximilian – ebenso wie einst sein Vater – für eine Karriere im Unternehmen und gegen ein traditionelles Studium. Die erste Station seiner Karriere innerhalb des Familienunternehmens führte ihn nach Paris, um sich weiterzubilden. Mit 23 Jahren ging er in die USA, wo er nach nur zwei Jahren zum Geschäftsführer von Riedel Crystal of America bestellt wurde. Nicht ohne Stolz erzählt uns Maximilian Riedel über diese Zeit voller Tatendrang und unternehmerischer Expansion zur Eroberung des amerikanischen Marktes. Mit einem neuen Markenauftritt und Vertriebskonzept gelang es ihm, den Umsatz zu vervierfachen und Nordamerika zum grössten Exportmarkt für Riedel Glas auszubauen. In dieser Zeit kultivierte er auch eine weitere Leidenschaft der Familie – die Passion für aussergewöhnliche und schnelle Fahrzeuge.

GENERATIONSWECHSEL IM UNTERNEHMEN

Im Jahr 2013 kehrt Maximilian Riedel wieder an seinen Ursprung nach Kufstein zurück, wo eine neue Herausforderung

auf ihn wartet. Sein Vater bietet ihm an, die Leitung der Tiroler Glashütte mit deren internationalen Tochtergesellschaften zu übernehmen. Maximilian nimmt die Herausforderung an und prägt – wie auch schon seine Vorfahren – das Unternehmen mit seinem persönlichen Stil. So treibt er beispielsweise die Digitalisierung des Unternehmens massgeblich voran. Er modernisiert den Onlinemarkenauftritt und führt den ersten Onlineshop ein, einer der wichtigsten Absatzkanäle in den Endverbrauchermärkten. Zudem ist er regelmässig in den digitalen Medien präsent. In seinen zahlreichen Beiträgen in verschiedenen Formaten, darunter auch Videos, vermittelt er seinem Publikum auf sympathische Art und Weise, worauf es bei der Auswahl eines Weinglases ankommt und wie Form und Beschaffenheit des Glases die Empfindung von Geschmack und Aroma des Weines beeinflussen. Auch das richtige Dekantieren spielt beim Weingenuss eine Rolle, wofür eine Vielzahl unterschiedlicher Dekanter entwickelt und ins Sortiment aufgenommen wurden.

MAXIMILIAN RIEDEL PRIVAT

Maximilian Riedel lebt seine Leidenschaft für Performance und Stil. Das zeigt sich auch in seinem neuen Domizil in Tirol, das wir im Rahmen einer Einladung zu einem Aperitif kennenlernen durften. Sowohl die Architektur des Gebäudes als auch die Inneneinrichtung widerspiegeln Maximilian Riedels Vorstellungen von Stil und Geschmack eindrucksvoll. Für die Einrichtung wurden nur ausgesuchte Materialien verwendet, alle individuell in Szene gesetzt. Böden aus dem Holz einer alten Weinpresse, Wandverkleidungen aus Hirsch- und Rehleder,

Wandpaneele mit Swarovski-Kristallen sowie ausgefallene Böhmisches Glasleuchten verleihen dem Haus ein aussergewöhnliches Flair. Gekrönt wird dies mit einem atemberaubenden Ausblick auf den Wilden Kaiser und den Hahnenkamm.

Der Hausherr gewährt uns auch einen Blick in seinen Weinkeller, in dem erlesene Weine aus der ganzen Welt perfekt temperiert und sortiert gelagert sind. Gerne lädt er Freunde zu sich nach Hause ein, um mit ihnen beim Essen die von ihm ausgewählten Weine zu geniessen. Als Zeichen seiner Gastfreundschaft sind wir an diesem Abend noch in den besonderen Genuss eines Château Lynch-Bages Paulliac 1975 und eines Château Némin Pomerol 1989 gekommen. Vom Weinkeller gewährt ein Fenster den direkten Blick in die angrenzende Garage, direkt auf das Line-up seiner Ferrari-Modelle vom Speciale aperta, Speciale, SF90 Stradale bis zum Pista, alle im selben Grünton «Verde British Racing 611».

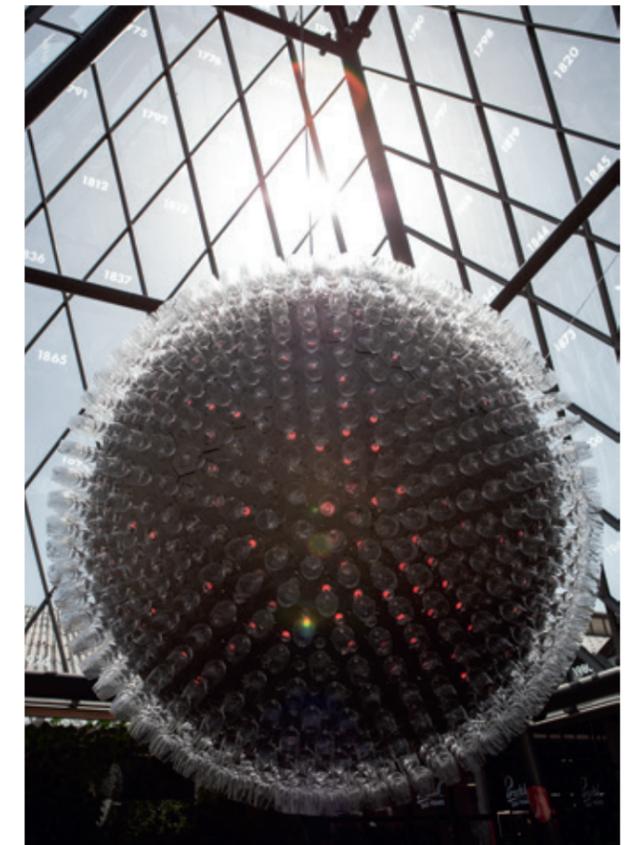
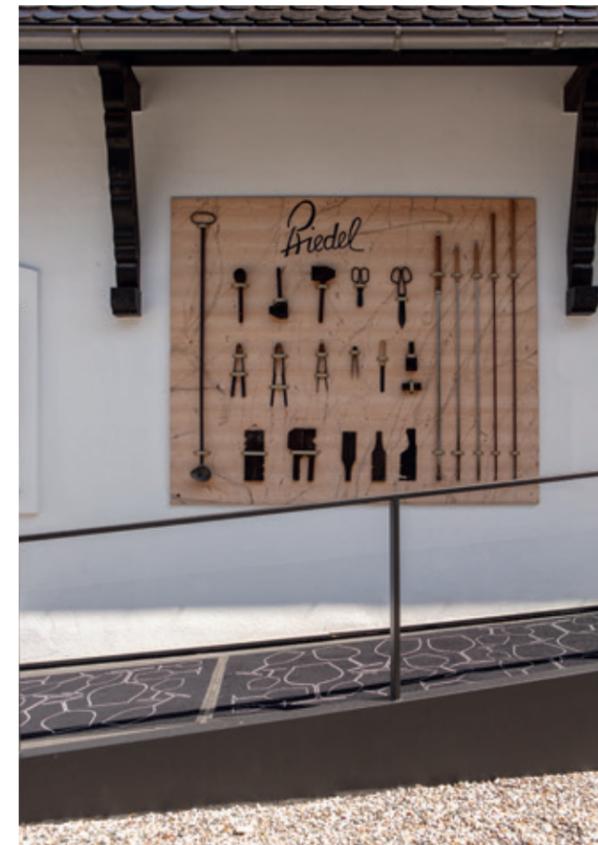
Die Leidenschaft Maximilian Riedels für das Sammeln ausgefallener und schneller Autos geht einerseits auf seinen Vater sowie andererseits auf seinen Onkel und Mentor zurück. Maximilian fand Gefallen an den schnellen Fahrzeugen, umso mehr als sein Onkel ihn bei Ausfahrten auch selbst ans Steuer liess. Sein erster Ferrari war ein F40, ganz in Erinnerung an seinen

Onkel, der ebenfalls dieses Modell fuhr. Der F40 ist eine Ikone und steht für Geschwindigkeit und Leistung. «Kein anderes Auto ist so laut, gemein, herausfordernd zu fahren und gefährlich. Kein anderes Auto ist so schön und einfach», sagt Riedel.

Maximilian Riedel mag hohe Geschwindigkeiten und geht dabei gerne ans Limit. Als ambitionierter Fahrer will er seine modernen Hochleistungssportwagen ausfahren und dabei auch seine eigenen Grenzen ausloten. Und natürlich ist da noch seine Liebe zu Motorrädern. Aus den USA hat er eine Harley Davidson mitgebracht. Ein ganz besonderes Funkeln in seinen Augen stellt sich ein, wenn er vor seinen beiden Ducati Motorrädern steht.

Bei all seiner Liebe zu Performance, Tradition und Stil spricht er immer wieder über Veränderungen, die kommen werden. «Früher konntest du in fünf Stunden nach Monte Carlo fahren. Das geht heute einfach nicht mehr», sagt er. Auch in seinem Unternehmen könnte es Veränderungen geben. Der Mangel an Glasbläsern in Kufstein bereitet ihm grosse Sorgen. Er lässt aber durchblicken, dass er keine Anpassungen scheuen wird, ebenso wie seine Vorfahren in den zurückliegenden 265 Jahren keine Herausforderungen gescheut haben.

Links: Ursprüngliche Werkzeuge aus der Glas-Manufaktur
Rechts: Die Glaskugel anlässlich der 57 Jahre Standort Kufstein



SANDRA BUTTON

Interview: B.I. Collection

Sandra Button begann ihre Karriere vor über 30 Jahren als Leiterin für «Special Events» bei der Pebble Beach Company, die neben Golfturnieren und anderen besonderen Veranstaltungen auch den Concours durchführte. Im Jahr 1990 überzeugte Button das Management davon, eine Abteilung zu gründen, die sich ausschliesslich dem Concours widmen sollte, und wurde in der Folge deren Geschäftsführerin. Nachdem sie 2002 Co-Präsidentin geworden war, übernahm sie drei Jahre später schliesslich ganz die Führung. Inzwischen zählt dieser Schönheitswettbewerb zu einem der wichtigsten Termine im Kalender von Autobesorgten rund um den Globus.

B.I.Collection: Der Pebble Beach Concours d'Elegance ist enorm gewachsen. Welcher treibende Faktor spielte bei dieser Entwicklung eine bedeutendere Rolle: die grössere Internationalität und Reichweite oder die Erweiterung des Wettbewerbs über klassische Automobile hinaus, also seine jüngste Rolle als Lancierungsplattform für neue Wagen?

Sandra Button: Mit ihrer Leidenschaft für das klassische Automobil haben Sammler den Pebble Beach Concours 1950 ins Leben gerufen. Diese Leidenschaft ist bis heute ungebrochen und zusammen mit den sich wandelnden Wünschen der Auto-Besorgten, die treibende Kraft hinter unserem Wachstum. Da sich Präferenzen und Interessen verändern, sind wir dazu angespornt, immer neue Segmente des Sammlermarktes zu präsentieren, und das hat uns geholfen noch mehr Enthusiastinnen und Enthusiasten auf der ganzen Welt zu erreichen. Gleichzeitig

begeistern sich Oldtimer-Liebhaberinnen und -Liebhaber oft auch für neue Autos. Unsere ersten Konzeptfahrzeugpräsentationen wurden mit so viel Enthusiasmus aufgenommen, dass wir heute über eine gut etablierte Konzeptbühne verfügen, auf der die aktuellsten Automodelle wie auch Designs der Zukunft gezeigt werden. Dies hat mehr Hersteller dazu angeregt, an unserer Veranstaltung teilzunehmen, was uns wiederum zu noch mehr Wachstum verholpen hat.

BIC: Die USA sind der grösste Markt für Sammlerautomobile. Dabei handelt es sich vermutlich um einen der ältesten Märkte dieser Art, mit einer sehr soliden Basis an Sammlerinnen und Sammlern. What about the new markets? Middle East? China?

SB: Wenn ich auf Reisen bin – was hoffentlich bald wieder öfter der Fall sein wird –, freue ich mich immer riesig, wenn ich sehe, wie rasch Gemeinschaften von Automobilbesorgten in jüngster Zeit fast überall auf der Welt gewachsen sind: in Indien, Japan, China, dem Nahen Osten und Südamerika. Manche dieser Länder, wie zum Beispiel Indien, blicken auf eine lange Geschichte mit grossartigen, eleganten und bedeutenden Automobilen zurück, eine Geschichte jedoch, die bei uns – und vielleicht auch in Indien selbst – teilweise in Vergessenheit geraten ist. Da gibt es viel wiederzuentdecken – und mit anderen Autobesorgten zu teilen! In anderen Ländern ist die Wertschätzung für grandiose Autos und ihre Geschichte vergleichsweise neu – es könnten aber gerade diese Länder diejenigen

sein, die mit der Entwicklung neuer Technologien und Designs den Weg in die automobilen Zukunft weisen.

Die Leidenschaft für Autos kennt keine Grenzen. Das ist etwas, was mir an Autos besonders gefällt; sie eröffnen uns neue Welten und bringen uns zusammen.

BIC: Haben Sie in Pebble Beach auch schon Sammlerinnen und Sammler aus der Schweiz angetroffen? Erinnern Sie sich an lustige Begegnungen mit Sammelnden aus der Schweiz, Anekdoten, die Sie erzählen können?

SB: Oft fällt mir auf, dass die Schweiz trotz ihrer relativ geringen Grösse und ihrem teilweise erschreckend steilen Gelände einen riesigen Einfluss auf die Automobilwelt hat.

In der Schweiz sind einige der wichtigsten Sammlerinnen und Sammler und einige der bedeutendsten Sammlungen weltweit zuhause. Wir freuen uns, dass wir schon mehrere dieser Leute mit ihren Schätzen zu unserem Wettbewerb begrüssen durften. Hinzu kommt, dass die Schweiz über ein gut etabliertes Netzwerk anerkannter Restaurateurinnen und Restaurateure, Automobilforscher und -agentinnen verfügt. Auch war die Schweiz bereits mehrere Male Schauplatz für wunderbare Rennen, Rallys und Ausstellungen. And then there's the Geneva Auto Show. Need I say more?

Ich habe regelmässig mit Leuten aus der Automobilwelt zu tun, die eine Verbindung zur Schweiz haben. Wenn ich von den Enthusiastinnen und Enthusiasten spreche, die uns beeinflussen, zählen viele dazu, die aus der Schweiz stammen.

Sie werden lachen, aber wenn Sie mich nach einer lustigen Anekdote in Zusammenhang mit Autos und der Schweiz fragen, kommt mir als Erstes ein Galaabend während des Concours im Jahr 1998 oder 99 in den Sinn: Unser Koch, Beat Giger, der aus der Schweiz stammt und während der vergangenen beiden Jahrzehnte als Küchenchef für «Special Events» in Pebble Beach fungierte, war gerade mit den letzten Handgriffen am Buffettisch beschäftigt, als es plötzlich krachte und ein Tischbein brach. Sein ganzer Stolz, eine riesige Oldtimer-Eisskulptur, steuerte auf den Boden zu ... Beat Giger hechtete ihr entgegen und schaffte es irgendwie, die Skulptur – und den Tisch – festzuhalten, bis Hilfe kam. Von alledem ahnten die Richterinnen und Richter und die Wettbewerbsteilnehmenden nichts, als sie nur wenige Minuten später eintrafen. Bis zu seiner Pensionierung sollte Beat Giger noch öfter den Tag retten. Der scheinbar reibungslose Ablauf des Concours ist also mindestens teilweise auch einem mit Schweizer Präzision arbeitenden Team hinter den Kulissen zu verdanken.

BIC: Viele bekannte Rennfahrer und Prominente waren schon an Ihrem Concours. Welche Begegnung mit einer solchen Person hat den grössten Eindruck bei Ihnen hinterlassen?

SB: Das ist schwer zu sagen. Wenn ich an Concoursmomente denke, die sich mir besonders eingeprägt haben, dann sind Autos und Menschen in meiner Er-

innerung untrennbar miteinander verbunden. Ich denke da an Juan Manuel Fangio und Sir Stirling Moss, die in einem Patent-Wagen von Mercedes-Benz fast umkippten, oder an Nuccio Bertone, als er seine drei BATs zum ersten Mal beisammenstehen sah oder an Sergio Scaglietti, wie er liebevoll über die Tür eines 1954 Ferrari 375 MM Coupé, den er gebaut hatte, strich. Jeder dieser Menschen spielte eine Rolle in der Geschichte dieser Autos, und in ihnen leben wiederum diese Menschen weiter. Das ist das Besondere an Automobilen.

Manche der erwähnten Personen haben ganz wesentliche Beiträge zum Concours geleistet. Dafür sind wir sehr dankbar. An viele von ihnen habe ich zudem sehr schöne persönliche Erinnerungen. Ich zähle Phil und Alma Hill, Sir Stirling und Susie Moss zu meinen guten Freunden. Diese Freundschaften sind für mich besonders kostbar.

BIC: Es ist auch heute noch selten, dass eine Frau an der Spitze einer Institution wie dem Concours steht. Welche Erfahrungen haben Sie diesbezüglich im Rahmen Ihrer täglichen Arbeit und während dem Concours selbst gemacht?

SB: Ich glaube, dass die Leidenschaft für Autos keine Grenzen kennt; sie ist weder an Geschlecht, Herkunft, Nationalität noch an einen Glauben gebunden. Ich denke, manche Kinder – und vielleicht sind es öfter Jungs als Mädchen – werden mit Automobilen gross. Dadurch fällt es ihnen später möglicherweise leichter, ihre Liebe für Autos zu verstehen und auszudrücken. In meiner Familie spielten Autos keine besondere Rolle. Mein Vater war Luftfahrtingenieur. Er liebte Golf und meine Mutter liebte ihren Garten. Die Sprache, die mir beigebracht wurde, war also die der Blumen. Es hat einige Zeit gedauert, bis ich erkannte, wie sehr ich Autos liebte und bis ich das auch ausdrücken konnte.

In der Concourswelt hatte ich Glück; insbesondere in Lorin Tryon und Jules «J» Heumann fand ich grossartige Mentoren. Mit ihrer Hilfe konnte ich meine Fähigkeiten und Fertigkeiten verfeinern, um schliesslich einen globalen Automobilanlass organisieren und leiten zu können. Dank ihnen konnte ich zudem die ersten wichtigen Kontakte und persönlichen Beziehungen knüpfen, die heute die Grundlage für mein Wirken innerhalb dieser Welt bilden.

BIC: Wie sieht es mit den Autoliebhaberinnen aus? Beobachten Sie eine wachsende Anzahl Frauen, die Oldtimer sammeln oder an Rallys und anderen Fahrveranstaltungen teilnehmen?

SB: Ich denke, es gibt ein wachsendes Bewusstsein dafür, dass Autos uns alle erfreuen und zusammenbringen können – und ich hoffe, diese Entwicklung setzt sich fort.

BIC: Natürlich möchten wir noch wissen, wie sich die Covid-Pandemie auf den Concours ausgewirkt hat. Welche wirtschaftlichen und anderen Folgen für die Zukunft des Concours sind zu verzeichnen?



Kimball Studios/Pebble Beach Concours d'Elegance



Ron Kimball / Courtesy of Pebble Beach Concours d'Elegance



Kimball Studios / Courtesy of Pebble Beach Concours d'Elegance



Sandra Button, Chairman, Pebble Beach Concours d'Elegance

Scott Campbell / Courtesy of Pebble Beach Concours d'Elegance

SB: Den Anlass 2020 absagen zu müssen war herzerreissend und wir wissen, dass eine Vielzahl von Menschen und Organisationen davon betroffen waren. Umso mehr freuen wir uns jetzt auf das 70-Jahre-Jubiläum der Veranstaltung in diesem Monat. Ich möchte mich bei allen Autobesessenen dafür bedanken, dass sie, obwohl der Concours im letzten Jahr nicht stattfinden konnte, mit uns gemeinsam beträchtliche Summen zur Unterstützung unserer Conocourshilfswerke gesammelt haben. Darin zeigte sich, wie grosszügig und fürsorglich die Gemeinschaft der Autosammlerinnen und Autosammler sein kann. Mir führte dies deutlich vor Augen, dass es bei einem Concours mindestens genau so sehr um Menschen wie um Autos geht.

BIC: Im Jahr 2020 haben Sie die Online-Publikation Insider lanciert, die an eine sorgfältig zusammengestellte E-Mail-Liste von über 15'000 Abonentinnen und Abonnenten versandt wird. Was hat den Anstoss zu dieser Publikation gegeben?

SB: Als uns klar wurde, dass wir uns nicht persönlich würden treffen können, wollten wir Gleichgesinnten eine Möglichkeit bieten, sich trotzdem irgendwie zusammenzufinden, um ihre Begeisterung für das Auto zu teilen und zu feiern – so wie sonst am Concours. Wir beschlossen, dies mit einer digitalen Publikation zu tun. Manche Organisationen veranstalteten virtuelle Concours. An einigen davon habe ich auch teilgenommen, aber mein Herz sagt mir, dass ein Concours persönlich erlebt werden muss.

BIC: In Europa wächst der politische Druck auf die Automobilindustrie und auf das Automobil an sich – oft aus ökologischen Gründen. Jüngere Generationen sind nicht mehr so versessen aufs Autofahren. Welche Auswirkungen wird das auf den Markt für Oldtimer und insbesondere auf den Concours haben?

SB: Wir befinden uns definitiv in einer Zeit des Umbruchs und die Zukunft wird zweifellos anders aussehen. Vielleicht ist der Concours der Zukunft einer der seltenen Anlässe und Orte, wo Menschen das Automobil sehen und fahren und ihr automobiles Erbe würdigen können. Inzwischen ist es wichtig, die Themen zu kennen und zu verstehen, die sich auf die Autoentwicklung und die Freude am Auto auswirken. Ich glaube daran, dass Autos in der einen oder anderen Form überleben werden und dass ihre Geschichte immer wichtig sein wird.

BIC: Was können Sie uns über Ihre eigene Sammlung erzählen? Welches ist Ihr Lieblingsauto? Und wie häufig fahren Sie es?

SB: Mein Mann Martin und ich sammeln Autos jeweils zu einem spezifischen Zweck – meistens für eine bestimmte Rallye oder Tour. Mein Lieblingsauto ist also immer ein anderes; je nachdem, wohin wir als Nächstes fahren.

BIC: Haben Sie sonst noch Beziehungen oder Bezüge zur Schweiz? Wie häufig kommen Sie nach Europa?

SB: Normalerweise bin ich während etwa acht oder neun Monaten im Jahr unterwegs – davon verbringe ich die meiste Zeit auf dem europäischen Festland oder in Grossbritannien. Die Schweiz durchquere ich jedes Jahr mehr als einmal.

Sandra Button ist stolz darauf, dass auch philanthropisches Engagement zum Concours gehört. Als der Concours in den 1950er-Jahren erstmals stattfand, wurde mit dem Verkauf von 1-Dollar-Programmheften Geld für örtliche Hilfswerke gesammelt. Im letzten Jahr beliefen sich die Spenden auf 1,2 Millionen US-Dollar, wovon das Meiste wieder dem Bezirk Monterey zugutekam. Dieses Jahr hofft Button die 2-Millionen-Marke zu erreichen.

BIC: Wofür werden die gesammelten Spendengelder eingesetzt?

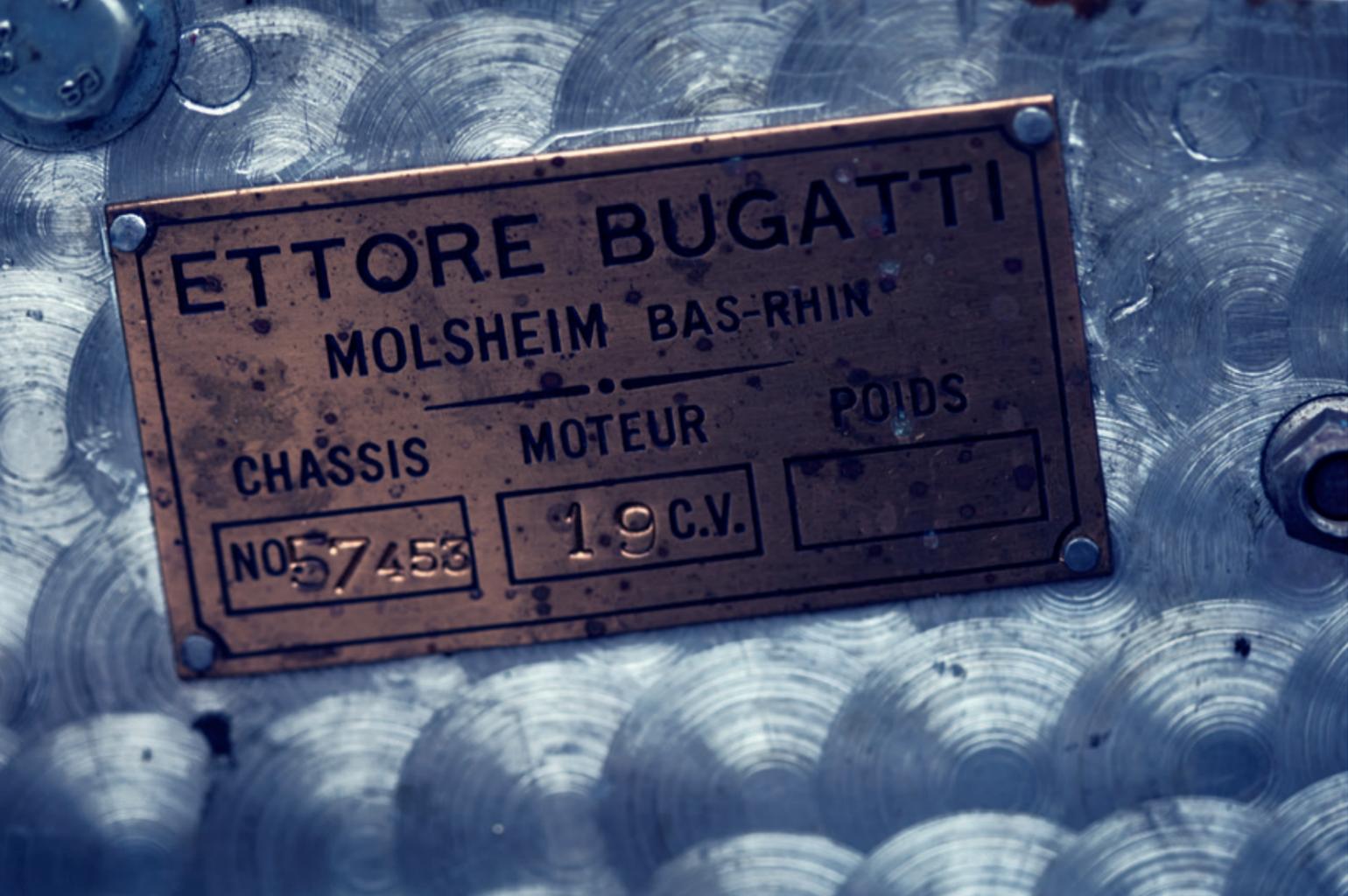
SB: Unsere Hauptpartnerin ist die Pebble Beach Company Foundation, eine Stiftung, deren Tätigkeit sich vor allem auf die Bereiche Jugend und Bildung konzentriert. Mit unseren Spenden unterstützen wir über 95 Organisationen, die sich ebenfalls diesen Themen widmen. In Zusammenarbeit mit der Stiftung konnten wir drei Stipendienfonds einrichten, die nach Phil Hill, J. & Sally Heumann und John Lamm benannt sind und mit denen Studierende der Bereiche Automobilrestauration, Design und Kommunikation unterstützt werden.

BIC: 2020 hätte der Concours sein 70. Jubiläum gefeiert – 35 Jahre davon mit Ihnen an seiner Spitze. Wegen der Pandemie wurde der Anlass abgesagt. Wie sehen Ihre Pläne für die Zukunft aus?

SB: Ich möchte diesen bevorstehenden Concours, mit dem wir nun unsere 70 Jahre feiern – und ich meine 35 als Veranstaltungsleiterin –, einfach in vollen Zügen geniessen. Sicher, ich bin nun schon das 36. Jahr dabei und ich weiss, dass es irgendwann Zeit wird, die Übergabe ins Auge zu fassen – aber ein Übergang kann sich durchaus über Jahre hinziehen.

BIC: Am 15. August 2021 soll also der Concours d'Elegance stattfinden – und das, wie gesagt, zum 70. Mal. Wie ist der Stand der Dinge? Inwiefern wird sich die Veranstaltung in diesem Jahr von anderen unterscheiden?

SB: Wir haben unser Showgelände erweitert und möchten sämtliche Massnahmen befolgen und die Vorschriften einhalten, um Teilnehmende und Publikum zu schützen. Wir sind dankbar, dass der Concours wieder stattfinden kann. Und wir wissen, dass das Bedürfnis, sich wieder zu treffen, unter den Autofreunden gross ist; Wettbewerbsteilnehmende, Mitglieder der Jury, das Publikum, die Sponsoren – sie alle haben ein verstärktes Interesse daran bekundet, im August nach Pebble Beach zu kommen, um das Auto zu zelebrieren.



SPRITZTOUR

Eine Spritztour kann sehr inspirierend sein – vor allem für jemanden, der zweifelsohne den härtesten Job in der Automobilbranche hat. Er soll einen Bugatti erschaffen. Nicht nur irgendeinen Bugatti: den Bugatti.

Text: Bart Lenaerts
Photos: Lies De Mol

Bugatti ist wie Fussball. Zwar spielen nur wenige in der ersten Liga, doch jeder Durchschnittsfussballer hat seine eigene klare Vorstellung davon, was zu tun ist. Die Zukunft von Bugatti zu gestalten ist also eine ziemlich grosse Herausforderung, wenn plötzlich die ganze Welt jeden Schritt beurteilt und die renommiertesten Vertreter der Industrie – wie z. B. Ferdinand Piëch oder Martin Winterkorn – einem ständig über die Schulter schauen. Bugatti ist wie Rom. Wie um alles in der Welt sollte ein Architekt nicht von solch überwältigenden Bauten eingeschüchtert sein? Der heutige Bugatti-Designchef tritt in die Fussstapfen grossartiger Konstrukteure wie Ettore und Jean Bugatti, aber auch Marcello Gandini und Hartmut Warkuss. Und das Produkt seiner Fantasie muss es mit dem Veyron aufnehmen können. Der Bugatti-Designer von heute blickt auf eine schwierige Geschichte, eine unsichere Zukunft und nicht viel mehr als ein leeres Blatt Papier, um viele Fragen zu beantworten und etwas zu erschaffen, das besser, beeindruckender und ansehnlicher ist als jedes andere Fahrzeug. Der heutige Bugatti-Designer muss in der Tat eine sehr schwierige Aufgabe erfüllen. Trotzdem ist er der Einzige, der widerspricht. «Ich habe den besten Job der Welt. Ich habe grosses Glück, dass ich hier sein darf.» So entspannt ist Achim Anscheidt.

ACHIM WILL ES ENDLICH WISSEN

Zum Glück kann Anscheidt bei dieser Aufgabe von gewissen rechtlichen Vorzügen profitieren. Inspirierende Spritztouren mit einem Veyron Grand Sport und einem Atlantic vor den Toren der Bugatti-Hochburg Molsheim, zum Beispiel. Der Atlantic verkörpert Eleganz auf Rädern. Kein anderes Auto

kommt der beweglichen Kunst näher. Dennoch ist er ein wildes Tier mit kräftigem Herz. Der Achtzylinder spurtet wie ein hungriges Äffchen im Bananenbaum und der Turbolader kreischt wie ein Teenager im Gruselkabinett.

Der Atlantic ist nicht für den Alltag bestimmt, denn er überhitzt schneller als die Gemüter junger Italiener auf der Reeperbahn und ist schwerer beherrschbar als die Marquise de Merteuil in Gefährliche Liebschaften. Er wurde so konstruiert, dass er die sechs Kilometer auf der Hunaudières-Geraden bei Le Mans bewältigt, oder die 1000 Kilometer zwischen den Modevierteln in Paris und der bescheidenen Côte d'Azur. Er ist der Inbegriff der Zwischenkriegszeit, entwickelt, um den wenigen Glückspilzen zu gefallen, geschaffen, um Kunst auf die Strasse zu bringen. Weniger als eine Handvoll wurden gebaut. Gerade genug, um das potenzielle Kundenportfolio zu bedienen, mehr als genug, um ein Zeichen für die Ewigkeit zu setzen.

Er ist nicht nur der welterste Supersportwagen, sondern auch das teuerste Auto aller Zeiten. Zusammen mit dem winzigen 35 und dem bombastischen Royale ist der Atlantic einer der drei wahren Ikonen des reichen Bugatti-Erbes. In seiner Blütezeit war er doppelt so schnell wie fast alle Fahrzeuge der damaligen Zeit, und doch wurde jedes einzelne Bauteil so wunderschön gestaltet, dass kaum ein Auge trocken bleibt. Es ist fast abschreckend: obwohl es beinahe unmöglich scheint, diese einzigartige Verbindung von Leistung und Eleganz in diesem Jahrhundert noch einmal zu wiederholen, ist doch die Romantik einer majestätischen und unwiderstehlichen





Existenz vollständig verblasst. Die Grundidee eines modernen Supersportwagens setzt eine strenge und unbedingt effiziente Denkweise voraus. Und keinen künstlerischen Ansatz.

Zum Glück sind sich Anscheidt und der Atlantic da sehr ähnlich. Sie passen zusammen wie Brad Pitt und Angelina Jolie und sehen dabei noch cooler aus als James Bond und sein Aston Martin DB5. Anscheidt ist der perfekte Gentleman, verfügt aber über genau die richtige Ausbildung, um das Biest zu zähmen. Genau wie der Atlantic versteckt auch er seine Rennsportgene unter seinem eleganten, massgeschneiderten Anzug. Dabei fährt er den Atlantic, als hätte er ihn gestohlen. «Ich bin in der Boxengasse gross geworden. Mein Vater ist in den 60er Jahren Motorradrennen gefahren und wurde in der 50-cm³-Klasse Weltmeister. Mit 12 habe ich mich zum allerersten Mal auf ein Trial-Motorrad gesetzt. Später habe ich dann als Stuntfahrer bei einem Wanderzirkus mein Geld verdient.»

Egal wie aufregend sein Leben auch gewesen sein mag, Anscheidt wusste, dass er nicht sein ganzes Leben lang im Kreis fahren konnte. Grosse Risiken, ja. Aber nur, wenn sie die Mühe wert waren.

«Im Winter studierte ich Autodesign in Pforzheim. Als der Porsche-Chefdesigner Harm Lagaay meine Arbeit sah, wollte er mein Studium in den Staaten sponsern. Richtig etwas gelernt habe ich aber bei Porsche. Das war ein wahrer Spielplatz für junge Designer! Nach drei Jahren wechselte ich zu Volkswagen. Dort war ich zuerst Leiter des Concept Car Studio in Barcelona. Dann in Potsdam. 2004 wechselte ich zu Bugatti. Ein grosser Schritt ins Ungewisse. Das Konzept für den Veyron gab es da bereits, aber niemand wusste, wie sich die Dinge entwickeln würden.»

ZIMMER MIT AUSSICHT

Der Veyron Grand Sport ist ebenfalls ein waschechter Bugatti. Er lässt jeden anderen Sportwagen mit Leichtigkeit hinter sich und befindet sich eher in einem anderen Universum. Trotzdem gehört er im Vergleich zum Atlantic zu einer anderen Spezies. Er blendet nicht mit auffälligen Details oder funkelnendem Bling-Bling. Er ist genauso fortschrittlich und elektrisierend wie eine Weltraumfähre, verfügt dafür aber über einen anspruchslosen Charakter, ein stilvolles Design sowie eine perfekte Ausführung und Verarbeitung. Der Veyron Grand Sport ist ein talentierter Athlet, fast schon bionisch, und sieht dabei aber so aus wie ein Turniertänzer. Er ist schneller als ein F1-Wagen bei Höchstgeschwindigkeit, und sieht dabei aber so aus wie eine Hermès-Aktentasche im Vergleich zu einer Plastiktüte von Aldi.

«Ich bin sehr froh, dass ich als Grundlage den Veyron nutzen kann. Er hat ein so aussagekräftiges und zeitloses Design. Er unterscheidet sich von allen anderen Fahrzeugen, und doch ist er sehr einfach und schlicht.»

Obwohl es einzigartig ist, einen Atlantic durch diese anspruchsvollen Strassen zu navigieren, zieht Anscheidt ausgerechnet heute den Grand Sport vor. Nicht, um die 1000 PS oder das Drehmoment von 1200 Nm auszunutzen. Auch nicht, um von 0 auf 100 km/h in 2,5 Sekunden zu beschleunigen

oder um zu wissen, wie es sich anfühlt, wenn sich einem der Magen beim anschliessenden Bremsen umdreht. Nein, Anscheidt entscheidet sich eindeutig für den Grand Sport, weil er von dort aus eine besondere Sicht auf den Atlantic hat. Es ist, als ob eine Ballerina auf der Bühne des Lebens tanzt, wenn er in die Bremsen geht, um dann wie von selbst durch die engen Kurven zu gleiten. Wie bei einer Opernsängerin in der Scala hallt sein wütendes Grunzen bei der Beschleunigung auf den kurzen Geraden durch die Berge. Als würde man auf dem Rücken eines hungrigen Tigers sitzen und einer flinken Antilope hinterherjagen.

«Man sieht diese Autos so selten. Und es ist wirklich eine einmalige Gelegenheit, eins von ihnen in seiner natürlichen Umgebung fahren zu dürfen.»

KAMPF DER IKONEN

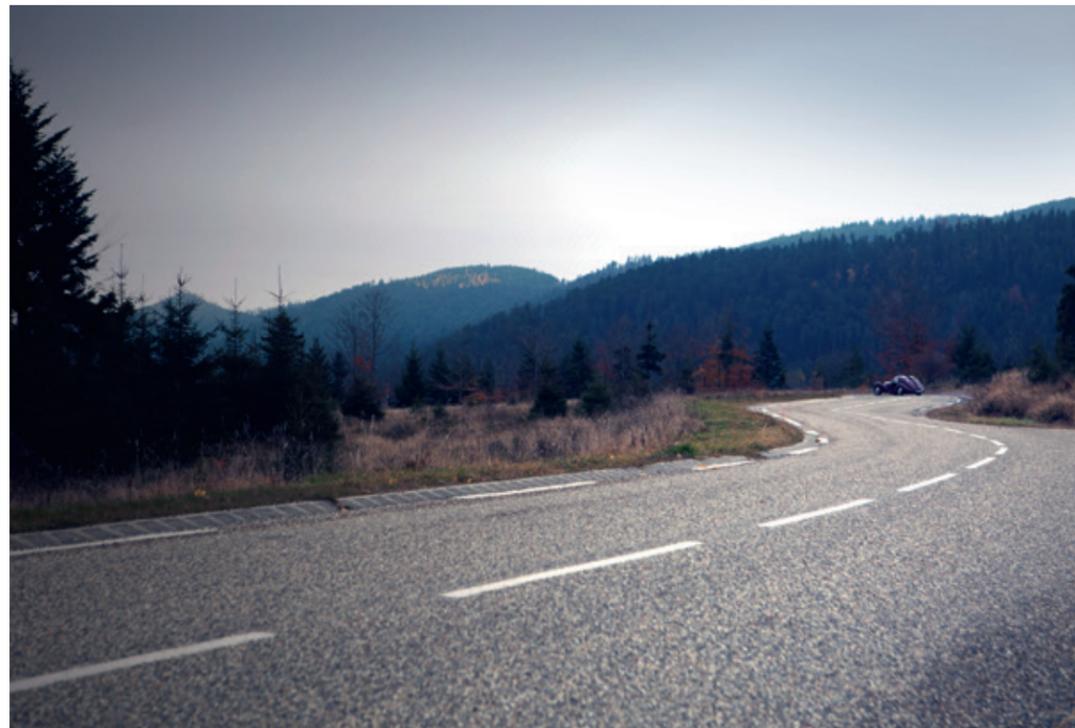
Nachdem Anscheidt die beiden Wagen durch die Gebirgsstrassen rund um Molsheim gequält hat, drängt sich eine grosse Frage auf, die wie eine Ölglocke an die Meeresoberfläche steigt. Was passiert als Nächstes? Die Wiedergeburt des symbolträchtigen 35, so die Meinung vieler Autofanatiker.

«Um vorausschauen zu können, muss man zurückblicken», erklärt Anscheidt die Tatsache, dass man die Vergangenheit nicht ignorieren kann. «Aber der rein funktionale 35 war aufgrund seiner Rennerfolge so beliebt. Heutzutage ist die Welt des Motorsports völlig anders. Soll Bugatti einen F1-Wagen bauen, der für die Strasse zugelassen ist? Einen aufgemotzten Lotus Elise, vollgepackt mit Luxus? Einen übertriebenen Exige? Nein. Diese Argumente sind wirklich zu kurz gegriffen, um diesen Weg einzuschlagen.»

Dann vielleicht eine Neuinterpretation des barocken Royale? «Wir haben nicht vor, das ultimative Auto zu bauen, das selbst einen Rolls-Royce Phantom übertrifft. Wir konzentrieren uns auf unsere sportlichen Gene, denn unseren Kunden gefällt es, dass wir den Galibier ganz klar als Auto positioniert haben, mit dem das Autofahren Spass macht. Heute hat Bugatti einen deutlichen USP: unseren fabelhaften W16 mit 4 Turboladern. Kein anderer bietet etwas, das dem auch nur nahekommt. Wir müssen dieses Potenzial ausschöpfen. Die Entwicklung eines jeden Bauteils und jeden Aspekts des neuen Bugatti muss genau nach diesem Motor ausgerichtet werden. So, wie es auch Jean Bugatti tat, als er den Atlantic entwarf.»

Wie wäre es dann mit einem Remake des Atlantic?

«Ich finde, der neue Galibier kommt dem schon nahe. Dort sind deutliche Designelemente des Atlantic verwendet worden, ohne dass er nach Retro aussieht. Ausserdem dienen all diese Stilaspekte nun einer bestimmten Funktion. Das typische zweifarbige Muster war in der Zwischenkriegszeit doch nur ein Designexperiment, aber heute unterteilt es die aus Aluminium und Kohlefasern gefertigte Karosserie. Es stimmt schon, dass das technische Layout des Galibier im Vergleich zum Atlantic völlig anders ist. Aber mittlerweile gibt es schon viel zu viele Sportwagen mit derselben Basis. Bugatti muss da etwas gänzlich Neues schaffen. Wir richten uns nicht nach Modetrends. Wir treffen unsere eigenen Entscheidungen und gehen unseren eigenen Weg. Bei Bugatti geht es um Kunst,





Form und Technik. Wir müssen innovativ sein, und fast jedes Element muss Ettore in sich widerspiegeln. Wir fragen uns ständig: Wie hätte er das gelöst? Wir bauen Autos wie ein Uhrmacher. Das macht sonst keiner.»

Welche Aufgabe hat der Architekt? Neben der Frage, was entstehen wird, muss ein anderes Thema geklärt werden. Wie wird es aussehen?

«Wie kann das Design eines Autos zeigen, wie aussergewöhnlich dieses Unternehmen ist? Ich kann es ja schliesslich nicht aus Gold machen. Und ich kann es auch nicht in Übergrösse bauen. Wie also erreichen wir teures Design, jetzt da das Gestalten so verdammt günstig geworden ist? Früher galt schönes Design als Privileg für nur einige Wenige. Im 21. Jahrhundert allerdings geht es überall um Design. Durch diese Design-Demokratisierung kann man einen wahren Meister nur in seinen Grenzen ausmachen. Ein dezentes Spiel zwischen konvexen und konkaven Oberflächen hilft. Wenn man es aber übertreibt, sieht das Metall schnell wie billiges Plastik aus. Bei Porsche habe ich gelernt, dass es möglich ist, das Metall so raffiniert zu modellieren, dass man die Lichtreflexionen an der Oberfläche bestimmen kann. Durch dieses Licht-Tuning entsteht viel Spannung und ein Gefühl von Wertigkeit. Nur sehr wenige Menschen wissen, dass fast jeder die Qualität eines Designs anhand der Lichtreflexionen beurteilt. Aber gerade weil dies unterbewusst

passiert, ist es so wichtig. Die hinteren Kotflügel sowohl beim Porsche 911 als auch beim Bugatti Veyron sind da ein perfektes Beispiel. Es gibt keine einzige klare Linie. Nur runde Formen und Kurven. Andererseits hat Lamborghini genau das Gegenteil mit seiner rasiermesserscharfen Linienführung bewiesen. Das ist das Schöne am Design. Es gibt keine Regeln. Man kann sogar ein gutes Design allein beim Versuch es zu verbessern völlig zerstören», so Anscheidt, der nicht in Klischees denkt und sich weit von den typischen Äusserungen eines jeden Auto-designers distanziert. Eine Herausforderung.

«Ich sehe mich selbst als Architekt, der ein Haus um Hindernisse und Unregelmässigkeiten in der Landschaft bauen soll. Wenn man das ordentlich macht und es einem gelingt, diese besonderen Umstände als Vorteil zu nutzen, kann man letzten Endes Beachtliches schaffen.»

Kein Wunder also, dass Anscheidt mit seiner Position so zufrieden ist.

«Ich bin der glücklichste Mensch der Welt. Bugatti bringt nur alle zehn Jahre ein neues Modell heraus. Wenn überhaupt. Es ist eine grosse Ehre, der Auserwählte zu sein.»

Kein Zweifel: egal wie schwierig die Aufgabe auch sein mag, dieser Easy Rider ist der richtige Mann für den Job.

«Ich bin der glücklichste Mensch der Welt. Bugatti bringt nur alle zehn Jahre ein neues Modell heraus. Wenn überhaupt. Es ist eine grosse Ehre, der Auserwählte zu sein.»

BUGATTI VEYRON

Der Veyron ist nicht nur das einzige Auto, das viel zu oft auf seine drei magischen Zahlen – 1001 PS, 400 km/h und 1 Million Euro – reduziert wird, sondern er ist auch der erste Bugatti der Volkswagen-Ära. Zu ihm gesellte sich 2008 die offene Variante Grand Sport, die zwar technisch identisch ist, doch sie fühlt sich dank des überarbeiteten Fahrwerks ein wenig lebendiger an. Für das Verdeck ist kein Platz im Auto, aber es gibt einen kleinen Regenschirm, der den Innenraum vor unerwarteten Schauern schützen soll. Nun sind die 300 Veyrons und Super Sports fast ausverkauft, und der Grand Sport ist der einzige Bugatti, der bis zum nächsten, völlig anderen Modell erhältlich sein wird. Bis dato wurden ca. 35 Grand Sports gebaut. Bugatti wird maximal 150 Wagen zu einem Preis von 1,4 Millionen Euro (exkl. MWST) produzieren.

BUGATTI TYP 57 «ATLANTIC» – WERT 2011: 28 MIO. EURO

Der Typ 57 – im Jahr 1934 vorgestellt – war Bugattis einziges Tourenwagen-Volumenmodell der dreissiger Jahre. Für sportlich orientierte Kunden entwickelte Jean Bugatti eine leichtere und kürzere Variante, den Typ 57 S. Das Fahrzeug war mit Kompressor auch als Typ 57 SC erhältlich. Die berühmteste und extremste Version war sicherlich der nur vier Mal gebaute Typ 57 SC »Atlantic«. Dessen Karosserie sollte ursprünglich aus dem ungewöhnlichen Werkstoff Elektron gebaut und wegen der schlechten Verschweissbarkeit des Materials zusammengeklippt werden. Dieses aussergewöhnliche Designmerkmal blieb auch erhalten, nachdem sich die Konstrukteure – doch – für Aluminium entschieden hatten.

DIE KÖNIGIN DER GESCHWINDIGKEIT

Text: Jochim Kurz
Photos: Bugatti Trust



Sie liebte das süsse Leben, die Herausforderung, Männer und schnelle Autos – und wäre beinahe in Vergessenheit geraten. Die Geschichte einer legendären Rennfahrerin und ihrer Wiederentdeckung.

Manche Geschichten sind so gut, dass man sie kaum glauben kann. Die rasante Story von Hélène Delangle ist genau so eine Geschichte, die kein Drehbuchautor besser hätte erfinden können. Und doch ist sie wahr.

Es war reiner Zufall, dass die britische Autorin Miranda Seymour im Jahr 2000 auf die Spur von Hélène Delangle geriet: Ein befreundeter Antiquitätenhändler war auf einem Flohmarkt in der Nähe von Saint Tropez auf ein reichlich mitgenommenes Album mit vergilbten Zeitungsausschnitten gestossen, die allesamt von den Rennerfolgen einer gewissen »Hélé Nice« handelten. Der Mann hatte den Namen noch nie gehört und überreichte das Fundstück der Schriftstellerin zum Geburtstag. Ein Geschenk mit Folgen. Denn die Biographin förderte ein erstaunliches Leben zutage, das auch heute noch fasziniert und bewegt. Und das nicht nur deswegen, weil dieses Leben von schnellen Rennwagen geprägt war. Wenig deutete darauf hin, dass Hélène Delangle, die am 15. Dezember des Jahres 1900 in dem kleinen Örtchen Aunaysous-Auneau als Tochter eines Postvorstehers geboren wurde, es zu solcher Berühmtheit bringen würde.

Bereits in jungen Jahren suchte sie ihr Glück im nahen Paris – und fand es nach einigen Umwegen. Schnell fasste die junge Frau aus der Provinz Fuss in der prickelnden Metropole Paris und legte eine atemberaubende Karriere als Tänzerin hin. Akrobatisches Geschick und ihr grosses Talent waren ihr Vermögen, das sie geschickt einsetzte. Und noch etwas kam dazu: Hélène hatte keinerlei Hemmungen, auf Überflüssigkeiten wie Kostüme und anderen Talmi zu verzichten. Immerhin waren es die freizügigen und wilden Zwanziger, in denen Josefina Baker mit nichts weiter als einem Bananenröckchen für Furore gesorgt hatte.

Während der «roaring twenties» wurde die Tänzerin unter ihrem Künstlernamen Hélé Nice zu einem der Lieblinge von tout Paris und trat an der Seite von Maurice Chevalier in verschiedenen Shows und Revuen auf. Dabei verdiente sie so gut, dass sie sich nicht nur eine Yacht, sondern auch extravagante Reisen und sportliche Herausforderungen leisten konnte. Sie fuhr Ski, bestieg den Mont Blanc mehrere Male, und war auch sonst Abenteuern jeglicher Art nicht abgeneigt. Zu ihren zahlreichen Affären zählte unter anderem der Weinbaron Philippe de Rothschild (Château Mouton-Rothschild), der Herzog Bruno d'Harcourt und andere Playboys der Jeunesse dorée. Darunter auch ein spanischer Herzog und ein rumänischer Prinz. Doch Männer waren nicht die einzige Leidenschaft der Tänzerin, die zweite gehörte edlen Automobilen.

Da Hélé nicht nur bei Männern einen exquisiten Geschmack hatte, kamen nur die schnittigen und sportlichen Wagen aus Ettore Bugattis Automobilmanufaktur in Frage, die in den Zwanzigerjahren die Rennstrecken der Welt beherrschten. «Zwischen dem 24. Januar und dem 19. September 1926 501 Siege», verkündete ein Plakat den Siegeszug der Marke – freilich hatte Ettore jeden Sieg in einem Amateurrennen und bei Orientierungsfahrten mitgezählt. Was die Leidenschaft für Bugatti aber nicht schmälerte. Hells Traum von einer Karriere als Rennfahrerin sollte sich bald erfüllen – wengleich auf schmerzhaft Weise. Ein Skiunfall mit einer schweren Knieverletzung bereitete ihrer glanzvollen Karriere auf den Bühnen von Paris im Jahr 1929 ein jähes Ende. Wobei Hélé mit fast dreissig Jahren sowieso auf das Ende ihrer tänzerischen Laufbahn zusteuerte. Die Zeit war reif für neue Abenteuer.

Der Umstieg von der Bühne hinter den Volant eines Bugatti wurde begünstigt durch Ettore Bugattis Schwäche für schöne

Frauen. Und die hatte durchaus handfeste wirtschaftliche Hintergründe. Schliesslich wusste der Fabrikant aus Molsheim genau um die zielgruppenwirksame Verbindung von edlen Automobilen und einer geballten Ladung Erotik. Ausserdem übten die eleganten Konstruktionen von Bugatti eine unglaubliche Faszination auf die vermögende Damenwelt aus, sodass eine weibliche Repräsentantin für das Geschäft unerlässlich war.

Und genau da lag Ettore's Problem: Die bis dato erfolgreiche Eliška Junková aus Prag hatte sich nach dem schrecklichen Unfalltod ihres Mannes auf dem Nürburgring aus dem Rennzirkus zurückgezogen. Für Bugatti ein herber Verlust, bis Hellé Nice auf den Plan trat. Für Ettore war die ehemalige Tänzerin die Idealbesetzung – schnell, gewitzt und mit einer umwerfenden Wirkung auf Männer gesegnet. Dass aber ausgerechnet der Jean Bugatti, der Sohn des Patron und designierte Kronprinz der Automobilschmiede, dem Charme der rasanten Hellé zu erliegen drohte, war dann doch zu viel des Guten. Als Aushängeschild für die Marke Bugatti würde Hellé wohl taugen, als künftige Schwiegertochter eher nicht, befand Ettore und untersagte die Liaison.

Der glorreichen Verbindung von Hellé Nice mit den schnellen Wagen aus dem Elsass tat das keinen Abbruch. Nachdem sie einen neuen Geschwindigkeitsrekord für Frauen auf dem Kurs von Montlhéry im Dezember 1929 aufstellte, wurde sie von der französischen Presse mit Ehrentiteln wie «Königin der Geschwindigkeit» («reine de vitesse») frenetisch gefeiert. In ihrem Bugatti Typ 35 C erreichte sie über zehn Runden eine Durchschnittsgeschwindigkeit von 195 km/h – ein furioser Ritt. Die verwegene Fahrt war der Auftakt einer Karriere, die bald ebenso glänzend verlaufen sollte wie ihre vorherige als Tänzerin.



Mit dem Erfolg kamen die Neider. Ein Stein des Anstosses: Manches Rennen bestritt die frühere Tänzerin mit nichts weiter als einem knapp geschnittenen Badeanzug – zur Freude der Zuschauer und zum Ärger einiger missgünstiger Kolleginnen von der Bühne, denen Hellé mit ihrem kessen und überaus freizügigen Auftreten die Show stahl. Aber auch etliche männliche Rennfahrer fühlten sich durch die Newcomerin gestört. Doch der Publikumsliebbling grinste über die kleinen Giftigkeiten der anderen Fahrer lediglich, machte einen Handstand auf der Motorhaube ihres Wagens – und hatte damit die Herzen der Presse und der Zuschauer auf ihrer Seite.

Zu einem Triumphzug geriet eine Tournee durch die USA im Jahr 1930, bei der Hellé Nice – meist ohne Helm und mit wehendem blondem Haar – zahlreiche Showrennen auf den «dirt tracks» und im wahrsten Wortsinne brandgefährlichen Holzpisten fuhr. Die meisten dieser Rennen bestritt sie in einem Miller Rennwagen, so etwas wie dem amerikanischen Äquivalent zum Bugatti Typ 35. Doch wenn sich die Gelegenheit ergab, pilotierte Hellé auch schwere Duesenbergs durch die berühmten Steilwand-Ovale und sicherte sich wegen ihres Wagemuts Spitznamen wie «The Speedbowl Queen» oder «Hellish Nice».

Zurück in Europa nahm ihre Rennkarriere spürbar an Geschwindigkeit auf. Rennen um Rennen spulte die Fahrerinnen nun ab und war fast immer die einzige Frau in einem Starterfeld, in dem Helden der Rennstrecke wie Tazio Nuvolari und Marcel Lehoux sowie ambitionierte und reiche Privatfahrer um den Sieg kämpften. Doch in den nächsten Jahren zeigte sich, dass die Bugatti Typ 35 nicht mehr konkurrenzfähig waren. Starke Konkurrenz erwuchs den erfolgsverwöhnten Franzosen vor

«Ich glaube, das Glück hat meine Adresse verloren»,
soll sie gesagt haben.
Damit hatte sie wohl leider recht.

allem durch Alfa Romeo. Nach der Machtübernahme der Nationalsozialisten in Deutschland und deren staatlichen Förderung des Rennsports kamen zudem noch Auto-Union und Mercedes-Benz hinzu, deren Konstruktionen den Rennsport bis 1939 weitgehend dominierten. Hellé Nice war nun immer häufiger in einem Alfa Romeo 8C Monza unterwegs, ob bei Grand Prix, Bergrennen oder Rallyes. Doch zumindest in der Königsklasse reichte es nie für einen Sieg. Bei allem Glück, das sie bei ihrem Einstieg in den Rennsport hatte: Hätte sie drei Jahre früher begonnen, als die Bugattis den Automobilsport nach Belieben dominierten, wäre sie sicher stets mit um den Sieg gefahren. Und auch so schrammte sie einige Mal nur haarscharf daran vorbei.

Das Jahr 1936, das für den gesamten Rennsport als Unglücksjahr gilt, versetzte den Ambitionen von Hellé Nice einen beinahe tödlichen Schlag. Beim Grand Prix von São Paulo, zu dem sie eingeladen worden war, hatte die Rennfahrerin an zweiter Stelle liegend einen schweren Unfall. Beim Versuch, einem Strohballen auf der Strecke auszuweichen, verliess sie das Steuer, überschlug sich mehrmals und raste in die Menge – sechs Zuschauer fanden den Tod, unzählige wurden verletzt. Und sie selbst lag drei Tage im Koma. Ein Schlag, von dem sich Hellé Nice niemals wieder vollständig erholen sollte. Zwar fuhr sie auch nach dem Unfall noch gelegentlich Rennen. Die Unbekümmertheit und der Wagemut aber waren dahin. Zumal die Dominanz der Rennwagen aus Deutschland immer übermächtiger wurde.

Die Kriegszeit überlebte Hellé Nice gemeinsam mit ihrem Geliebten Arnaldo Binelli in Paris und an der französischen Riviera. Nach dem Krieg folgte der nächste Schicksalsschlag: Ausgerechnet einer ihrer Team-Kollegen bei Bugatti, der Renn-

fahrer Louis Chiron, beschuldigte sie in Monaco öffentlich, eine Gestapo-Agentin gewesen zu sein. Bis heute gibt es keinerlei Beweise für diese Behauptung, doch Hellé Nice war fortan eine geächtete Person. Und ihr legendärer Ruf von einem Tag auf den anderen zerstört. Durch eine Fehlspekulation von Arnaldo verlor sie überdies beinahe ihr gesamtes Vermögen und wurde 1960 von ihm verlassen. Der letzte in einer ganzen Reihe von Tiefschlägen, die die einstmalige strahlende «reine de vitesse» endgültig in eine Sackgasse beförderten. «Ich glaube, das Glück hat meine Adresse verloren», sagte die ehemals schnellste Frau der Welt 1967 in einem Interview. Und sie hatte recht mit dieser Einschätzung. Am Ende ihres Lebens fristete der einstige Liebling der haute volée ein ärmliches Dasein. So wurde sie von einer Nachbarin in Nizza dabei beobachtet, wie sie Milch aus einem Schälchen für die Katze für den Eigenbedarf abzweigte – sic transit gloria mundi. Hélène Delangle alias Hellé Nice starb am 1. Oktober 1984 in bitterer Armut und wurde im Familiengrab in Sainte-Mesme verscharrt. Keine Inschrift erinnert an sie – ihre missgünstige und eifersüchtige Schwester Solange wusste diese letzte Ehrung erfolgreich zu verhindern.

Ein Glück nur, dass ihre wenigen Habseligkeiten und Erinnerungsstücke in die richtigen Hände gerieten. So hat nicht Fortuna selbst, sondern ihre Biographin Miranda Seymour Hélène Delangles Adresse wiedergefunden. Und das ist ein Glücksfall – zumindest für die Nachwelt.

Die ganze Geschichte von HELLÉ NICE findet sich in dem Buch von MIRANDA SEYMOUR: The Bugatti Queen. In Search of a Motor-Racing Legend; Simon & Schuster 2004

1992 von Ursula Hauser gemeinsam mit Iwan und Manuela Wirth gegründet, setzt die renommierte Kunst-Galerie Hauser & Wirth seit drei Jahrzehnten international Massstäbe. Über 100 Künstler, darunter Schlüsselfiguren wie Mark Bradford, Pipilotti Rist, Roni Horn und Paul McCarthy sowie die Nachlässe von Eva Hesse, Louise Bourgeois und Philipp Guston, um nur einige zu nennen, haben die Identität des Hauses massgeblich geprägt und die Galerie zu einer der weltweit ersten Adressen für moderne und zeitgenössische Kunst gemacht. Das Familienunternehmen hat seinen Hauptsitz in Zürich und Galerien in Hongkong, London, New York, Los Angeles, Somerset, Gstaad, St. Moritz und Monaco. Mitte Juli macht Hauser & Wirth in Menorca die Illa del Rei, eine eigene Insel im Hafen von Mahon, zu einer Galerie.

Interview: Anke Fischer
Photos: Sven Germann

HAUSER & WIRTH – MIT STIL UND HALTUNG AN DIE SPITZE DES INTERNATIONALEN KUNSTMARKTS

Wir treffen James Koch, Partner und Executive Director der Galerie Hauser & Wirth, um mit ihm über die vielseitigen Facetten der Kunst, die Leidenschaft des Sammelns und die Parallelen der exklusiven Kunst- und Automobilwelt zu sprechen.

B.I. Collection: Hauser & Wirth ist heute weit mehr als eine Galerie – so gehören unter anderem der Buchverlag «Hauser & Wirth Publisher» sowie das Hotel «The Five Arms» in Schottland mit rund 16'000 Kunstobjekten dazu. Als was würdest Du Hauser & Wirth heute bezeichnen?

James Koch: In der Tat, gehen die Aktivitäten von Hauser & Wirth über die bisherigen Vorstellungen einer «klassischen Galerie» hinaus. Im Zentrum steht dabei aber immer die Kunst bzw. die Künstler. Wir sind und bleiben primär eine Galerie, die zeitgenössische Künstler/innen vertritt und Künstlernachlässe betreut. Das Verlegen von Büchern über das Schaffen unserer Künstler und ihre Ausstellungen, ist seit Anbeginn ein grosses Anliegen der Gründer und zentraler Teil unserer Kunstvermittlung. Der Bereich Hospitality ist ein eigenständiger Bereich, der auch separat geführt wird, aber ebenfalls das «Kunsterlebnis» unterstützt. Als Hauser & Wirth in den 90er Jahren gegründet wurde, war der Kunst-Markt bereits sehr etabliert und viele Künstler wurden insbesondere von amerikanischen Galerien vertreten. Von Anbeginn hat sich Hauser & Wirth anspruchsvoller Positionen angenommen und sich dabei auch vor grossen Installationen und inhaltlich komplexen Themen nicht gescheut. Die Gründer haben dabei immer an das Aussergewöhnliche geglaubt, viel investiert und sich so bei den Künstlern, Museen und Kunstinstitutionen, Kuratoren und Sammlern den entsprechenden Respekt erarbeitet.

BIC: Was steht bei Hauser & Wirth im Zentrum: Der Ort und Raum oder der Künstler?

JK: Unser Fokus war und ist von Anfang an der Künstler und sein Schaffen. Nehmen wir neue Positionen in unser Programm auf, tauschen wir uns auch immer mit ihnen dazu aus. Gerade auch sehr etablierte Künstler sind an einem guten und integrativen Umfeld interessiert. Der «Galerieraum» hat sich stark weiterentwickelt und ist heute weit mehr als nur noch ein «White Cube», wo Kunst in einen Raum mit «weisen Wänden» präsentiert wird. So haben sich innovativ ganz neue Orte gefunden wie Somerset, Los Angeles oder Menorca. In LA haben wir uns bewusst in einem «rougheren», sehr urbanen Stadtteil niedergelassen, was ein sehr inspirierendes Umfeld und gleichzeitig einen sehr grossen Galerieraum ermöglichte. Dies zog viel weitere Kreativität an und liess das Quartier neu aufblühen, ja geradezu explodieren. Es ist uns wichtig, wie wir bei Hauser & Wirth leben, sei es in der Stadt oder auf dem Land, und wir versuchen dabei immer, sehr engagiert für Nachhaltigkeitsthemen zu sein. Wir legen unsere Haltung sehr transparent dar und teilen sie mit unseren Künstlern und Sammlern.

«PHYGITAL» IN DIE ZUKUNFT

BIC: In rasendem Tempo eröffnet Hauser & Wirth neue Galerien – mittlerweile gibt es neben dem Hauptsitz in Zürich weltweit dreizehn weitere Standorte. Die mediale Vermittlung ist für die «digital natives» inzwischen Normalität, was die Kunst- und die Autosammlermärkte massiv verändern wird. Der grösste Vorteil der Internetdistribution ist die signifikant grössere Reichweite, vor allem in den kaufkräftigen Gesellschaften Asiens. Es wird neue digitale Kunstmärkte geben. Wie wird dadurch das Geschäftsmodell von Hauser & Wirth verändert?

JK: Die Schweiz ist der geographische Ursprung der Galerie. Und auch in der Kunstwelt spielt die Schweiz per se eine wichtige Rolle. Historisch erklärt sich das mit dem humanistischen Gedankengut und Interesse, den bedeutenden Kunsthistorikern und der frühen, langjährig traditionellen Sammlertätigkeit. Noch heute ist die Schweiz das Zuhause bedeutender, einzigartiger Sammlungen. Gleichzeitig ist der Kunstmarkt global. Bald hat Hauser & Wirth daher Galerien in London und New York eröffnet und später dann in Asien. Seit Langem nutzen und setzen wir uns zudem mit den Möglichkeiten der «digitalen Welt» auseinander. Im Jahre 2019 haben wir «Art-Lab» ins Leben gerufen. Wir begannen, «Virtual Reality» und «Augmented Reality» zu erforschen und umzusetzen. Diese Techniken ermöglichen beispielsweise Sammlern aus der Ferne in ein Werk zu zoomen, oder ein Bild in ihrem eigenen Zuhause virtuell zu hängen und zu betrachten. Nicht alle können immer physisch zu uns in die Galerien kommen. Iwan Wirth spricht daher von einer «phygitalen Welt», die physische und digitale Erlebnisse ermöglicht.

BIC: Also wird Hauser & Wirth auch in Zukunft physische Standorte investieren?

JK: Sicher. In der Tat läuft auch bei uns viel über die digitalen Medien. Gleichzeitig glauben wir aber stark auch an die direkte Begegnung zwischen Menschen und Kunstwerk und damit an unsere Standorte. Wir suchen bewusst die Nähe zu den Leuten – es müssen nicht immer die globalen Metropolen sein. Auch in St. Moritz oder Gstaad treffen wir unsere Kunden. Gleichzeitig gehen wir auch an vermeintlich «abgelegene» Orte wie Somerset oder Menorca und erwecken diese mit Kunst erfolgreich zu Leben. Es ist bei uns die Freude an diesen Orten; ihre Schönheit, zurückhaltend und mitten in der Natur. Solche Visionen und Projekte werden vor allem von Iwan und Manuela Wirth entwickelt und vorangetrieben.

SAMMLUNGAUFBAU: AUGEN UND GEIST SCHULEN UND ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN

BIC: Angenommen, ich hätte ein bisschen geerbt und würde mit dem Wunsch zu Dir kommen, mir beim Aufbau einer Kunstsammlung zu helfen. Würdest Du so eine Anfrage annehmen und wenn ja, wie würde das ablaufen?

JK: Ja klar – sehr gerne! «Stets das Auge schulen und sich auch einmal entscheiden!» Es ist keine Frage der finanziellen Mittel, um sich für Kunst zu interessieren und zu sammeln. Vielleicht verzichtet man auf



Links: Jean Dubuffet (1901–1985)¹
Affluence, 16 January 1967

Mitte: Louise Bourgeois (1911–2010)²
Brother & Sister, 1949

Rechts: Louise Bourgeois (1911–2010)²
Couple, 2007

¹ © 2021, ProLitteris, Zürich
² © The Easton Foundation / 2021, ProLitteris, Zürich





das ein oder andere, weil einen die Leidenschaft für ein Kunstwerk gepackt hat. Genau wie beim Autokauf – Sammeln ist Leidenschaft, die eine innere Triebkraft hat und manchmal zum inneren Spiegel wird. Wichtig scheint mir, herauszufinden, was einen anspricht und interessiert, um den persönlichen Geschmack zu schulen und weiterzuentwickeln. Dabei empfehle ich, den Austausch mit Fachpersonen aus der Kunstwelt zu pflegen und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, um bei der Sammeltätigkeit professionell beraten und begleitet zu werden. Die Aufgabe eines Galeristen gegenüber dem Sammler ist es, Werke zu präsentieren, ein Programm und einen Kontext zu bieten, Verbindungen zu knüpfen und Arbeiten in einen Dialog treten zu lassen. Kunstwerke sind einzigartig. Wenn ein Werk plötzlich verkauft ist, das man gerne hätte, kann das sehr enttäuschend sein.

BIC: Bei uns starten die meisten mit der Leidenschaft und kaufen Autos, die ihnen gefallen. Meistens ergibt das in der ersten Phase eher eine «Ansammlung», welche erst in der in einem zweiten Schritt zu einer «Sammlung» umstrukturiert wird. Ebenfalls spielt die Frage nach Werterhaltung und Wertsteigerung bei Ferrari Sammler-Fahrzeugen eine grosse Rolle. Der Wunsch, mindestens kein Geld zu verlieren, ist stark vertreten. Wie ist das bei Euch?

JK: Das ist in der Kunstwelt sehr ähnlich, aber irgendwann erkennt man, wo die Verbindungen liegen. Auch die Frage der Kunden nach Werterhaltung und Wertsteigerung, sei es bei Ferrari Sammler-Fahrzeugen

oder auch bei Kunstwerken, ist ja ganz menschlich. Viele Sammler sammeln langfristig und achten auf die Werterhaltung. Obwohl der Kunstmarkt seit den 80er Jahren stetig wächst, glaube ich nicht, dass unsere Kunden primär aus rein spekulativen Überlegungen in Kunst investieren. Kunstwerke können unter Umständen einen beträchtlichen Teil des Vermögens ausmachen. Deshalb ist jeder Sammler gut beraten, den Markt und das Potential eines Künstlers mit professioneller Unterstützung zu verstehen und zu überprüfen.

BIC: Bei den Collections- und Classic Fahrzeugen gibt es zum Beispiel der HAGI-Index, der die Wertsteigerung bezogen auf einen bestimmten Basket mit Fahrzeugen (HAGI F für Ferrari) abbilden soll. Seit 1989 ergibt sich eine Bruttorendite von 11% (für Ferrari Classic Fahrzeuge). Gibt es solche Indices auch im Kunstbereich?

JK: Es gibt sicherlich auch in der Kunst vergleichbare Indices – unsere Sammler und wir orientieren uns aber nicht primär an solchen. Der Kunstmarkt orientiert sich in der Regel nicht an kurzfristigen Wertveränderungen, sondern ist langfristig orientiert.

BIC: Ich habe einmal im Kontext von Ferrari gesagt, sammeln sei «strukturiert unvernünftig». Was ist für dich das Sammeln von Kunst?

JK: Kunst ist meine Leidenschaft und mein Antrieb. Hier fliessen private und geschäftliche Themen ineinander. Zu einigen Künstlern und Sammlern hat man mit der Zeit ein enges, freundschaftliches Verhältnis, man tauscht sich aus, teilt Erlebnisse und die Be-

geisterung und das Interesse für die Kunst. Gleichzeitig bringt jeder seinen eigenen Hintergrund und seine «eigene Geschichte» mit, was ihn zur Kunst führte. Bei Automobilen interessiert mich besonders das Design, die Ästhetik und die Rolle, die das Auto in unserer Gesellschaft einnimmt.

BIC: Ein möglicher Unterschied zwischen Autos und Kunst ist wohl, dass Autosammler ihre Leidenschaft gerne mit anderen Enthusiasten teilen. Deshalb gibt es eine Menge von Treffen, Clubs, Concours d'Elegance und Rundfahrten – auch für sehr teure Sammlerautos. Trotz aller Diskretion ist das Teilen von Leidenschaften sehr ausgeprägt. Wie ist das in der Kunstwelt?

JK: Das Auto ist ja ein Fahrzeug, das sich bewegt und bewegt werden sollte. Kunst ist eher statisch. Ich sehe aber keinen grundsätzlichen Unterschied zwischen Kunst- und Autosammlern. Beide teilen eine (Sammel-)Leidenschaft. Viele sammeln im Übrigen auch gleichzeitig Kunst und Autos. Auch reisen Sammler oft sehr viel – sei es um Ausstellungen oder Kunstmesse wie z. B. die Art Basel zu besuchen und sich mit Künstlern und anderen Kunstbegeisterten auszutauschen. Aber auch die Kunstwerke «reisen», wenn sie beispielsweise als Leihgaben an Ausstellungen geliehen werden.

BIC: Um eine persönliche Sammlung aufzubauen, hat der Sammler in der Regel viel Zeit, Mittel und Leidenschaft investiert. Viele Sammler stellen sich die Frage, was mit ihrer Sammlung einmal passieren soll.

JK: Ob die Begeisterung auch auf die nächste Generation überspringt und diese für dasselbe «Sammelgebiet» Leidenschaft empfindet, ist hingegen fraglich. Daher wäre es bei grossen Sammlungen ideal, eine frühzeitige Strategie festzulegen und den Dialog mit den Nachfolgern zu suchen. Zudem sollte man sich beim Galeristen seines Vertrauens Unterstützung holen. Unsere Erfahrung ist, dass ein gewisser Kernbestand bei den Erben bleibt, einzelne Werke

einem Museum vermacht oder als Dauerleihgabe geliehen werden. Andere Werke werden wieder in den Handel gegeben, um Liquidität zu schaffen. So wird neuen Sammlern die Möglichkeit gegeben, künftig an dem Kunstobjekt Freude zu finden. Das ist das Faszinierende an der Kunst – es ist etwas sehr Persönliches. Kunstwerke sind immer mit Geschichten verbunden. Jedes Werk einer Sammlung ist ein Teil einer individuellen Lebensgeschichte. Bei Autosammlungen verhält sich dies wohl sehr ähnlich.

BIC: Gibt es Anekdoten von Künstlern in eurem Kreis, die eine Passion für besondere Fahrzeuge haben? Wie beispielsweise die grosse Leidenschaft von Jean Tinguely für die Geschwindigkeit und die Maschine, die er in seine Arbeit einfließen liess. Er sammelte fanatische Autos, vorzugsweise Ferraris. Der rasende Jean war – er war früh berüchtigt für seine Autounfälle – durchdrungen vom Mythos der Geschwindigkeit.

JK: Ursula Hauser fuhr selber einmal einen Ferrari und hatte ein wunderbares Erlebnis mit dem Künstler Jason Rhoades, von welchem sie noch heute erzählt. Früher war Jason oft bei ihr in der Schweiz und hatte sich dabei in ihren Ferrari «verliebt» – offenbar war er Feuer und Flamme für diese Autos. Da er aber kein Geld hatte, haben die beiden einen besonderen Deal gemacht: Ursula Hauser überliess Jason Rhoades ihren Ferrari. Gleichzeitig stellte Jason Rhoades Ursula Hauser seinen alten Caprice mit Chauffeur zur Verfügung, wenn sie in Los Angeles zu Besuch war. Nicht vergessen werden darf, dass Ursula noch zu Lebzeiten Bruchstücke ihres Ferrari zurückgeschickt bekommen hatte. Jason schickte ihr den Koffer des 7-teiligen, speziell angepassten Ferrari-Koffersets, das zur Ausstattung des Fahrzeuges gehörte, zurück. Mit neuem Inhalt in Form von «Pornomagazinen». Auf diesem Weg sind Teile ihres Ferraris wieder in die Sammlung von Ursula Hauser zurückgekommen. Jason Rhoades beliebte zu sagen: «Kunst kann überall stattfinden».



NICOLAS PARTY

PARTY

Ein Projekt von Nicolas Party
Kuriert von Tobia Bezzola und Francesca Bernasconi

Vom 27. Juni 2021 bis 9. Januar 2022 zeigt das Museo d'arte della Svizzera italiana mit «Rovine» die erste grosse Einzelausstellung von Nicolas Party (Lausanne, 1980) in einem europäischen Museum.

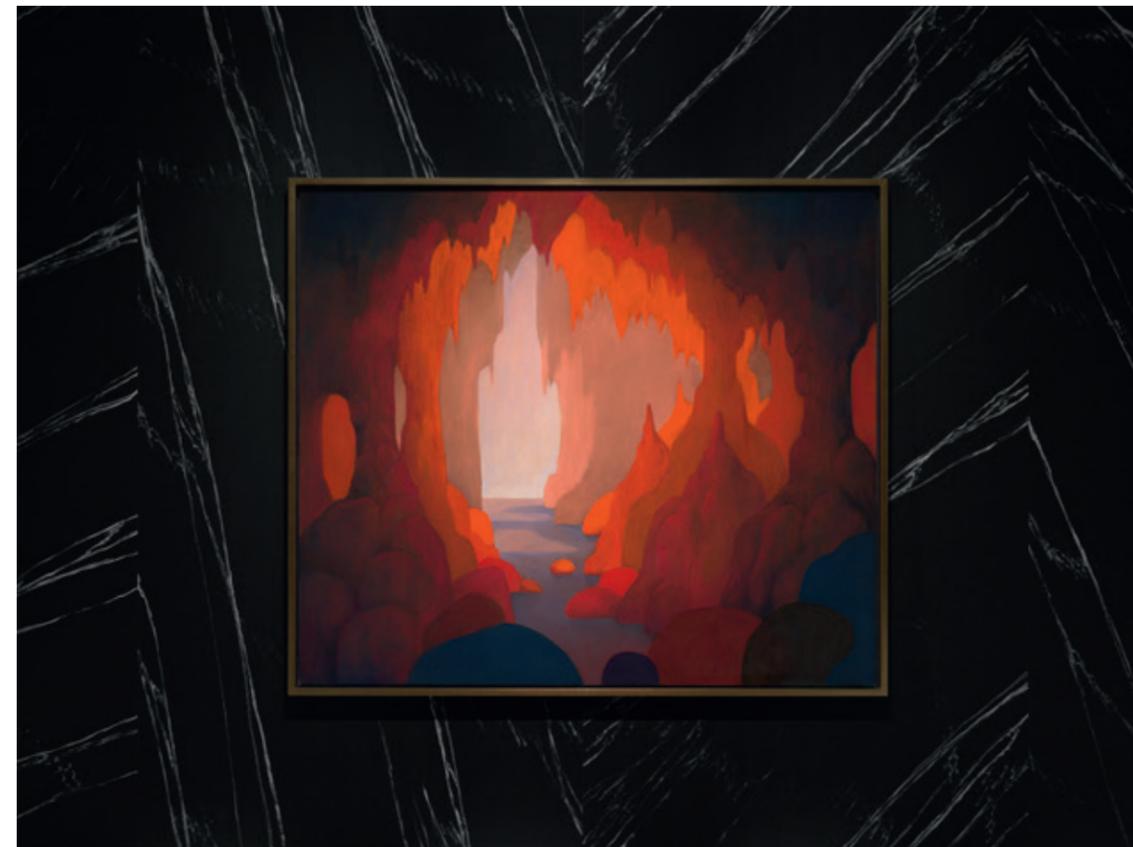
Im Rahmen dieses immersiven Projekts hat der Künstler ein fantastisches Universum erschaffen: In ein umgreifendes architektonisches Ensemble, dessen Wände überraschende Trompe-l'oeil-Malereien in kühnen Farbkontrasten bedecken, integriert Party seine magischen grossformatigen Wandmalereien, monumentalen polychromen Skulpturen und leuchtenden Pastelle.



Nicolas Party, «Rovine», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Welter © Nicolas Party



Nicolas Party, «*Rovine*», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party



Nicolas Party, «*Rovine*», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party



Nicolas Party, «*Rovine*», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party



Nicolas Party, «*Rovine*», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party



Nicolas Party, *Portrait 2015*, Pastellkreide auf Leinwand, 170 x 150 cm,
Gherardo Felloni, Foto: Andrea Rossetti © Nicolas Party



Nicolas Party, *Portrait 2020*, Pastellkreide auf Leinwand, 170 x 150 cm,
Privatsammlung, Foto: Adam Reich © Nicolas Party



Nicolas Party, «Rovites», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party



Nicolas Party, «Rovites», MASI Lugano
Installation View, Foto: Annik Wetter © Nicolas Party

Nicolas Party hat die ambitionierte Ausstellung spezifisch für den grossen Ausstellungsraum im Untergeschoss des MASI konzipiert. Hier ist eine imposante architektonische Struktur aus fünf Sälen entstanden, die je einem von Partys wiederkehrenden Themen gewidmet sind: Stilleben, Portrait, Felsformationen, Höhlen und Landschaft. Zudem hat Party vier grossformatige Wandpastelle geschaffen, inspiriert von vier Werken des Schweizer Malers Arnold Böcklin (1827–1901), einem der wichtigsten Vertreter des Symbolismus. Der Ausstellungstitel bezieht sich auf Böcklins rätselhaften Ansichten von Ruinen. Diese monochromen Szenen des Verfalls empfangen das Publikum mit einer Stimmung, die in einem deutlichen Kontrast zur Farbenpracht der Werke und Säle steht. Diese hat Party durch Grundierung in kontrastierenden Farben und durch mehrfarbige Trompe-l'oeil-Malereien, angefertigt in Zusammenarbeit mit Sarah Margnetti, zusätzlich verfremdet.

Die Ausstellung versammelt einunddreissig Pastelle und vier bemalte Skulpturen (darunter eine monumentale am Seeufer von Lugano), die zwischen 2013 und heute entstanden sind und dem Publikum teilweise zum ersten Mal präsentiert werden. In der sorgfältigen Auswahl tritt Partys Vorliebe für eine Palette äusserst lebhafter Farben und eine vereinfachte Figurenzeichnung deutlich hervor. Seine Sujets mit ihren kontrastierenden, klar begrenzten Farbflächen lassen sich zum Teil auf Partys spezielle künstlerische Lehrjahre mit ihren Anfängen in der Graffiti-Kunst zurückführen. Partys Kompositionen entstehen nicht durch die Beobachtung der Wirklichkeit (weder arbeitet er mit Modellen, noch malt er Landschaften en plein air), sondern sind ausschliesslich Produkt seiner Vorstellungskraft. Sie sind äusserst einfach an-

gelegt, zeitlos und ortlos. Dennoch enthalten die Sujets in ihren essenziellen Formen den kleinsten gemeinsamen Nenner, dank dem wir Motive wie Gesichter, Früchte oder Bäume wiedererkennen. Gerade diese Möglichkeit einer universellen, zeitlosen Sprache fasziniert Party und leitet ihn bei seiner künstlerischen Suche.

Party setzt sein kreatives Universum in einen ständigen Dialog mit der Kunstgeschichte, die er aufmerksam und unermüdlich ergründet. In seinen Gemälden lässt sich leicht ein Echo der «inquiétante étrangeté» der surrealistischen Malerei oder der farblichen Explosionen der Fauves wahrnehmen. Die Bezugspunkte des Künstlers reichen aber weit darüber hinaus, erstrecken sich vom Streben nach idealer Vollkommenheit der klassischen Kunst bis zur wissenschaftlichen Akribie der holländischen Stilleben des 17. Jahrhunderts. Party interessiert sich zudem sowohl für das Schaffen berühmter Künstlerinnen und Künstler wie Georgia O'Keeffe (1887–1986) oder Ferdinand Hodler (1853–1918) als auch für jenes weniger berühmter wie des belgischen Symbolisten William Degouve de Nuncques (1867–1935) oder der Porträtistin Rosalba Carriera (1675–1757), deren Name untrennbar mit der Geschichte des Pastells, Partys bevorzugtem Ausdrucksmittel, verbunden ist.

DER KÜNSTLER

Nicolas Party, 1980 in Lausanne geboren, lebt und arbeitet in New York. Sein künstlerischer Werdegang begann in den frühen Teenagerjahren, als er seine Leidenschaft für Graffiti-Kunst entdeckte, der er sich über zehn Jahre widmete. Später wandte er sich der 3D-Animation zu und vervollständigte seine Ausbildung mit einem Master of Fine Arts an der Glasgow School of Art. In den vergangenen zehn Jahren erhielt Party sowohl von Seiten der Kritik als auch des Publikums viel Zuspruch und konnte seine Werke in wichtigen Institutionen ausstellen, unter anderem im Musée Magritte (Brüssel, 2018), Hirshhorn Museum and Sculpture Garden (Washington DC, 2017), Dallas Museum of Art (2016), Centre Culturel Suisse (Paris, 2015) und im Swiss Institute (New York, 2012).

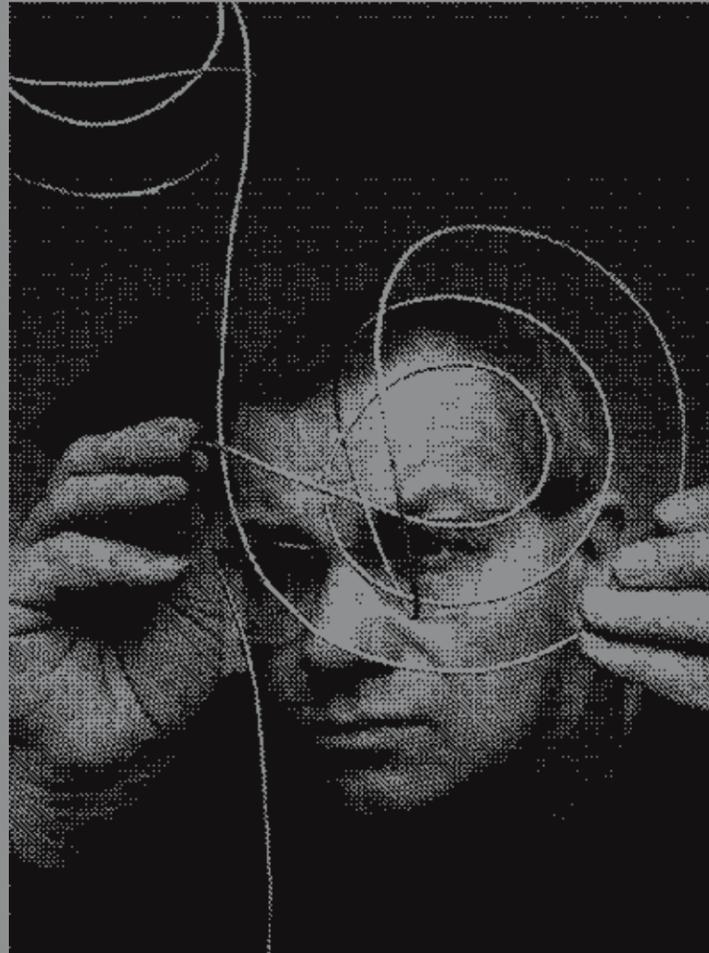


Nicolas Party in seinem Studio, Foto: Axel Dupoux
Mit freundlicher Genehmigung des Künstlers und
Häuser & Wirth © Nicolas Party

The Collective

Ausstellungen
Agenda 2021

max bill global
16. September 2021 – 9. Januar 2022, Bern



Porträt von Max Bill, Ende 1940er-Jahre
© haus bill

Max Bill – Maler, Bildhauer, Architekt und Schweizer Design-Ikone. Bekannt wurde er unter anderem als Mitbegründer und Rektor der Hochschule für Gestaltung Ulm, die sich als Nachfolgerin des 1933 geschlossenen Bauhaus verstand. Als bekennender Antifaschist setzte er sich für die Friedensbewegung und den Umweltschutz ein. Politisch ist auch sein Schaffen. Im Sinne des Bauhaus-Gedankens wollte er mit seiner Arbeit einen Beitrag zu einer besseren Gesellschaft leisten. Die Schau widmet sich seinem vielseitigen Werk: Neben Malerei und Plastik sind auch Entwürfe für Plakate, Typografien und Möbel zu sehen. Erstmals thematisiert die Ausstellung Bills globales Netzwerk. Als Theoretiker und Mitbegründer der Kon-

kreten Kunst suchte er den Austausch mit Künstlerinnen und Künstlern aus Europa, den USA und Lateinamerika. Darunter Sophie Taeuber-Arp, Wassily Kandinsky, Georges Vantongerloo, Josef Albers, Tomas Maldonado, Maria Vieira und vielen anderen.

Das umfangreiche Werk Bills – er gilt als einer der bedeutendsten Schweizer Künstler des 20. Jahrhunderts – wird in einer Einzelausstellung im Zentrum Paul Klee in Bern, ab dem 16. September 2021 bis zum 9. Januar 2022 präsentiert. Es zeigt rund 100 seiner Werke und Designobjekte und stellt diese in Beziehung zu seinem internationalen Freundeskreis.

Le Corbusier und die Farbe
7. Mai – 28. November 2021, Zürich



Le Corbusier, Usine Claude et Duval, Saint-Dié-des-Vosges FR, 1946–1950, mehrfarbige Wandarbeit im Büro des Direktors Jean-Claude Duval, 1950, Kombination von Farbe und Schwarz-Weiss, von Abstraktion und Figuration
Foto: © Philippe Colignon, Musée Pierre-Noël, Saint-Dié-des-Vosges, 2004

Im Mai 2021 eröffnete das Museum für Gestaltung Zürich die neue Ausstellung «Le Corbusier und die Farbe» im 2019 von Silvio Schmed und Arthur Rüegg sanierten Pavillon Le Corbusier. Anhand von Fotografien, Originalen, Plänen und drei grossformatigen Installationen wird gezeigt, wie Le Corbusier Farbe als raumbildendes und identitätsstiftendes Element einsetzte. Der als Corbusiers letztes Werk geltende Pavillon Le Corbusier fungiert dabei nicht nur als Ausstellungsort, sondern auch als Hauptexponat und Beispielobjekt. Die vom Museumsdirektor Christian Brändle sowie den Architekten Arthur Rüegg und Silvio Schmed kuratierte und szenografierte Ausstellung erstreckt sich über alle drei Geschosse des

Pavillons. Im Untergeschoss werden verschiedene Stationen von Le Corbusiers Schaffen nachgezeichnet: Von seinen ersten Experimenten mit Farbe in La Chaux-de-Fonds über die berühmten Wohnhäuser der 1920er Jahre bis zur Unité d'habitation in Marseille. Das Erdgeschoss ist Le Corbusiers einzigem Fabrikgebäude gewidmet: die Manufacture Claude et Duval in Saint-Dié-des-Vosges. Im Obergeschoss spielt Farbe erneut eine wichtige Rolle. Unter anderem ist hier die Pigmentensammlung des Bauhauslehrers Johannes Itten zu sehen. Auch 17 Arbeiten des Zürcher Fotografen René Burri, die dieser als visueller Chronist von Le Corbusier anfertigte, werden gezeigt.

Francisco de Goya
10. Oktober 2021 – 23. Januar 2022, Basel

Francisco de Goya, *Bekleidete Maja (La maja vestida)*, 1800–1807, Öl auf Leinwand, 95 × 190 cm, Museo Nacional del Prado, Madrid
© Photographic Archive, Museo Nacional del Prado, Madrid



Die Fondation Beyeler widmet Francisco de Goya (1746–1828) eine der bisher bedeutendsten Ausstellungen ausserhalb Spaniens. Goya ist einer der letzten grossen Hofkünstler und der erste Wegbereiter der modernen Kunst. Er ist sowohl Maler eindrücklicher Porträts als auch Erfinder rätselhafter persönlicher Bildwelten. Gerade aus dieser unauflösbaren Widersprüchlichkeit bezieht Goyas Kunst ihre magische Faszination. In seinem mehr als 60 Jahre währenden Schaffensprozess, der den Zeitraum vom Rokoko bis zur Romantik umspannt, zeigt Goya Begebenheiten, die aus den gesellschaftlichen Konventionen herausführen. Goya stellt Heilige und Verbrecher, Hexen und Dämonen dar, um das Tor zu Welten aufzustossen, in denen die Gren-

zen zwischen Realität und Fantasie verschwimmen. Goya ist in seiner Kunst der scharfsinnige Beobachter des Dramas von Vernunft und Unvernunft, von Träumen und Albträumen. Es ist gelungen, für die Ausstellung über 70 Gemälde und eine Auswahl meisterhafter Zeichnungen und Druckgrafiken zu versammeln, die die Besucher zu einer Begegnung mit dem Schönen wie auch dem Unfassbaren einladen. Die Ausstellung entsteht in Zusammenarbeit mit dem Museo Nacional del Prado in Madrid. Selten gezeigte Gemälde aus spanischem Privatbesitz werden in der Fondation Beyeler erstmals mit Schlüsselwerken aus den renommiertesten europäischen und amerikanischen Museen und Privatsammlungen vereint sein.

AUSSTELLUNG Sophie Taeuber-Arp in unbekannten Fotografien
27. März – 24. Oktober 2021, Aarau



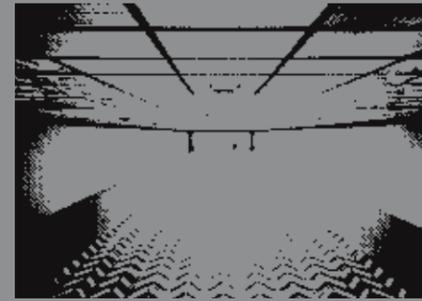
Unbekannte/r Fotograf/in
Erika Schlegel und Sophie Taeuber-Arp, 1925
Aargauer Kunsthau, Aarau

2016 wurde für die Sammlung des Aargauer Kunsthau 98 Fotografien von Sophie Taeuber-Arp (1889–1943) angekauft. Von ihrer Kindheit in Trogen (AR) bis zu den Jahren in Zürich dokumentieren die zwischen 1891 und 1942 entstandenen Aufnahmen sowohl das Leben der Künstlerin als auch ihre unablässige Auseinandersetzung mit den gestalterischen Möglichkeiten des Kunsthandwerks. Aus der Zeit in Trogen stammen von der Mutter aufgenommene Fotografien, in denen sich Taeuber-Arp in zahlreichen selber angefertigten Verkleidungen präsentiert. Inspiriert von den Gewändern der indigenen

Bevölkerung Nordamerikas oder der orientalischen Textilkunst verfolgte die Künstlerin spielerisch und experimentell ihre Faszination fürs Kostümieren auch nach dem Studium an der renommierten Debschitz-Schule in München weiter.

Die Präsentation ausgewählter Fotografien gewährt deshalb nicht nur intime Einblicke in die biografische Entwicklung Taeuber-Arps, sondern sie zeigt auch die vielseitige und interdisziplinäre Fortschrittlichkeit ihrer künstlerischen Praxis auf.

AUSSTELLUNG Walter De Maria: The 2000 Sculpture
27. August 2021 – 20. Februar 2022, Zürich



Walter De Maria, *The 2000 Sculpture*, 1992, Kunsthau Zürich,
Eigentum der «The 2000 Sculpture» Foundation, 1994,
Foto: Nic Tenwiggenhorn, Düsseldorf, © Estate of Walter De Maria

«The 2000 Sculpture» von Walter De Maria (1935 – 2013) ist eine der grössten Bodenskulpturen im Innenraum und entstand 1992 für eine Ausstellung im Kunsthau Zürich. Damals lud Harald Szeemann den Künstler ein, eine neue Installation für den grossen Ausstellungssaal zu entwickeln. Die raumfassende Arbeit besteht aus insgesamt 2000 weissen Gipsbarren von je 50 cm Länge und 18 cm Höhe. Die einzelnen Elemente sind trotz ihrer einheitlichen Grösse verschieden und weisen fünf, sieben oder neun Seiten auf. Sie werden auf einer Fläche

von insgesamt 500 Quadratmetern in einem gleichmässigen Raster ausgelegt, das eine Dynamik zwischen Zickzacklinie und Diagonale erzeugt. Was auf den ersten Blick geschlossen und monumental wirkt, entwickelt mit der Bewegung eine Fülle von visuellen Eindrücken. Es entsteht eine Spannung zwischen durchschaubarer Gesetzmässigkeit und individueller Wahrnehmung. Das Kunstwerk von Walter De Maria wird nach zwanzig Jahren wieder im Kunsthau Zürich gezeigt.

AUSSTELLUNG Bruce Conner. Light out of Darkness
5. Mai – 28. November 2021, Basel

Bruce Conner, *Crossroads*, 1976, (Filmstill), 35mm, s/w, Ton, 37 Min.;
Musik: Patrick Gleeson und Terry Riley; Restaurierung: UCLA Film & Television
Archive; Courtesy Kohn Gallery and Conner Family Trust



Bruce Conners (1933–2008) kritische Haltung zur Kunstwelt ist ebenso legendär wie sein Ruf als Vater des Videoclips. Er ist einer der herausragenden Künstler des 20. Jahrhunderts – ein «Artists Artist». Die Ausstellung «Bruce Conner. Light out of Darkness» ist vom 5. Mai bis 28. November im Museum Tinguely zu sehen und stellt sein experimentelles filmisches Werk mit einer repräsentativen Auswahl von neun Filmen vor, darunter die Arbeit *Crossroads* (1976), die Filmmaterial des ersten US-Unterwasser-Atombombentests von 1946 beim Bikini Atoll zu einer 36-minütigen Studie über Horror und Sublimität dieses apo-

kalypischen Ereignisses zusammenfügt. Sein Schaffen in unterschiedlichen Medien ist radikal und vielseitig, von berückender Schönheit und erschreckender Düsterei, politisch, subversiv und von einer unmittelbaren sinnlichen Kraft, die unter die Haut geht. Viele seiner frühen Collagen, Assemblagen und Installationen sind nur selten zu sehen, weil sie – aus armen, ephemeren Materialien wie Nylon, Wachs oder verschlissenen Textilien zusammengefügt – hochfragil sind. Conners Haltung ist anarchistisch, geprägt von bissiger Ironie, grenzenloser Dedikation und grösstmöglicher Ferne zum Kunstmarkt.

Virtuelles Universum & Standorte

Team News

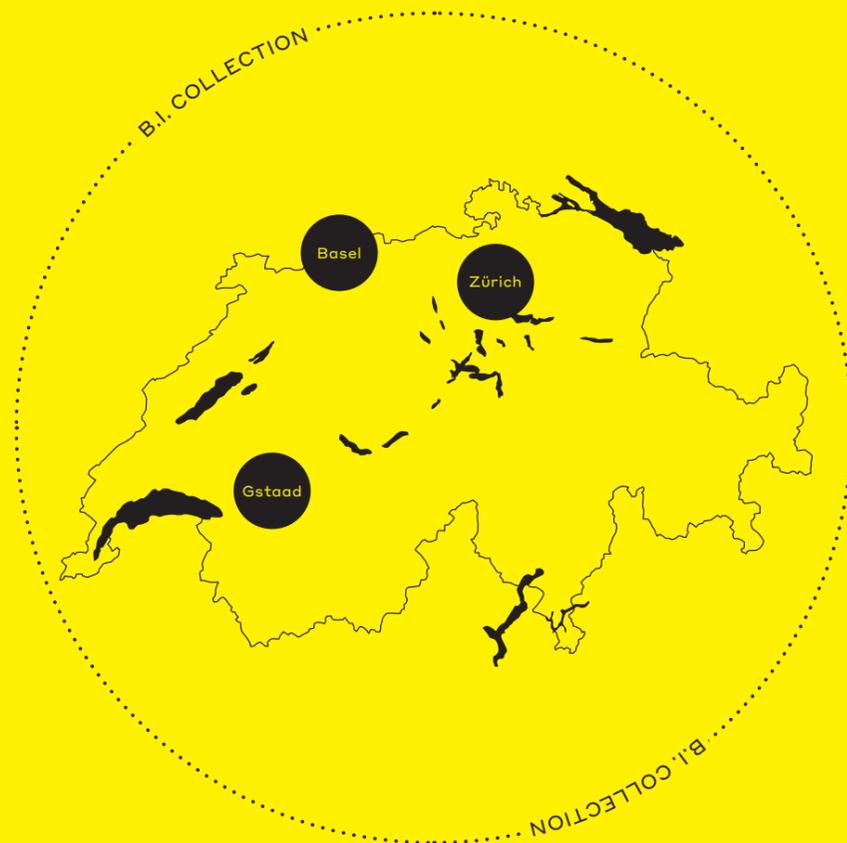
B.I. Collection &
Partner Events
Agenda 2021



Tanja Cavegn *Sales Executive*

Seit Jahresbeginn 2021 gehört Tanja Cavegn zum Team der B.I. Collection AG in Zürich und unterstützt als Sales Executive den Verkauf unserer gesamten Ferrari-Modellpalette voller Engagement für Innovation und Mythos rund um das Cavallino Rampante. Die begeisterte Köchin und Mutter zweier Kinder ist seit vielen Jahren in den Unternehmensbereichen Vertrieb tätig. Ihre professionellen Erfahrungen und Fachkenntnisse hat sie dabei insbesondere in Unternehmen des Automobilhandels erworben.

Aufgrund der zahlreichen Kundenkontakte im Rahmen ihrer vertrieblichen Aktivitäten, weiss Tanja Cavegn als frühere Verkaufsberaterin für Audi um die Bedürfnisse und Anforderungen von Kunden hochpreisiger Autos. Fort- und Weiterbildungskurse in den Bereichen Verkauf, Marketing, Kommunikation und Führung runden ihr Qualifikationsprofil ab.



Noemi Ingui *Logistic Manager*

Noemi Inguis Vorfahren stammen aus Italien, dem Ursprungsland und Stammsitz der Renn- und Sportwagenschmiede Ferrari. In der Schweiz geboren und aufgewachsen, absolvierte sie ihre Ausbildung im Automobilhandel und hat sich profunde Kenntnisse und Erfahrungen im administrativen Bereich sowie auf dem Gebiet Disposition im Neuwagen- und Occasionshandel erworben.

Ihr Know-how bringt Noemi Ingui seit Anfang 2021 bei der B.I. Collection AG – Ferrari Zürich als Logistic Manager, Financial Service Spezialist und Manager für die administrative Abwicklung des Pre-Owned-Handelsgeschäfts ein. Gleichzeitig bildet sie die operative Schnittstelle zwischen dem Produktionswerk von Ferrari in Maranello und dem Vertriebsnetz der B.I. Collection AG in Zürich, wofür sie neben Kompetenz und Expertise ihre kommunikativen Fähigkeiten qualifizieren.

Pascal Stadelmann

Sales Advisor

Der seit Anfang 2021 als technischer Serviceberater und Teil des B.I. Collection Teams in Zürich, Pascal Stadelmann, hat seit frühen Kindheitstagen ein Faible für den technischen Umgang mit Fahrzeugen aller Art. Der 26-jährige in Luzern geborene Kfz-Techniker hat diese Leidenschaft nach seiner Ausbildung in den Bereichen Administration und Logistik sowie in seiner späteren Tätigkeit für ein internationales Industrieunternehmen zum Schwerpunkt seiner beruflichen Tätigkeit gemacht. In den knapp drei Jahren bevor Pascal Stadelmann zur B.I. Collection AG in Zürich stiess, konnte er seine technischen Fertigkeiten als Serviceberater «Werkstatt und Racing» beim offiziellen Ferrari und Maserati Service Partner Octane126 AG unter Beweis stellen. Seine technische Qualifikation und seine grosse Passion für den Motor-Rennsport machen ihn zudem zur idealen Besetzung des technischen Supports bei B.I. Collection.



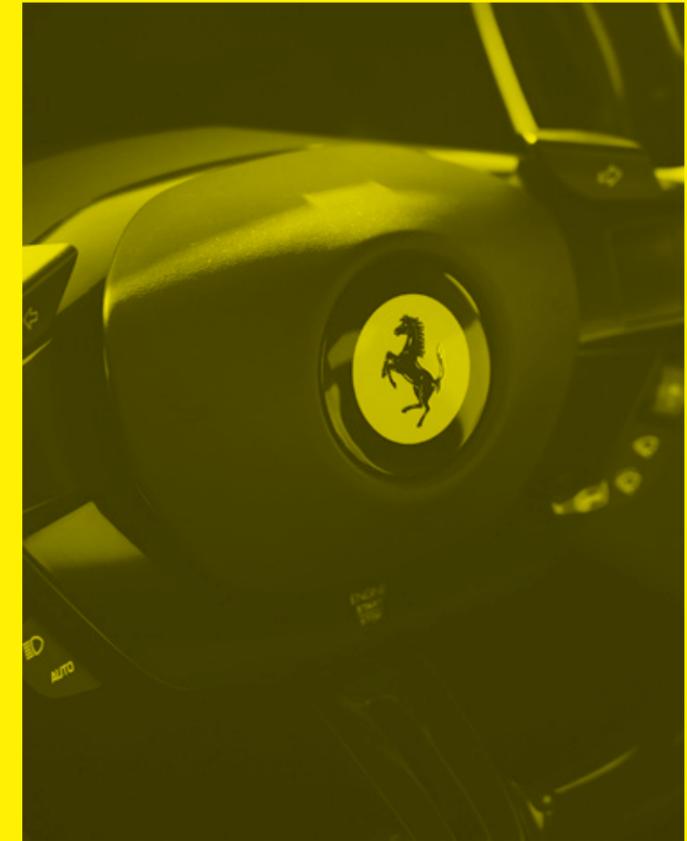
Foto (Portrait): Sven Geremann

After Work Racing Anneau Du Rhin 15. September 2021

- Strassen- und Rennfahrzeuge bis 100 DB
- Individuelle An- und Abreise am 15. September
- Freies Fahren von 17 bis 20 Uhr
- Apéro und Abendessen an der Rennstrecke

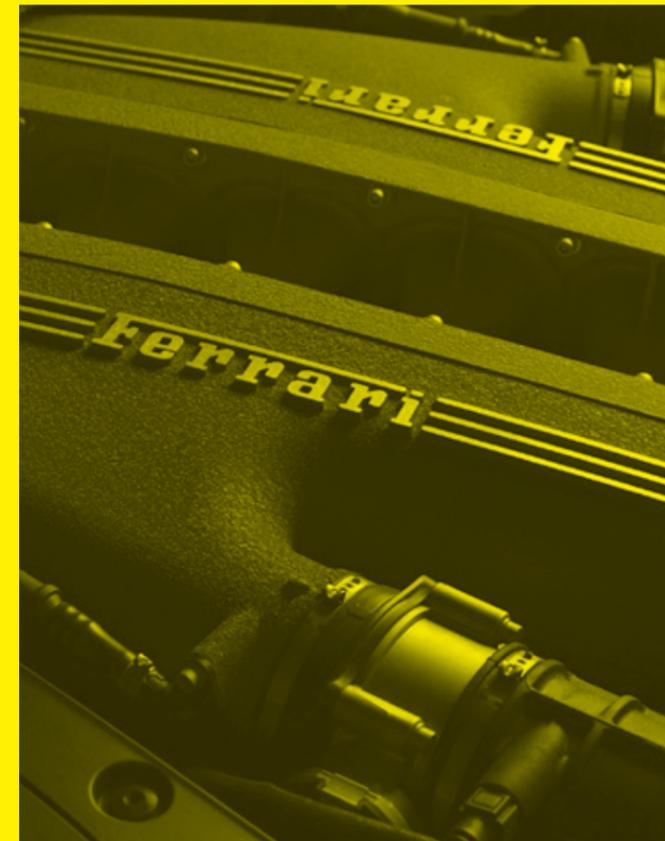
CHF 1'400.– inkl. MWST
CHF 100.– inkl. MWST Begleitperson

Die Teilnehmerplätze sind limitiert und werden nach dem Prinzip «First Come, First Served» vergeben.



Universo Ferrari Roadshow 9. September 2021

Erleben Sie den Mythos & die Passion von Ferrari Maranello hautnah bei B.I. Collection – alle aktuellen Modelle, erstmals auch der Ferrari 296 GTB und weitere ausgewählte Ikonen, eingebettet in eine besondere Brand Experience bei Ferrari Zürich.



Trackday Mugello in Kooperation mit Fredy Barth 18.–19. Oktober 2021

- Strassen- und Rennfahrzeuge bis 100 DB
- Individuelle Anreise 18.10.2021, Individuelle Abreise 19.10.2021
- Freies Fahren inkl. Box mit professionellen, für die technische Betreuung verantwortlichen Mechanikern.
- Gemeinsames Mittagessen an der Rennstrecke
- Abendessen und Übernachtung am 18. Oktober im Hotel Monsignor della Casa Country Resort & Spa
- Optional: Werksbesichtigung am 18. Oktober

CHF 2'500.– inkl. MWST
CHF 100.– inkl. MWST Begleitperson

Die Teilnehmerplätze sind limitiert und werden nach dem Prinzip «First Come, First Served» vergeben.

B.I. Collection & Partner Events

Agenda 2021

9. September 2021

Universo Ferrari @ B.I. Collection Launch of the Ferrari 296 GTB

B.I. Collection in Zürich

11./12. September 2021

Ferrari Passione Spa

Belgien

15. September 2021

After Work Racing Anneau du Rhin

In Kooperation mit Fredy Barth, in Anneau du Rhin

18./19. Oktober 2021

Track Day Mugello

In Kooperation mit Fredy Barth inkl. Ferrari Werksbesichtigung und Lunch im neuen Ristorante Cavallino von Massimo Bottura

1.–3. Oktober

Ferrari GT Tour Cotswolds

Grossbritannien

6. Oktober

Riedel Glas-Tasting

Weinkultur in Perfektion in unserer B.I. Cucina

6./7. Oktober

Back to Maranello

2-Tagesprogramm mit Ferrari Roma Testdrive, Experience & Besichtigung des neuen Corse Clienti Gebäudes, FXX/F1 Garage, Werk und Museum

5.–7. November

Ferrari GT Tour Andalusien

Spanien

9. Dezember

Universo Ferrari @ B.I. Collection

B.I. Collection in Zürich

Einlagerung (Storage)

Sammeln ist in erster Linie eine Leidenschaft. Ob man Ikonen sammelt oder einfach schöne Autos, welche einem viel bedeuten: Diese Objekte verkörpern Heritage, Design und vor allem viele Emotionen.

Es gibt eine Eigenschaft, die alle wahren Sammler teilen: dass es einfach keinen Sättigungspunkt gibt. Es mag eine Verschiebung des Geschmacks oder eine Veränderung des Interessensgebietes geben. Es mag eine Erleuchtung geben, nicht länger ein Opfer nicht-rationaler Entscheidungsfindung zu sein. Jeder hingebungsvolle Sammler sehnt sich nach neuem Nachschub, nicht anders, als sich ein Alkoholiker nach einem weiteren Drink an der Bar sehnt oder der süchtige Spieler dem Spieltisch nicht widerstehen kann.

Oft wird in unserer Erfahrung 80% der Energie und des Aufwandes in die Suche und den Erwerb von Kollektionsfahrzeugen gesteckt. Fast ebenso wichtig ist aber das Unterhalten einer Sammlung. Folgenden Themen sollte genügend Aufmerksamkeit geschenkt werden:

DOKUMENTATION

Die wesentlichen Bestandteile einer guten Dokumentation eines Sammlungsfahrzeugs sind die üblichen Daten zu Fahrzeugtyp, Fahrgestellnummer, Fahrzeugbeschreibung sowie technische Angaben. Zusätzlich sollten genügend fundierte Informationen zur Provenienz vorhanden sein. Damit meinen wir die Geschichte des Fahrzeuges. Die Provenienz ist eine wichtige Information über jedes Auto auf dem Sekundärmarkt und beeinflusst seinen Wert teilweise wesentlich. Wenn beispielsweise Mika Häkkinen seinen McLaren P1, seinen Senna und seinen Speedtail verkauft, werden diese drei McLaren mit einem «Häkkinen-Aufschlag» gehandelt. Zu einer guten Dokumentation gehört auch die gesamte Restaurierungsgeschichte: Alle Unterlagen und Notizen zur Restaurierungsgeschichte des Fahrzeugs sollten in die Fahrzeugakte aufgenommen werden. Dazu gehören Zustandsberichte, Restaurierungsrechnungen und entsprechende Fotos. Falls vorhanden darf die Concours-Historie nicht fehlen, welche den Wert ebenfalls massgeblich beeinflussen kann. Schliesslich mag es kleinlich klingen, aber der Standort des Kollektionsfahrzeugs ist ebenfalls relevant. Damit sind der tatsächliche physische Standort und die aktuelle Zulassung gemeint. Dies kann bei grenzüberschreitenden Transaktionen etwa im Zusammenhang mit Steuern und Zöllen von Bedeutung sein.

VERSAND/TRANSPORT

Wenn Sie ein Sammlerauto kaufen, restaurieren oder aus irgendeinem Grund an einen anderen Ort transportieren, ist eine der ersten Fragen, die Sie berücksichtigen müssen, der Transport. Jeden Tag werden Tausende von Autos auf Lastwagen transportiert. Wenn das Auto jedoch einen gewissen Wert hat, empfiehlt es sich, nicht nur ein spezialisiertes Transportunternehmen zu wählen, um einen schadenfreien Transport zu gewährleisten. Bei jedem grenzüberschreitenden Transport können Einfuhr- und Zollgebühren anfallen, wobei die

Höhe der Gebühren und die Methoden der Steuererhebung von Land zu Land unterschiedlich sind. Darüber hinaus wird in einigen Ländern eine Mehrwertsteuer (VAT) fällig. Es wird dringend empfohlen, mit Fachleuten zusammenzuarbeiten, die sich mit der Steuer- und Zollsituation auskennen und auch Erfahrung mit der Erledigung der entsprechenden Formalitäten haben.

EINLAGERUNG (STORAGE)

Nicht alle Sammler haben genug Platz, um ihre Autos zu Hause zu halten. Oft geben sie ihre Autos in die Hände von spezialisierten Fahrzeugeinlagerdienstleistern. Sammler sollten ihren Partner für Einlagerungen mit Bedacht auswählen, mögliche Lagerflächen durchlaufen und folgende Fragen klären:

- Welche Sicherheitsvorkehrungen hat das Lager? Wer hat Zugang?
- Sind geeignete Brandschutzsysteme vorhanden?
- Wie werden Temperatur und Luftfeuchtigkeit geregelt?
- Wofür werden die benachbarten Gebäude genutzt?
- Gewährleisten die Mitarbeiter eine angemessene Privatsphäre und ist die Vertraulichkeit gewährleistet?

Darüber hinaus ist es von grossem Mehrwert, wenn das Lager auch technische Dienstleistungen anbietet, zumal die Fahrzeuge häufig nicht viel gefahren werden. Idealerweise übernimmt der Lagerdienstleister auch die technische Wartung der Fahrzeuge, Check-ups und Waschen/Reinigen sowie den Reifendienst.

Ein Offenes Zolllager (oder auch Zollfreilager) ist ein Warenlager zur unversteuerten und unverzollten Zwischenlagerung von Waren. Zudem finden handelspolitische Massnahmen keine Anwendung. Die Fahrzeuge müssen vor der Einlagerung keiner Zollstelle zugeführt werden. Die vorhandene Infrastruktur kann folglich optimal für den Warenumsatz und die Lagerung eingesetzt werden.

Es ist offensichtlich, dass ein Zollfreilager vor allem für die Abwicklung von grenzüberschreitenden Transaktionen bei Kollektionsfahrzeugen sehr wertvoll sein kann und hilft, die Transaktionskosten signifikant zu optimieren. Eben: Luxury beyond cars.

Wir verfügen innerhalb des Dachs der B.I. Collection über sämtliche der hier beschriebenen Kompetenzen und Erfahrungen.

Zum Schluss noch eine sehr persönliche Empfehlung: Wenn Sie sich den Luxus von schönen Fahrzeugen leisten, dann holen Sie diese oft auf die Strasse, setzen sich hinter das Steuer und fahren. Eines der schlimmsten Dinge, die man insbesondere einem alten Auto antun kann, ist, es einfach stehen zu lassen. Luxus ist nicht mehr nur der reine Besitz von Dingen, sondern das individuelle Erlebnis und die Zeit dafür. Nehmen Sie sich diese Zeit; nicht nur für das Fahrzeug, sondern vor allem für sich selbst.



ZLATKO GOJEVIC
Service Ambassador

+41 44 736 17 60
z.gojevic@ferrari-zurich.ch



Verzierung «Flag»
Italien, 20 cm × 0,9 cm

CHF 390.– inkl. MWST & Montage

Ferrari *Genuine Pieces*



Schaltwippen F1 Racing
aus glänzender Kohlefaser

CHF 1040.– inkl. MWST & Montage



Einstiegsleiste
aus Kohlefaser

CHF 2000.– inkl. MWST & Montage

TRACK PRECISION APP

Text: Horst von Saurma
Photo: Porsche AG



Präzision als Lernziel: Die neue Porsche Track Precision App übernimmt auf der Rennstrecke die Rolle des Instrukteurs. Dank der fortschreitenden Digitalisierung lässt sich das nun auch via Smartphone erreichen. Ein Selbstversuch.

Es gibt immer wieder Entscheidungen, die aus dem Bauch heraus getroffen werden. Manche konnte man als gefährliche Ausprägung von Blauäugigkeit bezeichnen. Zum Beispiel die, die sich um Fahrten auf einer Rennstrecke, zum Beispiel um die optimalen Brems- und Einlenkpunkte, drehen. Die Stoppuhr als bislang einzige Vertraute, die mit ihrer unbestechlichen Anzeige lobt oder straft, auch sie ist nicht immer ehrlich zu dir. Fühlst du dich schnell, behauptet sie nicht selten, dass du zu langsam warst. Und umgekehrt. Die Quittung darüber, was falsch und was richtig ist, immer erst dann zu erhalten, wenn es zu spät ist, nämlich nach Überqueren der Zielgeraden – das ist wenig analytisch und bringt den Fahrer in der Folge nicht unbedingt weiter.

Wir sind am Bilster Berg, einer Test- und Eventstrecke in der geografischen Mitte Deutschlands. Die 4,2 Kilometer lange Berg- und Talbahn, viele nennen sie eine kurze Variante der Nordschleife, liegt uns zu Füßen.

Das Auto: der neue Porsche 911 GT3. Knallgelb, 500 PS stark und bis zu 320 km/h schnell. Mit konventionellem Handschaltgetriebe. Der Coach: Eduard Schulz ist der Entwickler der neuen Porsche Track Precision App. Er arbeitet im Porsche-Entwicklungszentrum in Weissach im Bereich «Porsche Connected Car – Drive Functions».

Der Schüler: meine Wenigkeit. Mit der Strecke sehr vertraut, aber diese hochkarätige Kombination aus Auto, Semi-Slick-Bereifung (Michelin Pilot Sport Cup 2 N2) und freier, sonnenbeschienener Rundstrecke ist auch für mich Terra incognita.

Und dann ist da noch die Track Precision App. Mit ihr haben die Entwickler von Porsche mehrere Ideen kombiniert, erklärt Schulz: «Es gab immer Telemetriesysteme für Profis, dann irgendwann das Sport Chrono Paket. Seit etwa fünf Jahren kommen vermehrt Apps auf den Markt, mit denen die Rundenzeiten via GPS gemessen und teilweise auch aufgezeichnet werden können. Bei Porsche gab es deshalb schon länger die Idee, eine professionelle Race-App zu entwickeln.»

Die Hardware in Form des iPhone 6 ist unterhalb des Innen spiegels in einer stabilen Halterung fixiert. Aus den in der App hinterlegten Streckenverläufen muss nur die aktuell geforderte, in diesem Fall der Bilster Berg, ausgewählt und das System gestartet werden. «Die besten Resultate lassen sich bei Strecken erfahren, die viele Variationen der Ideallinie haben

und somit auch verschiedene Bremspunkte», sagt Schulz, was mich wiederum in der Entscheidung für genau diese Strecke bestätigt.

Während ich die ersten Runden drehe, greift das System auf alle Daten zu, die von den bordeigenen Sensoren des 911 GT3 erfasst werden: Lenkwinkel, Bremsdruck, Gaspedalstellung, Quer- und Längskräfte inklusive aller GPS-Daten. Start- und Ziellinie werden automatisch erkannt. Im Anschluss lässt sich das erzielte Ergebnis via Fingertipp speichern – und sei es nur, um es mit Freunden zu teilen.

Bereits nach dem ersten Anlauf erlauben die gesammelten Daten und die Videoaufzeichnungen erste Analysen. Synchron zum Videofilm bewegt sich in einem animierten GT3-Cockpit das Lenkrad entsprechend der zuvor in der Realität gewählten Lenkwinkel. Simulierte Pedale zeigen Bremsdruck und Gaspedalstellung. Die Laptimer-Funktion zeigt die Runden- und Sektorenzeit und stellt gleichzeitig die Abweichungen zu einer definierten Referenzrunde dar. Somit kann man unter anderem mit einer eigenen Runde in Echtzeit konkurrieren. Basierend auf den ermittelten GPS-Daten lässt sich der Streckenverlauf erstellen, um chronometrische Auswertungen vorzunehmen. Geschwindigkeit, Drehzahl, Gang, Quer- und Längsbeschleunigung sowie – hier habe ich richtig gestaunt – die Über- oder Untersteuertendenz werden registriert.

Dank der Animation ist es möglich, einem imaginären Fahrzeug auf der Ideallinie zu folgen. Somit werden die eigenen Weg- und Zeitabweichungen visualisiert. Man kann sich von dem Ghostcar quasi ziehen lassen. Alternativ ist es möglich, sich von einem Balkendiagramm in Echtzeit anzeigen zu lassen, um wie viel langsamer (rot) oder schneller (grün) man im Vergleich zur Referenzrunde unterwegs ist. Ist der rote Balken zu hoch, kann man die Runde mit Rücksicht auf die Reifen gleich abbrechen. Wechselt er von Rot auf Grün, zeigt also an, dass man sich im Vergleich zur schnellsten Runde des vorherigen Stints auf Bestzeitkurs befindet, geht App-Entwickler Schulz das Herz auf: «Dann hat unsere Analyse gewirkt.»

TRACK PRECISION APP

Die Porsche Track Precision App ist für alle neuen 718 Boxster, 718 Cayman und 911-Modelle sowie alle GT-Typen verfügbar. Voraussetzungen: das Porsche Communication Management (PCM) ab Version 4.0 sowie die beiden Ausstattungsoptionen Connect Plus und Sport Chrono Paket.



SCHOKOLADE VON EINEM ANDEREN STERN

«Eine Schokolade, die 18 Monate in einem 50 Jahre alten Cognacfass aus Frankreich reift, schmeckt einfach besonders.»

«Ein reichhaltiges, tiefes, angenehmes Aroma, das ich so noch nie in einer anderen Schokolade geschmeckt habe». So beurteilt etwa das US-Wirtschaftsmagazin Forbes die Schokolade von To'ak, einem österreichischen Unternehmen, das durch die besondere Verarbeitung erlesener Kakaobohnen weltberühmt wurde. Fünfundzwanzig Gramm der Süßware kosten gerne mal einige hundert Franken. Damit gehört die To'ak-Schokolade zu den Teuersten überhaupt. Die Hauptzutat dafür wächst im Dschungel Ecuadors auf über 130 Jahre alten Bäumen, was die Kakaosorte sehr selten und das Produkt hochexklusiv macht.

Die Geschichte des Unternehmens begann 2007, als der Amerikaner Jerry Toth seine berufliche Laufbahn an der New Yorker Wall Street beendete, um sich der Rettung des Regenwaldes zu widmen. Dass er dabei ausgerechnet die zu dieser Zeit als ausgestorben geltende Kakaosorte «Nacional» wiederentdeckte und infolgedessen gemeinsam mit dem Kakaobauern Packard und dem österreichischen Designer Carl Schweizer eine der

teuersten Schokoladen der Welt herstellen würde, war, wie so manche Erfolgsgeschichte, weder geplant noch vorauszusehen.

Fakt ist: Die Kakaosorte «Nacional» blickt auf über 5300 Jahre Geschichte zurück. Der Anbau sei sehr arbeitsintensiv, da die Pflanze anfällig für Krankheiten ist und geringere Erträge abwirft als die herkömmlichen Konsumsorten. Zudem ist To'ak der erste Schokoladenhersteller, der die Kunst des Alterns von dunkler Schokolade umfassend erforscht hat und bei der Produktion unter anderem auf Techniken von Winzern und Whiskey-Destillieren zurückgreift.

Der Aufwand lohnt sich. Feinschmecker auf der ganzen Welt schätzen das Aroma und den einmaligen Geschmack. «Jeder unserer Jahrgänge ist anders, das ist wie bei einem guten Wein», sagte Carl Schweizer einmal in einem Interview. «Eine Schokolade, die 18 Monate in einem 50 Jahre alten Cognacfass aus Frankreich reift, schmeckt einfach besonders.»

Erhältlich ist die exklusive Schokolade in der Schweiz bislang nur online auf www.toakchocolate.com.



(Text: Horst von Saurma)

(Photo: Porsche AG)

Precision as a learning objective: The new Porsche Track Precision App takes on the job of the instructor on the racetrack. Thanks to the relentless march of digitalisation, this is now possible via smartphone as well. A self-experiment.

Time and again, we make decisions based on gut instinct. Some could be called a dangerous expression of naïvety. Such as those that involve driving on a circuit – for example, the optimal moment to brake or turn into a corner. Until now, the stopwatch has been our only confidante, praising or chastising us with its incorruptible display, but even that’s not always honest with us. Even when you feel fast, it’s not uncommon for the stopwatch to tell you that you were too slow. And vice versa. Only ever receiving a binary acknowledgement of whether the lap was right or wrong when it’s too late, i.e. after crossing the finish line – this has limited analytical value and isn’t necessarily much help to the driver afterwards.

We’re at the Bilster Berg, a circuit for testing and events, in the geographical centre of Germany. This 4.2 kilometre-long mountain and valley track – many people think of it as a short version of the Nordschleife – waits patiently at our feet.

The car: The new Porsche 911 GT3. Bright yellow, with 500 hp and a top speed of 198 mph. And a conventional manual gearbox. The coach: Eduard Schulz is the developer behind the new Porsche Track Precision App. He works in the “Porsche Connected Car – Drive Functions” division at the Porsche Development Centre in Weissach.

The student: My humble self. Very familiar with the circuit, but this top-level combination of car, semi-slick tyres (Michelin Pilot Sport Cup 2 N2) and a vacant, sunny track is terra incognita even for me.

And then there’s the Track Precision App as well. The developers at Porsche have used it to bring together several ideas, Schulz explains: “There have always been telemetry systems for professionals, but eventually the Sport Chrono Package came along. For around five years, apps that can measure lap times via GPS, and sometimes log them too, have been multiplying on the market. So the idea of developing a professional race app had been knocking around at Porsche for some time.”

The hardware, in the form of the iPhone 6, is secured in a sturdy bracket below the rear-view mirror. Operation is as simple as selecting the currently required track layout from those saved in the app – in this case, the Bilster Berg – and starting up the system. “You get the best results on circuits with lots of potential ideal lines, and by implication a range of braking points,” says Schulz, in turn vindicating my decision to pick this track in particular.

While I head round the first few corners, the system accesses all the data being recorded by the on-board sensors in the 911 GT3: Steering angle, brake pressure, accelerator pedal position, lateral and longitudinal forces, including all the GPS data. The

start and finish lines are automatically detected. The result you achieve can then be saved at the touch of a finger – if only for the sake of sharing it with your friends.

The logged data and video recordings can be analysed immediately after your first attempt. Synchronous to the video film, in an animated GT3 cockpit, the steering wheel moves in sync with the steering angle the driver employed as they were driving. Simulated pedals show the brake pressure and position of the accelerator pedal. The lap timer function breaks down the times for the individual corners and sectors, while at the same time showing any deviations from a defined reference lap. One advantage of this is that it allows you to compete with a separate lap in real time. The track layout can be created based on the calculated GPS data so that chronometric analyses can be carried out. Speed, RPM, gear, lateral and longitudinal acceleration and – something I find truly astounding – any inclination to oversteer or understeer are all recorded.

The animation lets you track an imaginary vehicle along the ideal line, allowing you to visualise where you deviate from that approach and the corresponding times. You can have the ghost car virtually tow you around the circuit. Alternatively, there is a bar chart that gives you a real-time reading on how much slower (red) or faster (green) you are in comparison with the reference lap – while you’re driving. If the red bar is too high, you can stop the lap immediately and save the tyres. If it switches from red to green, that shows you’re on track to improve on the fastest lap from your previous attempt – something that puts a smile on Schulz’s face: “That means our analysis worked.”

The PORSCHE TRACK PRECISION APP is available on all new 718 Boxster, 718 Cayman and 911 models, as well as every GT version. Requirements: The Porsche Communication Management (PCM) system, Version 4.0 and later, as well as both of the Connect Plus and Sport Chrono Package equipment options.



(Text: Joachim Kurz)

(Photo: Bugatti Trust)

She loved the sweet life, a challenge, men and fast cars – and almost disappeared into obscurity. the story of a legendary racing driver and her rediscovery.

Some stories are so good you can scarcely believe them. The fast-paced story of Hélène Delangle is one such tale that no scriptwriter could ever have dreamt up. And yet it’s true.

It was pure coincidence that the British author Miranda Seymour ended up on the trail of Hélène Delangle in the year 2000: An antique dealer friend, on a visit to a flea market near St. Tropez, had come across an appropriately beleaguered looking album containing yellowish newspaper cuttings which were all about the racing successes of a certain “Hellé Nice.” The man had never heard the name before and he presented his find to the writer on her birthday. It proved to be a rewarding gift, as the biographer unearthed an astonishing life which continues to astonish and move people today, and not just because this life was dominated by fast racing cars. There was little to suggest that Hélène Delangle, born the daughter of a postman on the 15th December 1900 in the small hamlet of Aunay-sous-Auneau, would acquire such fame.

In her early years she tried her luck in Paris, and after several years of searching she eventually found what she was looking for. The young woman from the provinces quickly gained a foothold in the bustling metropolis of Paris, and she went on to have a breathtaking career as a dancer. Her great assets were her acrobatic skills and her enormous talent which she put to great use. There was one other thing: Hélène had no qualms about dispensing with fancy dresses and other needless frivolities. After all, these were the permissive, wild Twenties in which Josephine Baker would go on to cause a stir wearing nothing more than a banana skirt.

It was during the “Roaring Twenties” that the dancer, under the stage name of Hellé Nice, became one of the darlings of tout Paris, and she often performed alongside Maurice Chevalier in numerous shows and chorus lines. In doing so, she earned such good money that she was able to splash out on not just a yacht, but extravagant trips and sporting challenges, as well. She went skiing, climbed Mont Blanc several times, and was not averse to adventures of any kind. Her numerous affairs included the wine baron Philipp de Rothschild (Chateau Mouton-Rothschild), Duke Bruno d’Harcourt and other playboy members of the jeunesse dorée. There was also a Spanish duke, and a Romanian prince. However, men were not the dancer’s only passion, her second love was reserved for stylish cars.

Because Hellé had an exquisite taste not just in men, the only cars that she would consider driving were the sleek and sporty models from Ettore Buggatti’s automobile factory which dominated the world’s racing tracks in the 1920s. “501 victories between the 24th January and the 19th September 1926”, read a placard proclaimingthe brand’s string of successes – Ettore had of course included wins in an amateur race and orientation drives. This did nothing to detract from the passion for Bugatti, however. Hellé’s dream of a career as a racing driver was soon to be fulfilled – albeit in a painful manner. A skiing accident in 1929 which resulted in a serious knee injury brought her glittering modelling career on the Parisian stage to an abrupt end. At the age of thirty, however, Hellé was nearing the end of her dancing career anyway. The time was right for a new adventure.

The transition from the stage to sitting behind the steering wheel of a Bugatti was possible thanks to Ettore Bugatti’s weakness for beautiful women. And this weakness had a quite legitimate economic background. The manufacturer from Molsheim knew full well what effect the combination of stylish cars and a large dose of eroticism could have on his target audience. Furthermore, the elegant Bugatti designs held an incredible fascination for the well-to-do ladies of the time, which meant that the business could ill afford not to have a female ambassador on board.

This was precisely the problem which Ettore faced: The hitherto successful Eliška Junková from Prague had withdrawn from the racing circus following the terrible death of her husband at the Nürburgring. Her loss was a bitter pill for Bugatti, that is until Hellé Nice appeared on the scene. The former dancer was the ideal person for the job as far as Ettore was concerned – she was fast, shrewd and blessed with a dazzling effect on men. However, when Jean Bugatti of all people – son of the company boss and heir to the automobile empire – threatened to fall for the charms of the racy Mlle Nice this proved to be too much of a good thing for Ettore. It was one thing using Hellé as the figurehead of the

Bugatti brand, but quite another having her as a daughter-in-law, and so it was that Ettore forbade the love affair.

None of this did any harm to the glorious marriage of Hellé Nice with the racing car from Alsace. After setting a new women’s speed record on the course at Monthléry in December 1929, the rapturous French press lauded her with the title “Queen of Speed” (“reine de vitesse”). In her Bugatti Type 35 C, she achieved an average speed of 195 km/h over ten laps – an incredible drive. This washbuckling ride was the launch pad for her career which was to soon reach the same dizzy heights as her previous career as a dancer.

Her success was greeted with a great deal of envy. One bone of contention was that the former dancer would often compete in races wearing nothing more than a revealing bathing suit – much to the delight of the spectators, and to the annoyance of some of her begrudging theatre colleagues who felt upstaged by Hellé and her cheeky and risqué performances. A number of male racing drivers were also bothered by the new girl on the scene, however. Nevertheless, the darling of the public just smiled in the face of any vindictiveness from other drivers, and would instead perform a handstand on the bonnet of her car, thus ensuring that the hearts of the press and of the spectators were on her side.

Capitalising on their fame, Bugatti embarked on a tour of the USA in 1930, in which Hellé Nice – usually without a helmet, her blonde hair blowing in the wind – took part in numerous show races on the dirt tracks, and on deadly wooden tracks. She drove in most of these races in a Miller racing car, something of an American equivalent to the Bugatti Type 35. However, whenever the opportunity presented itself, Hellé could be seen driving heavy Duesenbergs through the notorious steep bank ovals, and as a result of her daring she earned herself nicknames such as “The Speedbowl Queen” and “Hellish Nice”.

Back in Europe her racing career really took off. She competed in race after race, and she was virtually always the only woman in the starting field, in which heroes of the race track such as Tazio Nuvolari and Marcel Lehoux, as well as ambitious and rich private drivers were also gunning for glory. Over the next few years, however, the Bugatti Type 35 lost its competitive edge. Rival brands such as Alfa Romeo soon emerged to challenge the French company which had become used to success. When the National Socialists took power in Germany, they threw their weight behind their country’s racing teams, which led to the emergence of Auto Union and Mercedes Benz, whose cars would go on to completely dominate motor racing until 1939. Hellé Nice was soon to be seen more regularly behind the wheel of an Alfa Romeo 8C Monza, whether in Grand Prix events, mountain races or rallies. However, it was never enough to guarantee her victory at the top level. Despite all the luck that she enjoyed on her entry into the world of motor racing, if she had started out just three years earlier, when the Bugattis were the dominant force in motor sport, she would surely have been amongst the frontrunners of her day. Nevertheless, on several occasions she narrowly missed out on victory by a whisker.

1936, considered by many to have been an unlucky year for motor sport, dealt the ambitions of Hellé Nice an almost fatal blow. At the São Paulo Grand Prix, to which she had been invited, Mlle Nice, who was in second place, had a serious accident. As she

attempted to swerve out of the way of a bale of straw she lost control, somersaulted through the air and landed in the crowd – six spectators lost their lives, numerous others were injured. The driver lay in a coma for three days. This was a setback from which Hellé Nice would never properly recover, although she did race again on occasion following the accident. However, the carefree attitude and the daring were gone. What’s more, the German cars began to become ever more dominant.

Hellé Nice survived the war with her lover Arnaldo Binelli in Paris and on the French Riviera. The next blow was to come once the war was over: Driver Louis Chiron, of all people, one of her Bugatti team colleagues, accused her publicly in Monaco of having been an agent for the Gestapo. No evidence has ever been produced to back up this claim, but from that point on, Hellé Nice would be ostracised. Her legendary reputation was destroyed from one day to the next. As if this weren’t bad enough, a piece of bad speculation by Arnaldo resulted in her losing virtually her entire fortune, and he left her in 1960. This was the last in a long line of setbacks which eventually brought down the one-time glamorous “queen of speed”.

“I think Lady Luck has forgotten where I live”, the world’s fastest woman in 1967 said in an interview. It would seem that she was right with this assertion. Towards the end of her life, the one-time darling of the haute volée lived a pauper’s existence. She was once spotted by a neighbour in Nice stealing milk from a cat’s bowl – sic transit gloria mundi. Hélène Delangle alias Hellé Nice died on the 1st October 1974 in abject poverty, and was laid to rest in the family grave in Sainte- Mesme. There is no inscription on the grave – her begrudging and jealous sister Solange succeeded in denying her that final honour.

It is just fortunate that her few worldly goods and mementos fell into the right hands. Admittedly, it was not Dame Fortune herself, but rather her biographer Miranda Seymour who found Hélène Delangles’ address once more. That is good news – at least for future generations.

The entire story of Hellé Niche’s life is contained in the book by MIRANDA SEYMOUR: The Bugatti Queen. In Search of a Motor-Racing Legend; Simon & Schuster 2004



THE FANTASTIC PLAYGROUND

(Text: Wiebke Brauer)

(Photo: Götz Göppert)

At what point does craftsmanship become art? The most exclusive answer to this question can be found at the workshops of le sur-mesure by hermès.

The handle of the slender hammer is covered in suede leather. The metal gleams silver, a delicate tool. Like a jewel the hammer lies on the workbench. Soft music wafts through the high-ceiling room, from a far corner resounds muted laughter, from another there comes a smooth, even grinding sound. No machines, no loud noises. Just people working in total concentration, bent over elegant leather skins and delicate wooden parts, drawing, smoothing, sculpting. A flight of stairs leads up to a mezzanine floor, to the design studio, sketches hang on the walls, books are piled up high, 3D models are being created on the computers.

This is a place where dreams come true. In a large industrial hall, flooded with natural light, that once housed the studios of film director Luc Besson. How fitting! The building is in Pantin, located near the edge of Paris in the northeastern suburbs. An inconspicuous place – one that is shrouded in legend, because here, at Le Sur-Mesure Hermès, a team of artisans are busy crafting extraordinary bespoke objects. And the imagination knows no bounds. A bag to hold your apple for the day or a carrying case for an anvil, new leather interiors for a car or helicopter, roller skates, surfboards, cushions for a boat, boxing gloves, a winged riding saddle, a pinball machine, a rickshaw... the custom workshop makes it possible – and more.

Sure, you could call it made-to-measure for luxury objects. But made-to-measure is a little too narrow for what’s happening here. “We don’t create new offerings, we fulfil personal wishes,” says Axel de Beaufort, grinning from one ear to the other. De Beaufort is design and engineering director at Le Sur-Mesure Hermès. That he used to surf a lot is easy to believe; that he’s already 40 is more difficult. A thought creeps up as his hand first glides over a surfboard, then caresses a roll of pink suede: Is this here one large playground? After all, this year’s theme – since 1987, a different theme has been chosen every year to provide designers with new inspiration – is “Let’s Play”. Axel de Beaufort’s face brightens up, then he nods. “Unexpected and surprising things happen here.”

He strolls over to a car standing in the corner. It is one of the projects soon to be tackled by the team, a 1930s-era Voisin C25 Aérodyne. Its owner isn’t satisfied with a simple refurbishing, instead trusting in the artistic freedom of the Hermès specialists. The car is so rare there is no need to talk about price and so interesting that you should definitely remember the name. The aluminium-bodied vehicle has a six-cylinder engine with no valves – and the retractable roof with four porthole-style skylights can be opened and closed hydraulically while driving. In other words, the Voisin is a technological marvel, elegant and perfect, just the thing for Le Sur-Mesure Hermès. A finished 1935 Voisin C28 Aérospport already stands in the showroom, completely reupholstered, a silver embodiment of elegance and perfection.

Though in these factory halls, you’ve got to redefine what exactly is meant by perfection. Perfection is the opposite of mechanical uniformity. De Beaufort wanders a bit further to a table, where a colleague of his is working on leather handles for a picnic basket, and points to the seam. It is minimally irregular because it wasn’t made with a laser or sewing machine. “It’s perfect because it was made by hand,” de Beaufort says. Something you should know: The saddle stitch is a Hermès trademark. The Hermès saddle stitch is performed with a thread coated in beeswax using needles guided crosswise with both hands. Double stitched, of course. It takes months to learn the technique. The same goes for the reinforced edges of the leather. A science all of its own. The edges are smoothed with sandpaper, dyed, smoothed, dyed. “The work takes hours, and I really mean hours,” says de Beaufort. Something else you should know: The objects do not wander from one station to another or from one specialist to the next; they stay in the hand of a single expert who is a master in all techniques.

Anyone wandering through these hallowed halls will recognise that Hermès combines the best of all worlds. There’s the tradi-

tion of a family company, being run in the sixth generation by descendants of the founder, and whose artisanal knowledge has been maintained and nurtured over decades. Many of the work processes are still the same as they were back when Thierry Hermès, born in Krefeld in 1801, opened his saddle and harness business in Paris. That was in 1837. In an interview with German daily w, Jean-Louis Dumas-Hermès, a great-great-grandson of the company’s founder, once told a story he had heard from his grandfather Émile Hermès: “A customer came to him and asked: ‘How come my horse looks more elegant than I do?’ That was the reason why, in the 1920s, he started with bags, luggage, clothes, silk scarves, gloves, jewellery and watch bracelets.” Hermès has been customising with a playful wink for as long as the company has been in existence. In the 1940s, the Duke of Windsor was looking for a present for his wife. In response to a suggestion by Hermès to give her a pair of gloves, the former king replied: “My wife already has a wheelbarrow full of gloves.” The same was true for perfumes. Et voilà: The solution was a luxury garden cart with drawers and shelves for the duchess’s fragrances and gloves. Which goes to show: At Hermès, luxury consists of giving an unconventional answer to a conventional question. And it’s been that way from the beginning.

“If you look at the Conservatoire des Créations Hermès, it’s overwhelming,” says de Beaufort. “A place full of stories – and when you want to design something new, that’s where you can go for inspiration. Of course, the materials have changed. Today, for example, we use carbon fibre.” And that’s just one example of the possibilities for blending the traditional with the modern in the most sophisticated way. De Beaufort strolls on and takes a skateboard in his hand: “It took us one year until we found out how to print it so that it looks as if it were hand-drawn and the pigments are worked into the paintwork. Many people think Hermès is a traditional company. That’s also true, but the work on this skateboard – and on many other objects that we are working on – was extremely technological and exceedingly complex.” He pauses and becomes serious for a moment. “If you don’t understand the technology, you can’t push the limits.”

Exactly that is the reason why he doesn’t overrate his function as a designer. “At the end of the day, we all make objects together. Of course, we in the design team have the ideas and sketch the lines, but the artisans often come to us with new thoughts about how to do something better. What you’ve got to understand: Hermès is a house of the imagination, of craftsmanship – and only then of design.” Then de Beaufort, who studied naval architecture, is all smiles again. He spreads out his hands in a very French way and adds: “We’re all in a big boat.”

A boat, yes, but one that is sailing on a sea of luxury. And once you come back to the concept of luxury, you inevitably land at the question of what the price – and the value – of a thing is. You ask where craftsmanship ends and art begins. And lo and behold, the answer can be found at the northeastern edge of Paris. It can be found in a seam that holds longer than a lifetime, a precious piece of leather that feels as soft as silk in your hands – and in a handful of people who give objects wings with their artisanal knowledge, neverending care and artistic imagination. In other words: Some answers cannot be stated in words. Here at the Hermès workshops, you must touch them – and they, in turn, touch us.

AXEL DE BEAUFORT graduated in design and naval architecture from Southampton University. He joined the Hermès Le Sur-Mesure department in 2012 as consultant for special projects. One year later, he was appointed Design and Engineering Director for special projects from yachts or private plane interiors to cars and exceptional objects.



SANDRA BUTTON

(Interview: B.I. Collection)

(Photo: Various)

Button began her career more than 30 years ago as the director of special events for Pebble Beach Company, which ran the Concours in addition to golf tournaments and other activities. In 1990, she convinced management to create a new department dedicated exclusively to the Concours, and she became executive director. In 2002, she became co-chairman and, three years later, she took the reins completely. Over that time, the Pebble Beach Concours transformed into a bucket-list item for car enthusiasts all over the world.

B.I.Collection: The growth of the Concours has been phenomenal. Which driving factor was more important, the international growth and reach or the growth beyond the classic cars (launch platform for new cars)?

Sandra Button: It was the passion of collector car enthusiasts that brought the Pebble Beach Concours into being back in 1950, and the ongoing and ever-changing desires of enthusiasts are the primary force driving our growth to this day. As tastes and interests change, these enthusiasts have spurred us to showcase new segments of the collector car market, helping us reach out to even more enthusiasts around the globe. At the same time, these enthusiasts often have a passion for new as well as collector cars; they greeted our early concept car showcases with such enthusiasm that we now have a well-established concept lawn, featuring the latest new cars as well as designs for the future. This has encouraged more manufacturers to participate in this event – and that, in turn, has led to even more growth.

BIC: The USA is the largest market for car collectors. We assume that it has been one of the most traditional markets with an old and solid base of car enthusiasts. What about the new markets? Middle East? China?

SB: As I travel (and I hope to be doing more of that again soon!), I am excited by the recent rapid growth of communities of car enthusiasts throughout much of the world – in India, Japan, China, the Middle East, and South America. Some of these countries, such as India, have a long history with fantastic, elegant and important cars, but it is a history that some of us (and perhaps even some people there) had forgotten. They have much history to revive – and share with enthusiasts elsewhere! Other countries are discovering a relatively new appreciation for great cars and their history – but they may be the ones to develop new technologies and new styles that lead us into the automotive future. The passion for cars knows no boundaries. That’s one of the things I like best about cars; they serve as a passport to new worlds, and they also bring us all together.

BIC: Have you had also a reasonable number of enthusiasts coming from Switzerland? Do you have any memories, funny

encounters and anecdotes with car collectors from Switzerland?

SB: I often think that despite its relatively small size – not to mention some pretty steep and daunting terrain – Switzerland has a huge impact on the car world. Switzerland is home to some of the world's leading car collectors and collections, and we have been very pleased to host several of them, with their treasures, on our competition field. Moreover, you have a well-established network of respected auto restorers and researchers and agents. You have been host to some wonderful races and rallies and concours. And then there's the Geneva Auto Show. Need I say more? I find myself interacting with car people with Swiss ties all the time. When I talk about the enthusiasts who influence us, many of those enthusiasts are Swiss. Now don't laugh, but my first thought when you asked for a funny anecdote relating to cars and Switzerland was a memory from our Concours Gala dinner back in 1998 or 1999. Our chef, Beat Giger, who hailed from Switzerland and who would go on to oversee Special Events at Pebble Beach for much of the past two decades, was putting the final touches on the buffet tables, when there was a sudden crack and the leg of one table collapsed. His pride and joy, a massive ice sculpture of an elegant classic car was headed for the floor... and, in that instant, he dove to save it, somehow holding it – and the table – upright until others could stabilize it all. Minutes later, our entrants and judges arrived and no one was the wiser. And that wasn't his only great save in the years prior to his retirement. So if things often seem seamless at the Concours, that has been due in part to a team working behind the scenes with Swiss precision.

BIC: You have had numerous famous racing drivers and celebrities at the Concours? Which encounter with such a person has left the most significant impression on you and why?

SB: That's a tough call. When I think of Concours moments that are etched in my mind, they often involve some union of a car and a person. I think of Juan Manuel Fangio and Sir Stirling Moss nearly toppling over in a Mercedes-Benz patent wagon, or Nuccio Bertone seeing his three BATs together for the first time, or Sergio Scaglietti lovingly stroking the door of a 1954 Ferrari 375 MM Coupe he built. These people each played a role in creating the lives of these cars in some way, and the cars now carry on the lives of these people. That's what makes cars special. Some of these same people have contributed in very meaningful ways to our Concours, and for that we're grateful. I also have very fond personal memories of many of them. I have considered Phil and Alma Hill, and Sir Stirling and Susie Moss to be good friends. And that's even more precious to me.

BIC: Even today, it's rare to see a woman at the helm of such an institution. What are your experiences in the day-to-day operations and during the concours itself?

SB: I believe that a passion for cars isn't limited by boundaries; it isn't tied to a particular gender or race or nationality or belief. I do think some people, and perhaps more boys than girls, are taught the language of cars from an early age – and that may make it easier for them to understand and express a love of cars. I wasn't raised in a family that focused on cars; my father was an aerospace engineer who loved golf, and my mother loved her garden, so I was taught the language of flowers. It took me some time to

recognize that I love cars – and to be able to express that. In the concours world, I was lucky; I have had some magnificent mentors, particularly Lorin Tryon and Jules “J.” Heumann, and they have made all the difference in helping me hone my skills and abilities to organize and oversee a global car event. They also made many of the introductions, establishing the start of many personal ties, that would serve as my foundation in this world.

BIC: What about the car enthusiasts? Do you see an increase in ladies becoming car collectors, and/or participating in rallies and driving events?

SB: : I think there is a growing recognition that cars can delight and unite us all – and I hope that continues.

BIC: Obviously, we would like to know how the COVID pandemic has impacted on the Concours. What is the economic impact and what are other impacts on the future of the Concours?

SB: It was heartrending to have to cancel our 2020 event, and we know that cancellation impacted a multitude of people and organizations and communities. So we are very glad to be building toward our 70th celebration this August. I do want to thank the community of car enthusiasts for joining together with us even in the absence of a concours this past year to raise substantial funds to support our concours charities. That really emphasized to me what a truly caring and giving community the car world can be. It also really drove home to me the fact that a concours is about people even moreso than cars.

BIC: In 2020, you launched a digital publication (INSIDER) which is deployed to a highly curated and engaged e-mail list of over 15,500 subscribers. What has been the driving factors for this new publication?

SB: When we realized that we could not be together in person, we still wanted to find a way to join together with like-minded people to share and celebrate cars – just as we would at the Concours. We decided to do that through a digital publication. Some organizations chose to host virtual concours, and I even participated in some of those events, but in my heart I feel that a Concours has to be experienced in person.

BIC: In Europe, we see an increasing political pressure against the automotive industry and the car itself, often for ecological reasons. A younger generation is not so keen on driving cars anymore. What will be the impact on the market for classic cars in general, and the Concours in particular?

SB: We are definitely in a period of transition, and no doubt the future will be different. Perhaps the concours of the future will be one of the few times and places where people can see and drive and fully appreciate our automotive heritage. In the meantime, it is important to listen to and understand the issues that have an impact on creating and enjoying cars today. I do think cars will survive in some manner, and their history will always be important.

BIC: What about your own collection? Which is your personal favourite car? How often do you drive this car yourself?

SB: My husband Martin and I tend to select cars for a specific purpose – most often a particular rally or tour. So my favorite car changes often; it depends on where we're heading next.

BIC: Do you have any other relations or reference to Switzerland? How often do you come to Europe?

SB: In a more normal year, I'm on the road perhaps eight or nine months of the year – and a good part of that time is spent in Europe or the UK. I often pass through Switzerland more than a few times in any given year.

Another point of pride for Button is the philanthropic endeavors of the Concours. When the Concours started in the 1950s, funds were raised for local charities by selling programs for \$1 each. Last year, the event generated \$1.2 million in charitable donations, most of which stays within the Monterey community. Button's goal for this year is \$2 million.

BIC: What is being done with the money raised by the charitable donations?

SB: Our primary charitable partner, Pebble Beach Company Foundation, focuses primarily on youth and education, and our charity donations support more than 95 organizations that emphasize that, too. We've also worked with the foundation to establish three scholarship funds that are named for Phil Hill, J. & Sally Heumann, and John Lamm and support student in the fields of automotive restoration, design and communication.

BIC: In 2020, the Concours would have celebrated its 70th anniversary, and you would have been with the event for 35 of those years. Due to the pandemic, it was cancelled. Anyway, what are your personal plans for the future?

SB: Well, I fully intend to enjoy the coming Concours, this August, when we will still be marking our 70th celebration, and I will be overseeing my 35th event. Of course, now I'm in my 36th year with the event, and I do know that I need to be making plans for a transition at some point – but any transition is likely to take years.

BIC: On August 15, 2021, the next the Concours d'Elegance (and the 70th edition) is supposed to take place. What is the status? To what extent will it be different?

SB: We've expanded our show field and we plan to follow any regulations in place to keep our participants and spectators safe. We're grateful that hosting the Concours is once again possible. And we know there's a great desire among car people to be together once again; entrants and judges, spectators and sponsors have all expressed a heightened interest in coming to Pebble Beach this August to celebrate cars.

•

JOY RIDE

(Text: Bart Lenaerts)

(Photos: Lies De Mol)

Going for a joy ride can be very inspiring – particularly for someone who has what is undoubtedly the toughest job in the automotive industry. He has to create a Bugatti. And not just any Bugatti either: the Bugatti.

Bugattis are like football. Premier league players are very few, while every middle-of-the-road footballer is very clear in their own mind about what needs to be done. That makes designing Bugatti's future a pretty tough challenge, especially when you

suddenly have the whole world scrutinising your every move and the most prestigious names in the industry – such as Ferdinand Piëch and Martin Winterkorn – constantly peering over your shoulder. Bugattis are like Rome. How on earth could any architect not be intimidated by such astounding buildings? Today's Head of Design at Bugatti is following in the footsteps of such great designers as Ettore and Jean Bugatti, Marcello Gandini and Hartmut Warkuss. And the product of his imagination has to be able to withstand comparison with the Veyron. The Bugatti designer of today has a difficult history, an uncertain future and not much more than an empty sheet of paper with which to answer many questions and create something that is better, more impressive and more handsome than any other vehicle.

The task facing the Bugatti designer of today is indeed a very difficult one. Nevertheless, he's the only person to contradict this view.

“I've got the best job in the world. I'm extremely fortunate to be here.”

Achim Anscheidt is completely relaxed.

EDUCATING ACHIM

Luckily, Anscheidt has certain legitimate benefits to help him in his task, including finding inspiration by taking a Veyron Grand Sport or Atlantic for a spin in the area around Bugatti headquarters in Molsheim.

The Atlantic is the embodiment of elegance on wheels. No other car comes closer to being mobile art. But despite this, it is an untamed beast with a mighty heart. Its eight-cylinder engine gives it the speed of a hungry monkey in a banana tree, while its turbocharger screams like a teenager in a chamber of horrors.

The Atlantic is not intended for everyday use since it overheats faster than young Italians in Hamburg's Reeperbahn district and is harder to handle than Marquise de Merteuil in Dangerous Liaisons. It was designed for the six-kilometre Mulsanne Straight at Le Mans or the 1,000 kilometres separating the fashion quarters of Paris from the modest world of the Côte d'Azur. It epitomises the inter-war years, developed to please a fortunate few and created to put art on the roads. Less than a handful were built – just enough for the potential customer portfolio, more than enough to leave a mark for all eternity.

It is not only the first super sports car in the world, but also the most expensive car ever built. Along with the tiny 35 and bombastic Royale, the Atlantic is one of three true icons in Bugatti's rich heritage. In its heyday, it was twice as fast as almost all of its contemporaries, yet each individual component was so beautifully designed that they bring tears to the eyes. It's almost chilling that although it seems virtually impossible to repeat this unique combination of performance and elegance again this century, the romanticism of a regal and irresistible existence has nevertheless completely faded away. The basic idea underpinning modern super sports cars demands a strict and unconditionally efficient mindset, rather than an artistic approach.

Fortunately, this is an area where Anscheidt and the Atlantic are very similar. They go together like Brad Pitt and Angelina Jolie and look even cooler than James Bond and his Aston Martin DB5. Although Anscheidt is a perfect gentleman, he has just

the right training to tame the beast. Just like the Atlantic, he keeps his motor sport heritage concealed under his elegant, made-to-measure suit. Yet he drives the Atlantic as if he had stolen it.

“I grew up in the pit lane. My father raced motor bikes in the 1960s and became 50cc World Champion. I first road a trial bike when I was 12. Later on, I became a stunt rider in a travelling circus.”

Exciting though life may have been, Anscheidt knew that he couldn't spend his entire life riding round in circles. Major risks, certainly. But only if they were worth the effort.

“During the winter, I studied car design in Pforzheim. When Harm Lagaay, Porsche's head designer, saw my work, he was keen to sponsor me to study in the States. I really started to learn when I was at Porsche though. It was the perfect playground for young designers. After three years, I moved to Volkswagen. My first job was as head of the concept car studio in Barcelona. Then I moved to Potsdam. I joined Bugatti in 2004. It was a huge step into the unknown. The concept for the Veyron existed already, but no one knew how things would develop.”

ROOM WITH A VIEW

The Veyron Grand Sport is also a thoroughbred Bugatti. It can leave any other sports car standing without having to try and is really in a different universe. Nevertheless, it belongs to a different species than the Atlantic. It does not set out to dazzle with eye-catching details or shiny bling. It is every bit as progressive and electrifying as a space shuttle, but has an undemanding character, stylish design and perfect workmanship and finishing. The Veyron Grand Sport is a gifted athlete – almost bionic, even – but still manages to look like a competition dancer. At top speed, it is faster than a Formula 1 car, but looks like a Hermès briefcase rather than an Aldi carrier bag.

“I'm delighted to be able to use the Veyron as my starting point. The design is so expressive and timeless. It is distinct from any other car, but still very simple and unostentatious.”

Although driving an Atlantic on these challenging roads is amazing enough in itself, Anscheidt plumps for the Grand Sport – of all things! – today. Not because he wants to use its 1,000 hp or 1,200 Nm of torque. Nor so that he can accelerate from 0 to 100 km/h in 2.5 seconds or because he wants to know what it feels like to have your stomach do a somersault when you put the brakes on afterwards. No, Anscheidt opts for the Grand Sport because it gives him a special perspective on the Atlantic. It is as if a ballerina were dancing on the stage of life when he hits the brakes so that the car can glide round the tight bends seemingly by itself. The roar of its engine as it accelerates up the short straights echoes round the mountains like the voice of an operatic soprano at La Scala. It is like sitting on the back of a hungry tiger hunting a nimble antelope.

“You see these cars so rarely. And being able to drive one in its natural environment is really a unique opportunity.”

WAR OF THE ICONS

After Anscheidt has put both cars through their paces on the mountain roads around Molsheim, a big question looms like a patch of oil rising to the surface of the sea.

What happens next? The rebirth of the iconic 35, according to many car enthusiasts.

“To be able to look forwards, you have to look back”, says Anscheidt, explaining the fact that you cannot ignore the past. “The 35 was entirelyly functional and its success on the race circuits made it hugely popular. Modern motorsport is completely different. Should Bugatti build a Formula 1 car that's type-approved for the road? A souped-up Lotus Elise crammed with luxury? An over-the-top Exige? No. These arguments really don't carry sufficient weight for us to follow that path.”

Then how about a reinterpretation of the baroque Royale? “We have no intention of building the ultimate car, something that surpasses even a Rolls-Royce Phantom. We are focusing on our motorsport heritage because our customers like the fact that we very clearly positioned the Galibier as a car that makes driving fun. Nowadays Bugatti has a definite USP: our fabulous W16 with its quad turbochargers. No one else offers anything that comes even close. We need to exploit this potential. Each component and each aspect of the new Bugatti has to be geared exactly to this engine. Just like Jean Bugatti did when he designed the Atlantic.”

So what about a remake of the Atlantic? “I think the new Galibier already comes somewhere close. Design elements from the Atlantic were clearly used, but without making the Galibier look retro. Besides, all these stylistic factors now fulfil a particular function. The characteristic two-tone colour scheme was just a design experiment in the inter-war years, but now it's the divider between the aluminium and carbon fibre bodywork. It's true that the engineering layout of the Galibier is completely different from the Atlantic. But there are now way too many sports cars with the same base. This is where Bugatti needs to create something completely new. We don't follow fashion. We make our own decisions and follow our own path. Bugatti is about art, form and engineering. We have to be innovative and just about every element has to have some reflection of Ettore. We are always asking ourselves what he would do. We build cars like a watchmaker. Nobody else does that.”

WHAT IS THE ARCHITECT'S JOB?

Alongside the question of what will be created, there is a further question. What will it look like? “How can a car's design express how extraordinary this company is? After all, I can hardly make it out of gold. And I can't make it outsize either. So how do we set about creating an expensive design now that designing has become so damn affordable? Fine design was once the privilege of a few. In the 21st century, though, design is everywhere. This democratisation of design means that you can only recognise true masters in their limitations. Subtle interplay between convex and concave surfaces helps. But if you overdo it, the metal quickly starts to look like cheap plastic. One thing I learnt at Porsche is that it's possible to shape metal so artfully that you can determine how the light will reflect off the surface. This 'light tuning' creates a lot of tension and a feeling of intrinsic value. Very few people know that just about everybody assesses the quality of a design by the way it reflects light. The fact that this occurs subconsciously is what makes it so important. The rear mudguards on both the Porsche 911 and Bugatti Veyron are a classic case in point. There is no single clear line, just rounded forms and curves. By contrast, Lamborghini has proven the complete opposite with its razor-sharp lines. That's the great

Drive the passion
for dine adventures



Appetit auf Kunst?

Wenn Kunst auf Design trifft, wird aus beiden etwas Aussergewöhnliches.

Reto Bärtschi x Sola | www.retobaertschi.ch



Fantasie der Handarbeit

Lieben Sie Einzelstücke die Sie sich nach eigenem Wunsch anfertigen lassen können?

Lernen Sie unsere Keramikwerkstatt kennen.

Sola
feed the soul

Swiss cutlery
manufacturer
since 1866

thing about design. There are no rules. You can even completely destroy a good design just by trying to improve it," says Anscheidt, who does not think in clichés and is far removed from the opinions typically expressed by run-of-the-mill car designers. A challenge.

"I see myself as an architect who has to build a house around obstacles and uneven ground. If you do it properly and succeed in turning these special challenges into advantages, you can, in the end, create something impressive." So it's hardly any wonder that Anscheidt is so content in his job.

"I'm the luckiest person in the world. Bugatti only brings out a new model every ten years, if that. It's a huge honour to be the chosen one."

There can be no doubt that however hard the task at hand may be, this particular "easy rider" is the right man for the job.

BUGATTI VEYRON

The Veyron is not just the only car that is all too often reduced to its three "magic numbers" – 1,001 hp, 400 km/h and 1 million euros – it is also the first Volkswagen-era Bugatti. It was joined in 2008 by a roadster version – the Grand Sport – which is technically identical, but whose revised chassis feels a little more lively. The car has no space for a convertible top, but there is a little umbrella to protect the interior against unexpected showers. The 300 Veyrons and Super Sports are almost sold out now, and the Grand Sport is the only Bugatti that will be available until the next, completely different model arrives. To date, about 35 Grand Sports have been built. Bugatti will produce a maximum of 150 cars at a price of 1.4 million euros excluding VAT.

BUGATTI TYPE 57 "ATLANTIC" – THE WORLD'S MOST EXPENSIVE CAR VALUE IN 2011: 28 MILLION EUROS

The Type 57 made its debut in 1934 and was the only volume-production touring car model to be built by Bugatti in the 1930s. For customers who preferred a sportier car, Jean Bugatti developed a lighter and shorter variant, the Type 57S. There was also a supercharged version, the Type 57SC. The most famous and radical version was certainly the Type 57SC "Atlantic", of which only four were ever built. The bodywork was originally intended to be built from an unconventional material called Elektron, which, owing to its poor welding properties, was to be riveted together. The unusual seams produced by the rivets were retained after the designers opted to use aluminium after all.

EIN STARKES TEAM: SHELL UND B.I. COLLECTION

Entdecken Sie beste Shell Treibstoffqualität und exklusive Pflege für Ihren Sportwagen / Luxuswagen - mit der Shell Card.

Edel und vielseitig: Die Shell Card im B.I. Collection Design exklusiv für B.I. Collection Kunden + attraktive Vorteile an allen Shell Stationen in der Schweiz

- Gerne offerieren wir Ihnen spezielle Konditionen für Ihre Flotte. Kontaktieren Sie dazu Patrick Schwabl
- 5 Rp/Liter (inkl. MwSt.) Basisrabatt auf alle Diesel- und Bleifrei-Treibstoffe
- 10 Rp/Liter (inkl. MwSt.) Rabatt auf Shell V-Power Premiumtreibstoffe
- 20% Rabatt auf Shell CarWash (an Shell Stationen mit Waschstrasse)

+ eine exklusive Startgutschrift

(gesponsert
von B.I. Collection
und Shell)



Entdecken Sie die Shell Card auch für Ihr Unternehmen!

Fordern Sie jetzt Ihr persönliches Angebot an – wir offerieren Ihnen gerne Sonderkonditionen.



GROSSES NETZWERK

Mit über 1,000 Stationen in der Schweiz und 22'000 in ganz Europa von Shell und Akzeptanzpartnern



SPIELEND LEICHTES MANAGEMENT

Mit cleveren Online-Tools, digitalen Lösungen (API) und nur einer monatlichen Rechnung für alle mit der Shell Card bezogenen Leistungen



E-MOBILITY MIT DER SHELL CARD

Mit intelligentem und vielseitigem Ladeservice von Shell und NewMotion und einer Netzabdeckung von 99% in der Schweiz



CO₂-AUSGLEICH

Mit jedem Tanken ein Beitrag zum Klimaschutz, ganz einfach in Ihre Prozesse integriert

Für die B.I. Collection Tankkarte können Sie sich direkt bei B.I. Collection melden und für eine Firmentankkarte bei Herrn Schwabl.

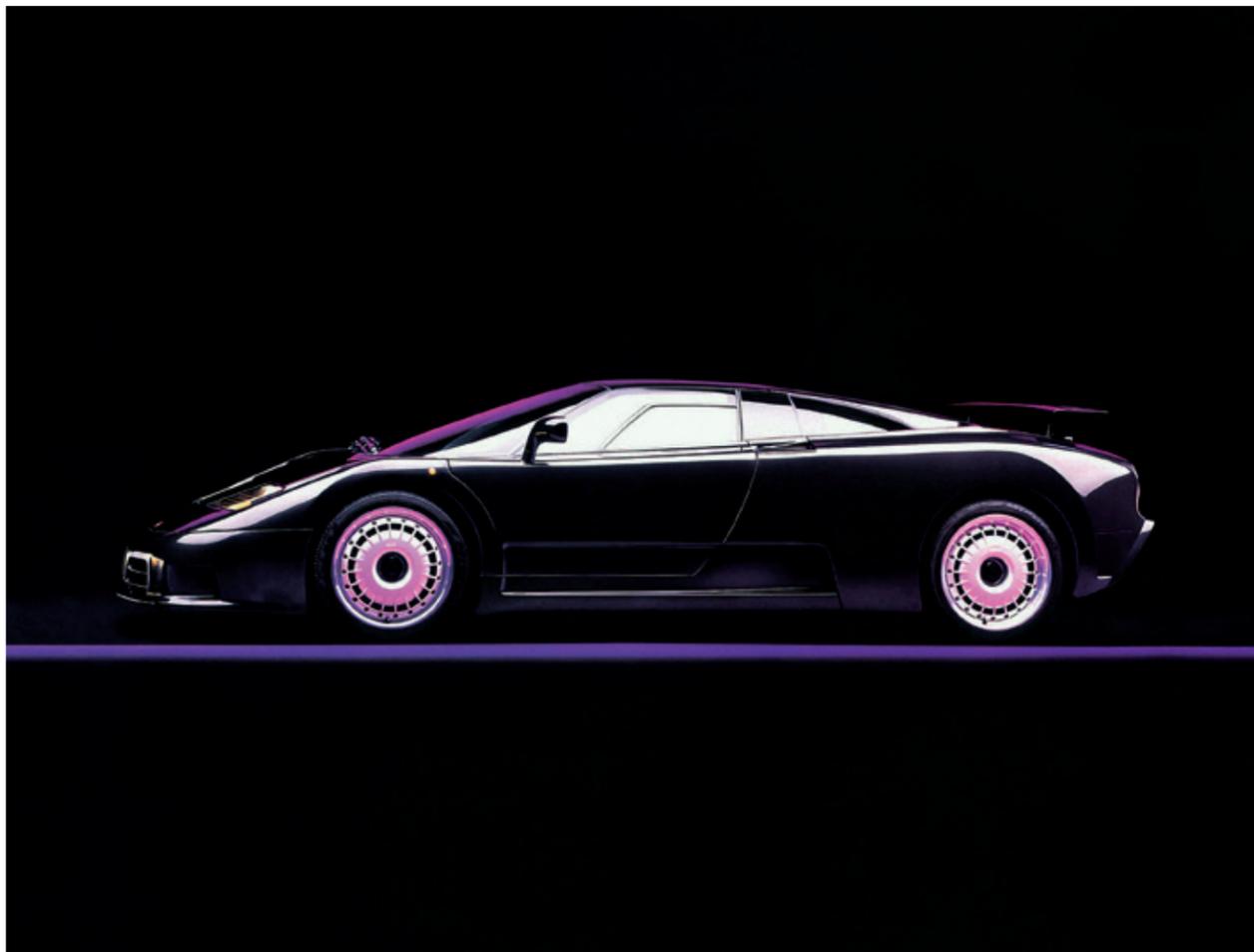


Er freut sich auf Sie!

Patrick Schwabl
Shell (Switzerland) AG
Baarermatte, 6340 Baar

Mail: patrick.schwabl@shell.com
Tel.: +41 (0) 41 7694007





BUGATTI EB 110

Text: Nina Trembl

1987 sicherte sich der italienische Finanzmakler Romano Artioli die Namensrechte an Bugatti, um erstmals seit den 1950er Jahren wieder ein Fahrzeug mit dem traditionellen Hufeisengrill auf die Räder zu stellen.

Und nicht irgendeines sollte es sein: Der am 15. September 1991, dem 110. Geburtstag des ursprünglichen Firmengründers Ettore Bugatti, in Paris vorgestellte EB 110 hatte den Anspruch, der beste Supersportwagen der Welt zu sein.

Die Voraussetzungen waren gut. So gut, dass sich sogar Michael Schumacher zum Kauf des damals 690'000 DM teuren Coupés hinreissen liess. V12-Mittelmotor mit Fünfventiltechnik und vier Turboladern, Allradantrieb, Carbon-Chassis, Leichtbaukarosserie aus Hightech-Materialien, Magnesium-Räder – dagegen sah die Konkurrenz tatsächlich alt aus.

Sie fuhr auch hinterher. Das 3,5-Liter-Triebwerk des zunächst verfügbaren GT-Modells entwickelte stolze 560 PS und machte den vorzugsweise in Bugatti-Blau ausgelieferten Boliden über 340 km/h schnell. Die gewichts- und leistungsoptimierte SuperSport-Version knackte später sogar noch die 350-km/h-Marke.

1995, nach nicht einmal 130 Exemplaren, platzte Artiolis Traum. Die Bugatti Automobili SpA musste Konkurs anmelden. Erst 1998 ermöglichte der VW-Konzern der legendären Marke wieder einen Neustart.

Und nun steht auch schon der nächste Umbruch an: Im Herbst 2021 wird Bugatti in ein Joint Venture eingebunden, das Porsche gemeinsam mit dem rumänischen E-Autobauer Rimac gründet.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für Angebote, Kaufverträge oder Zusammenarbeit in Bezug auf THE COLLECTIVE gilt Schweizer Recht. Die Publikation THE COLLECTIVE sowie auch Auszüge daraus dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers nicht reproduziert oder in irgendeiner Form – auch elektronisch – distribuiert werden. Obwohl mit grösster Sorgfalt darauf geachtet wird, dass Inhalte von THE COLLECTIVE rechtens publiziert werden, können dies weder der Verlag noch die Autoren garantieren. Wenn Sie den Eindruck haben, Teile der Publikation würden gegen internationales Urheberrecht verstossen, zögern Sie nicht, sich an den Verlag zu wenden, um etwaige Ansprüche zu berichtigen.

BANG & OLUFSEN

HOME THEATRE SYSTEMS

Creating the ultimate cinematic
experience in your home



Flagshipstore Zürich, Stauffacherstrasse 16
T +41 44 242 92 33, fux-ag.ch