DRIVE-IN

Offizielles Mitteilungsblatt des

Cadillac Club of Switzerland

Ausgabe Nr. 3/05 (Juli 2005)

Inhaltsverzeichnis

Seite 1	Vorstand, Impressum
Seite 2	Unser Titelbild Der Redaktor hat das Wort
Seite 3	Veranstaltungen
Seite 4	60 Special: Superstar der Dreissiger
Seite 9	Revolutionäres Auto
Seite 11	Cadillac Sixty Special
Seite 13	1. Ausfahrt nach Dürrenroth
Seite 15	2. Ausfahrt nach Konstanz
Rückseite	Cadillac-Inserat aus 1939

Vorstand

Präsident ars@strad.ch	**Arion M. Scheifele** Tel. P. 061 911 1624 Natel 079 646 0870	Bündtenstr. 15, 4419 Lupsingen G. 061 921 1929 Fax 061 921 1954
Vize-Präsident fredy.ursprung@gmx.ch	**Fredy Ursprung** Tel. P. 027 923 8101 Natel 079 643 8192	Gliserallee 87, 3902 Glis G. 027 922 7167 Fax 027 922 7200
Kassier emmanuel.faessler@hispeed.ch	**Emmanuel Fässler** Tel. P 052 364 2973	Aadorferstr. 33, 8353 Elgg G. 01 801 9070 Fax 052 364 2973
Sekretär max.diener@gmx.ch	**Max Diener** Tel. P. 01 700 3022 Natel 079 441 4191	Räbacher 4, 8143 Stallikon G. 01 700 3018 Fax 01 700 2364
Beisitzer postmaster@cadillacclub.ch	**Kurt Schellenberg** Tel. P. 061 712 1743	Binningerstr. 10, 4153 Reinach G. 062 868 6367 Fax 062 868 6311

Impressum "DRIVE-IN":

Sekretariat CCS, Postfach 57, 8143 Stallikon
Tel. 01 700 30 18 Fax: 01 700 23 64
erscheint mehrmals jährlich in deutscher Sprache
Redaktion: Kurt Schellenberg, Binningerstr. 10, 4153 Reinach,
Tel. G. 061 324 4858, Fax: 061 324 68 11, Tel. P. 061 712 1743
postmaster@cadillacclub.ch

Internet: www.cadillacclub.ch

Der CCS ist Mitglied bei

"CLC" The Cadillac-LaSalle Club, Inc., POB 1916, Lenoir, NC 28645 (USA)

"SDHM" Schweiz. Dachverband für Historische Motorfahrzeuge, 5745 Safenwil

"FAAS" Föderation Amerikaner Autoclubs Schweiz, 6280 Hochdorf

Unser Titelbild

Ein sehr schöner 1938 Sixty Special

Der Redaktor hat das Wort

Liebe Mitglieder und Freunde,

Der Sixty Special, den Cadillac 1938 herausgebracht hatte, und sein massgeblicher Einfluss auf die Welt des Auto-Designs ist das Thema dieses Heftes. Es ist ein Stück faszinierender Autogeschichte, und wieder einmal zeigte sich, dass Cadillac vielleicht nicht das spektakulärste, aber das erfolgreichste Fahrzeug der damaligen Zeit entworfen hatte und damit dem Wahlspruch 'Standard of the World' gerecht wurde.
Ebenfalls in diesem Heft finden Sie natürlich Kurzberichte über die zwei schönen, erlebnisreichen Ausflüge, die wir bereits erleben durften.

Und ein weiteres Highlight liegt noch vor uns: unser zweitägiges Treffen in Schwarzsee. Wer sich noch nicht angemeldet hat, sollte dies jetzt umgehend nachholen. Das Anmeldeformular liegt bei.

Unser Mitglied Rene Villiger hat vom letzten Zweitägigen in Cham eine sehr sehenswerte DVD hergestellt. Sie können sie direkt bei ihm bestellen (siehe Beilage).

Mit herzlichen Grüssen und bis bald!

Ihr DRIVE-IN Redaktor
Kurt Schellenberg

Warum haben einige Trabbis eine heizbare Heckscheibe?
Damit man beim Schieben warme Hände hat.

Eigene Veranstaltungen

20./21. August	Internationales Cadillac-Treffen Schwarzsee
17. September	4. Ausfahrt des CCS (ACHTUNG: ausnahmsweise am Samstag!)
3. Dezember	Chlaushock

Nationale und internationale (fremde) Veranstaltungen

7. - 10. Juli	Festival Automobile Mulhouse (F)
17./18. August	Auto Passion Basel
18.-21. August	15. RAID Suisse - Paris
21. August	Retro Sternfahrt Baden-Württemberg (D) (Retropromotion)
28. August	2. Internationales Cadillac-Treffen Kremsmünster (Schloss Kremsegg, A)
3. September	14. GP Safenwil (SDHM, E. Frey AG)
3./4. September	Oldtimer Messe Uster (OMU)
16.-18. September	Classic Car Challenge ACS (ACS Basel, SDHM)
1.-3. Oktober	3. Schwarzwald Classic Pforzheim (D) (Retropromotion)
2. Oktober	20. Rassemblement National, Estavayer-le-Lac
5. November	OTM Zürich

Der Sixty Special: ein Superstar der Dreissiger.

Von Robert C. Ackerson

(aus: Standard Catalog of Cadillac,1995. Aus dem Englischen übersetzt)

Auf das Automobil angewendet, leitet die als Styling bezeichnete Ausdrucksart ihre Charakteristik von drei grundlegenden Quellen ab. Die erste könnte als archetypischer Faktor identifiziert werden. Dieser diktiert, dass die Form eines Autos gewissen Anforderungen genügen muss. Zum Beispiel muss der Designer Raum für einen Motor vorsehen, und wenn es sich um ein Auto für den Massenmarkt handelt, muss eine Möglichkeit zum Transport von Gepäck vorhanden sein. Das Auto kann bezüglich Länge, Breite und Höhe ganz offensichtlich gewisse Grenzen nicht überschreiten. Also kann der Designer seinen Ideen nicht freien Lauf lassen, sondern muss zu einem gewissen Grad Einschränkungen hinnehmen. Tatsächlich ist dies eine alte Binsenwahrheit: der Automobil-Designer muss sich damit abfinden, dass Form der Funktionalität folgt.

Kulturelles Bewusstsein ist der zweite Ursprung der Inspiration des Designers. Dieser Einfluss erklärt, warum Automobile aus verschiedenen Ländern das gleiche Problem, nämlich Passagiere vom Punkt A nach Punkt B zu transportieren, mit radikal unterschiedlichen Lösungen anpacken. Der gallische Geist stellt den Citroen CX zur Verfügung, der deutsche den Volkswagen Golf und die amerikanische Mentalität einen Oldsmobile Cutlass Supreme. Alle drei sind klassische Beispiele dafür, welche speziellen Formen und räumlichen Verhältisse die entsprechende Gesellschaft bevorzugt.

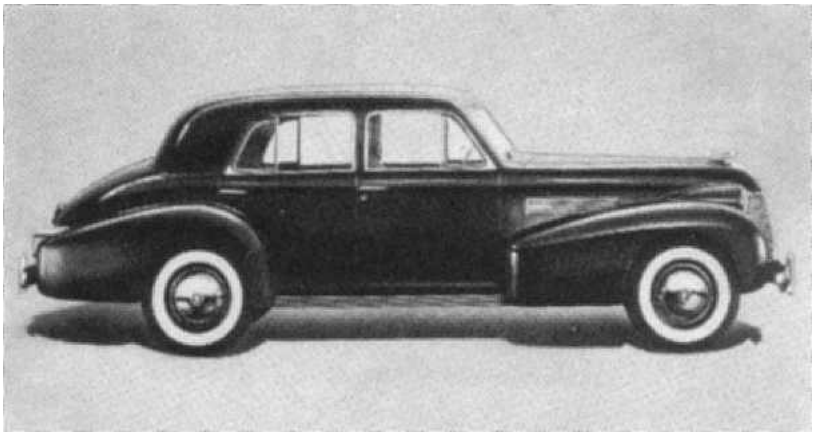
Das letzte Element des Handwerks des Designers ist bei weitem das Seltenste. Man beschreibt es vielleicht am Besten als die Fähigkeit, das Gewöhnliche zu transzendieren und eine neue Form des Ausdrucks zu kreieren. Auf das Auto bezogen soll diese neue Form die Beziehungen seiner Komponenten neu arrangieren und gleichzeitig dennoch nicht auf gewisse essentielle Elemente der Proportionen und Prinzipien verzichten, welche frühere Meister perfektioniert haben.

1938 Sixty Special

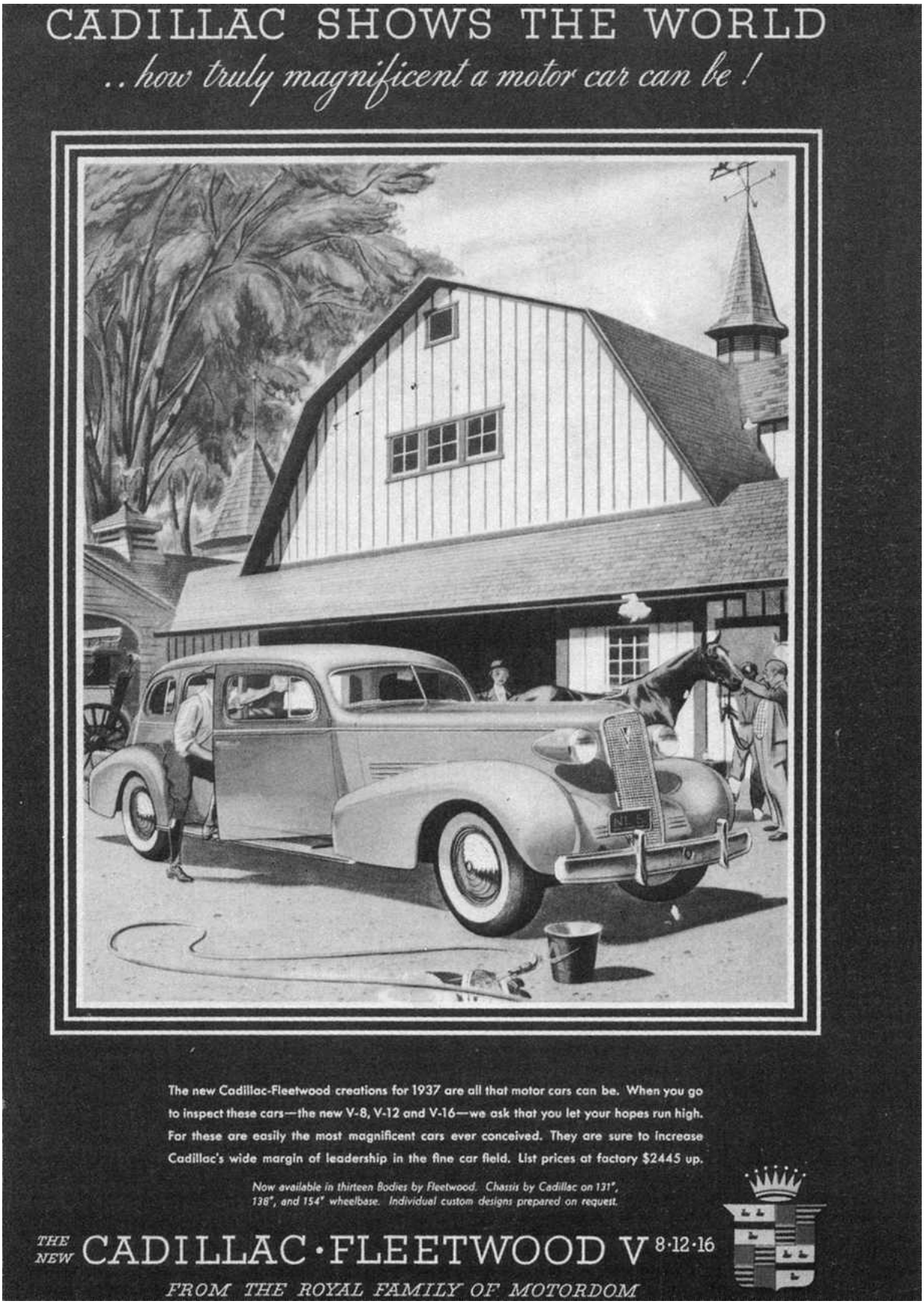
Männer mit diesem ausserordentlichen Talent sind die Väter von Automobilen mit einem Design, das die härtesten Tests aller Zeiten übersteht. Sie widerstehen mit der Beständigkeit von Granit den Angriffen von Modetrends und kulturellen Launen und erreichen schliesslich den Status des Klassikers. Natürlich kann die Wichtigkeit der Spitzentechnik in Cadillacs 75jähriger Geschichte nicht unterschätzt werden. Dennoch war das Design mindestens so bedeutend für den Aufbau und den Erhalt von Cadillacs Position als eines der hervorragensten Automobile der Welt. Es ist allgemein bekannt, dass Cadillacs Design der letzten 50 Jahre hauptsächlich den Einfluss von zwei Männern zeigt: Harley Earl und William Mitchell. Es überrascht nicht, dass der erste grosse Auftrag jeder der zwei Männer bei General Motors stilistische Trends setzte sowohl für General Motors als auch für die ganze Industrie. Es war Harley Earls Design des 1927 LaSalle, das General Motors buchstäblich aus dem Design-Mittelalter in die führende Position der Industrie brachte, eine Position welche sie mit Ausnahme einiger Ausrutscher nie aufgeben mussten. Elf Jahre später war es an William Mitchell, die Fesseln der Tradition zu sprengen mit dem 1938er Cadillac Sixty Special. Dieses Auto in die korrekte historische Perspektive zu setzen, ohne ihm dabei Unrecht zu tun, ist keine leichte Aufgabe, so gross war sein stilistischer Einfluss auf das amerikanische Automobil.

In den späten Dreissiger Jahren bewirkten die wirtschaftlichen und sozialen Änderungen, hervorgerufen von der grosse Depression und dem New Deal, in den U.S.A. eine egalitäre Haltung, die dazu tendierte die soziale Akzeptanz solcher Formen offensichtlichen Konsumverhaltens wie das von einem Chauffeur gefahrene Auto zu reduzieren. Es gab natürlich immer noch einen Markt dafür, und tatsächlich führte Cadillac 1938 eine neue Version seines V-16 Motors ein für den Einsatz in den traditionellen grossen Luxus-Automobilen. (Es ist interessant darüber nachzudenken, ob Präsident Carter's Entschluss, an der Parade zu seiner Amtseinführung zu Fuss zu gehen, anstatt in der Präsidentenlimousine zu fahren, zusammen mit seinem Energie-Programm das Signal zum endgültigen Verschwinden dieser Limousinen gibt). Während die Cadillacs von 1936 dem Trend zu weniger offensichtlichem Zurschaustellen von Reichtum folgten, war es der Sixty Special, mit dem Cadillac ein völlig neues Konzept des Luxus-Autos einführte. Wie Earls LaSalle 1927, sprach der Sixty Special nicht nur männliche Fahrer an, sondern auch Frauen, welche ein schlankes und agiles Auto schätzten. Im Gegensatz zum LaSalle, welcher Anklänge an den Hispano Suiza zeigte, lieh der Sixty Special nichts von einem anderen Automobil aus. Mitchells Meisterschaft übertrug ein Gefühl perfekter Proportionen auf den Sixty Special. Nichts schien fehl am Platz. Es gab keine hässlichen Formen und unnötige Verzierungen, welche seine reine Form beeinträchtigt hätten.

Mitchell verliess sich auf verschiedene Schlüsselelemente um das hervorzubringen, von dem er wusste, dass es ein Sieger sein würde. Die Verwendung von Chromleisten um die Seitenfenster herum gab dem Sixty Special ein leichtes, Cabriolet-ähnliches Aussehen, ohne dem Betrachter (und potentiellen Kunden) den Eindruck von Zerbrechlichkeit zu geben. Dieser sportliche Eindruck wurde durch die Kotflügel verstärkt, welche damals als "suitcase" (Reisekoffer) Kotflügel bezeichnet wurden. Die fehlenden Chromzierleisten längsseits und die Chromrippen an Stelle des Trittbretts



1939 Sixty Special Touring Sedan



Inserat 1937

trugen weiter bei zum herausragenden Aussehen des Sixty Special.
Ein wesentliches Glied in der stilistischen Evolutionskette des Automobils ist der Sixty Special durch die Art, wie er den Kofferraum behandelte, dieses notwendige aber problematische Anhängsel zur Karrosserie. Vor dem Sixty Special wurde der Kofferraum bestenfalls als ein Zusatz zum Design betrachtet, im schlechtesten Fall als lästige Notwendigkeit. Mitchell nahm ihn als Teil der Karosserie selbst wahr, als voll integriertes Element des Designs eines Autos, gleich bedeutend wie Kotflügel, Dachlinie oder Kühlergrill. Diese Lösung des Kofferraum-Problems zusammen mit Mitchells Trennung der Karrosserie in einen oberen und unteren Teil führte dazu, dass der Sixty Special die erste Version der später als 'notchback' bezeichneten Karrosserieform war, welche in modifizierter Form von jedem amerikanischen Autohersteller übernommen wurde.

Diese Eigenschaften, plus eine um 7.5 cm reduzierte Höhe im Vergleich zu den 1937er Modellen (ermöglicht durch einen neuen Rahmen), eine grössere Frontscheibe und schmale Fenstersäulen gaben dem Sixty Special nicht nur ein Aussehen, das extrem attraktiv war, sondern das sich auch deutlich von seinen Zeitgenossen abhob.
Historiker stritten sich oft über der Frage, wieviel Einfluss der Sixty Special auf den Lincoln Continental und den Packard Clipper ausübte. Als er zu seiner Ansicht dazu gefragt wurde, meinte David Holls von General Motors Styling, dass der Einfluss des Sixty Special auf den Lincoln Continental stark überschätzt worden sei. Er bemerkte, dies seien "nur zwei verschiedene Arten Automobil" und fügte hinzu, dass es nicht viel gäbe, "was zwischen den beiden ähnlich ist, ausser der Anordnung der Seitenfenster und dem Fehlen der Trittbretter".
Im Gegensatz dazu schliesst Maurice D. Hendry

1939 Sixty Special (Photo: Cadillac LaSalle Club of Australia)

in seinem Buch 'Cadillac The Complete Seventy-Five Year History', dass die stilistischen Innovationen des Sixty Special "zweifellos" einen Einfluss auf den Lincoln Continental gehabt hätten.

Der Einfluss des Sixty Special auf den Packard Clipper ist ziemlich gut dokumentiert durch eine von Packards Ingenieur-Abteilung verfasste Notiz. Mit dem Titel "Notizen zu Packards Styling Problem" enthält dieses Dokument den Gedanken, dass Packard zwar erfolgreich war mit dem Design des Clipper, man jedoch General Motors anerkennen müsse, welche das anfängliche Design-Konzept initiiert hätte. Der Schluss, dass damit auf den Sixty Special Bezug genommen wurde, scheint gesichert genug.

Die Produktion erreichte 3703 Sixty Special für das 1938er Modell, welches damit Cadillacs am besten verkauftes Modell war. Im Vergleich dazu wurden nur 2051 Series 60 Cadillacs mit 124 inch Radstand (3 inches kürzer als die 50er) gebaut. LaSalle, welche einmal ungerechterweise als "Cadillacs Misserfolg" bezeichnet wurde, erreichte eine Produktionszahl von über 15'000.

Die Versionen der 60er von 1939 und 1940 blieben in der Hauptsache unverändert bis auf den neuen Kühlergrill, welcher einen Haupt-Grill mit dünnen horizontalen Chromstäben aufweist, flankiert von vertikalen 'Laufstegen'.

Im Jahr 1941 erhielten alle Cadillacs mit Ausnahme der Series 60 vollständig neue Karrosserien mit dem niederen, breiten 'Eierkarton' Kühlergrill, der zum Grundmotiv der Nachkriegs-Modelle von Cadillac werden sollte. Der Sixty Special erfuhr eine grössere Aktualisierung des Designs, welche neue vordere Kotflügel umfasste, die bis in die Türen hinein reichten, sowie den neuen Chrom-Kühlergrill gemeinsam mit allen anderen Cadillac Modellen. Das Endresultat war die ultimative Verfeinerung von Mitchells ursprünglichem Design, ein Fahrzeug, das sich gewiss als eines der attraktivsten je in den U.S.A. produzierten Autos qualifiziert.

Mit diesem Meisterstück kontrastiert der 1942er Sixty Special scharf, der effektiv nichts anderes war als ein Series 62 Sedan aus der Serienproduktion mit verschiedenen bedeutungslosen senkrechten Chromstreifen, welche auf den vorderen und hinteren Kotflügeln sassen. Ein Mitglied von GM Styling sagte: "die Designer bedauerten dieses Auto"; genug gesagt über den 1942er 60 Special. Es gab einen schönen, völlig neuen Vorschlag für den Sixty Special, der jedoch unglücklicherweise schubladisiert wurde.

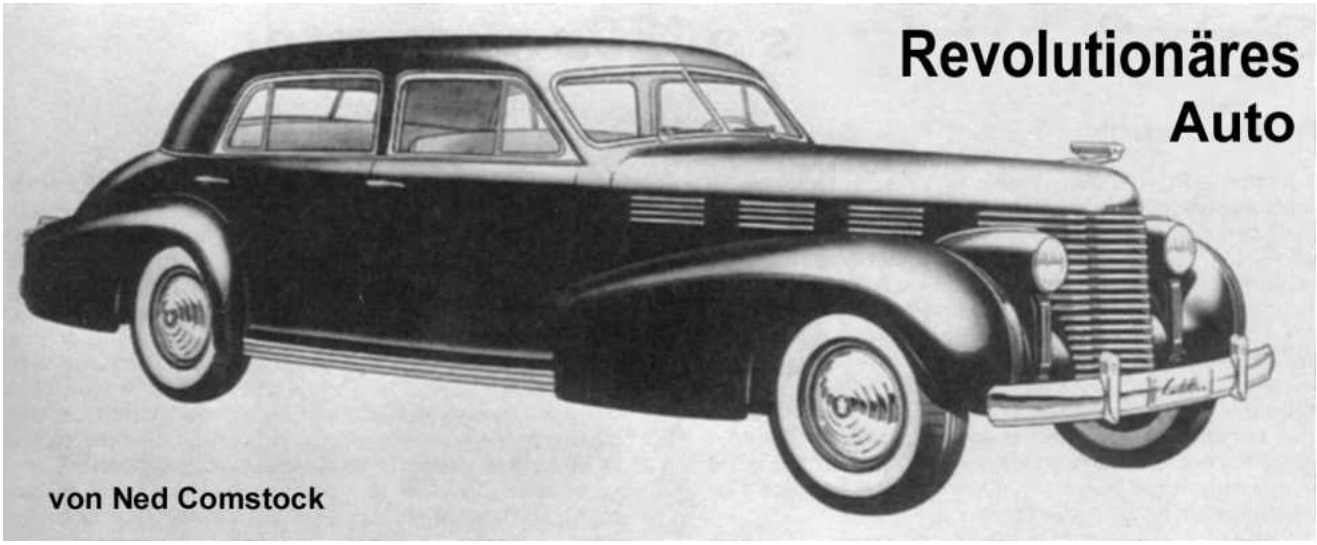
Die dunklen Jahre der Series 60 endeten 1948, als ihr richtiger Status als Cadillac mit seiner eigenen individuellen Persönlichkeit wieder etabliert wurde. Tatsächlich repräsentiert 1948 die Renaissance des Sixty Special. Danach gab es immer noch einige traurige Momente für die Sixty Specials, so zum Beispiel die 1958er Version mit ihrem monströsen Heck mit Chrom- und Flossenexzessen. Dennoch blieb über die Jahre hinweg das Konzept des Sixty Special ein

1938 Sixty Special

Schlüsselelement in Cadillacs Marketing-Philosophie. Obwohl er nicht den gleichen visuellen Eindruck wie der Sixty Special machte, wurde der Eldorado Brougham 1957 dennoch nach seinem Vorbild entwickelt als ein Qualitätsfahrzeug für den Individualisten, der es liebt, ein agiles Auto zu fahren. Desgleichen ist der Seville, der zu oft als europäischen Ursprungs beschrieben wurde, in Wirklichkeit sowohl in Stil als auch im Konzept der Erbe des Sixty Special.

Die Geschichte des Sixty Special entbehrt nicht einer gewissen Ironie, denn das Auto, das zum Sixty Special werden sollte, begann als ein LaSalle. Erst als die Prototyp-Phase erreicht war, fiel die Entscheidung, dass das Auto Cadillacs Wappen tragen würde. Natürlich fragt man sich, wie das Schicksal dieses schönen Designs ausgesehen hätte, wenn der Wechsel nicht gemacht worden wäre. Hätte es dem LaSalle neues Leben verliehen, oder wäre es durch LaSalles Niedergang in Vergessenheit geraten? Aber solche Fragen sind höchstens etwas für ein lockeres Gespräch unter Autoliebhabern an einem kalten Abend im Februar.

Um einen von Cadillacs grossen Werbesprüchen zu paraphrasieren: der Sixty Special wurde gebaut, weil er es verdiente, gebaut zu werden. Wie David Holls dem Autor sagte: "niemand kann den Sixty Special anschauen und nicht an seinem Design interessiert sein."



(aus: Standard Catalog of Cadillac,1995. Aus dem Englischen übersetzt)

Der 1938 Cadillac Sixty Special war ein revolutionäres Auto, ein Nachkriegs-Auto drei Jahre vor Pearl Harbor, ein Auto das sich von den anderen so unterschied, dass dadurch der Design der nächsten Auto-Generation festgelegt wurde. Und - an der Spitze der neusten von Cadillac seit 1935 entwickelten Technologie - war der Sixty Special und sein Design die Magie, welche General Motors zum "König des Schlosses" machte.

Die Sixty Special Revolution war die richtige Revolution. In den Schützengräben der Vergangenheit lagen die Knochen der früheren Innovatoren, Pioniere welche ihrer Zeit voraus waren und die darum nicht überlebten. Sie können sie so gut wie ich benennen - Stutz, Marmon, Mercer, Wills St Clair, Cord - führende Marken, denen niemand folgte. Aber der Sixty Special setzte sich an die Spitze, und die Herde donnerte ihm nach.

Einige Grafiker, welche 1938 Cadillacs für die jährlichen Autoshow-Magazine zeichneten, sagten unwissentlich den Erfolg des Sixty Special voraus. Sie zeichneten das Auto als eine

grössere Ausgabe der Standard-Modelle Series 60 - gerundete Linien, rundlich könnte man sagen, kleine Fenster und mit einem Gesamteindruck, der Richtung Unterseeboot ging. Vielleicht skizzierten sie ein Auto, das sie nie gesehen hatten (es existierten detaillierte Beschreibungen von 1941 LaSalles, die es nie gab), aber wahrscheinlicher ist, dass sie nicht realisierten wie anders das Auto wirklich war.
Auf diese Weise erfüllte der Sixty Special Phase I seines Schicksals - er erwartete nicht vom Publikum, ein neues Konzept zu akzeptieren, so wie es z.B. der Lincoln-Zephyr tat. Der Special unterbrach nie die Kontinuität - er sah fortschrittlich aus, aber nicht anders. Es war traditionelles Design, aber geschickt verändert, eleganter gemacht durch subtile Änderungen, welche in der Summe zu einem neuen Auto führten, ohne die Erschütterungen neuer Aufbrüche.

1938 Lincoln Zephyr

Konservative Käufer konnten sich wohl fühlen (viele Sixty Specials wurden von Chauffeuren gefahren), aber kein anderer Hersteller (ausser der sportliche Graham) machte in jenem Jahr einen derartig mutigen Schritt bezüglich Styling.
Vor 1938 hatte es nur zwei Zyklen im Cadillac-Design gegeben - der matronenhafte V-51, der sich schrittweise von 1914 bis 1925 entwickelte, und 1928 die höchst attraktiven 341er. Dazwischen waren die 'Wechseljahre' 1926-27, welche zu keiner der beiden Stil-Arten passten. Die 341er wurden in die dreissiger Jahre weitergeführt und überlebten so gut oder schlecht wie jedes andere Luxus-Auto in der grossen Depression. Nach und nach wurde der Trend zum Wassertropfen-Design übernommen, der 1932 von Reo und Graham begonnen wurde. Die logische Folge dieses Tropfen-Konzepts war ein fettes und hausbackenes Vehikel, wie einige von Cadillacs Konkurrenten zu spät bemerkten. Es war Cadillacs Triumph, dass sie an diesem Punkt halt machten und 1938 nach einer weiteren Zwischenperiode (Modell 60, 1936 und 1937) einen weiteren Stil-Zyklus begannen. Dies war der Sixty Special. Es war die Weggabelung, bei der Cadillac die richtige Richtung einschlug.
Die Series 10 von 1935, letzte der alten Schule, basierten im Wesentlichen auf der Technik von 1927, welche seit 1915 die gleiche Zylinderbohrung und den gleichen Hub verwendete. Nach einem Zwischenjahr entschied sich Cadillac für das Leistungspaket, das den Sixty Special 1938 antrieb. Mit grösserer Bohrung und weniger Hub tat Cadillac das für den reichen Mann, was Henry Ford für den armen gemacht hatte - Autofahren mit adäquater Leistung ermöglichen.
Die Autoflotte in den U.S.A. war 1937 nach der grossen Depression alt und abgenützt. Zwar waren die neuen schnellen Fords in grosser Zahl auf den Strassen, aber das Meiste das fuhr, war langsam und hatte noch die Motorentechnik aus den zwanziger Jahren. Als Cadillac 1937 den neuen 346er Motor mit kurzem Hub in einem Auto herausbrachte, das tausend Pfund leichter war als sein Vorgänger, definierten sie damit in Amerika die Fahrleistung neu.
Nicht nur war die Leistung wesentlich höher,

auch wurde sie durch neue Übersetzungsverhältnisse besser genutzt. Der zweite Gang war für Beschleunigung ausgelegt anstatt langsam und träge. Statt dass einem bei 90km/h die Drehzahlen ausgingen, begann der 1937er Cadillac dann erst recht tief zu atmen, stiess in eine höhere Leistungsstufe vor und setzte der Welt einen neuen Standard. Diese Leistung war die andere Hälfte der Sixty Special Revolution von 1938.

Ich erinnere mich bis heute an den Tag, an dem ich den Special auf dem Parkplatz des Gold Club zu Hause zum ersten Mal sah. Der obere Teil des Autos sah leicht und luftig aus, die Karosserie lang und schwer. Anstatt rund sah alles eckig aus. Das Dach war flacher, die Kotflügel erstreckten sich beinahe gerade nach hinten. Die Fenster und die Frontscheibe erschienen enorm gross. Die Trittbretter fehlten, das Auto war breit. Alles hatte sich tiefer nach unten bewegt, näher zur Strasse, im Gegensatz zu den alten, kutschenähnlich kopflastigen Sedans. Der Kofferraum schien ein natürlicher Teil der Karosserie zu sein. Es gab keine horizontalen Zierleisten auf der Seite, und dies erschien ungewohnt, doch zurückhaltender Einsatz von Chromteilen erweckte zusammen mit dem schwarzen Lack einen Eindruck von Eleganz. Ich inspizierte den Wagen eine halbe Stunde lang. Damals schlossen die Leute ihre Autos nicht ab, also stieg ich ein und probierte die geräumigen Sitze vorne und hinten aus. Die Sicht durch die breite Frontscheibe erschien panorama-artig. Die Qualität der Ausrüstung vermittelte ein wunderbares Gefühl von Luxus, und die tief sitzende Karosserie bedeutete für mich Kraft und Sicherheit. Ich sass dort eine lange Zeit.

Als ich schliesslich aus dem Sixty Special ausstieg und der Realität des Parkplatzes gegenüberstand, geschah etwas Seltsames. Alle anderen Autos erschienen fremd - schäbig und altmodisch. Das war die wirkliche Sixty Special Revolution.

Cadillac Sixty Special

von Bill Vance
(www.canadiandriver.com/articles/bv/cadillac60.htm; aus dem Englischen übersetzt)

Die Dreissiger Jahre waren keine gute Zeit, um Luxus-Autos zu verkaufen. Die Depression liess den Markt speziell für teure Neuwagen schrumpfen, und einige Luxus-Marken wie Peerless, Pierce-Arrow und Marmon verschwanden. Andere, wie z.B. Packard, waren schwer angeschlagen.

Obwohl Cadillac die Sicherheit von General Motors im Rücken hatte, mussten sie ebenfalls den Gürtel enger schnallen, da GM's Leiter, Alfred P. Sloan, Jr., nicht die Absicht hatte, Geldverluste lange zu tolerieren.

Cadillac war für die Dreissiger in einer schlechten Ausgangslage. Seit 1915 wurden V-8 Motoren eingesetzt, und 1930 erweiterten sie die Palette mit einem V-16 und nur einige Monate darauf mit einem V-12. Um 1934 waren Cadillac's Verkaufszahlen auf etwa 20% des Niveaus von 1928 gesunken.

Cadillac's Antwort darauf war das Serie 60 Modell, welches preislich zwischen dem LaSalle und dem günstigsten Cadillac-Modell situiert war. Um Kosten zu reduzieren wurde GM's Karrosserietyp "B" verwendet, der auch Basis für LaSalle, Oldsmobile und Buick war. Es hatte einen V-8 Motor mit 135 PS und Einzelradaufhängung vorne. Obwohl es kleiner und leichter war, und weniger Leistung hatte als andere Cadillacs, hatte es doch den Ruf, das Prestige und die Qualität des Namens Cadillac und führte zu mehr als einer Verdoppelung der Verkäufe von Cadillac.

Der Erfolg des Serie 60 ebnete den Weg für ein noch erfolgreicheres Modell, den 1938 Sixty Special, das bedeutenste aller Cadillac-Modelle der Dreissiger Jahre. Dieses Auto festigte Bill Mitchell's Karriere, der zwei Jahre früher vom legendären Harley Earl als Stilist für Cadillac

angestellt wurde.
Die Reputation des Kaliforniers Earl stammte vom ersten LaSalle, dem preislich günstigeren Stallkameraden Cadillac's, der 1927 eingeführt wurde. Dieser war so erfolgreich, dass Earl beauftragt wurde, GM's Art and Colour Sektion zu gründen, und damit Design als offizielle Disziplin in der Auto-Industrie einzuführen. In den Dreissigern entwickelte sich die Sektion zum Styling Department.

1938 Sixty Special, Modell von Brooklin

Earl hatte ein Auge sowohl für Talent als auch für Stil. Er war eine willensstarke Persönlichkeit, und als er den erst 23 Jahre alten Mitchell 1936 zu Cadillac's Chef-Stylist ernannte, gab es einige hochgezogene Augenbrauen, aber keine Opposition. Dem jungen Mitchell genügten zwei Jahre, um Earl's Wahl zu rechtfertigen.
Earl beauftragte Mitchell, basierend auf dem Serie 60 Cadillac ein neues LaSalle-Modell zu entwickeln. Der Cadillac war eher konservativ, und Mitchells Auftrag war, ein Automobil am sportlicheren Ende des Spektrums zu entwerfen.
Als sich die Schönheit des Designs langsam zeigte, und die Ausgaben stiegen, wurde nach einigen Diskussionen beschlossen, dass dieses unkonventionelle Auto ein Cadillac werden sollte. Der 1938 Sixty Special war das Resultat.
Der Sixty Special betrat Neuland in verschiedenen Design-Bereichen und hatte einen bedeutenden Einfluss nicht nur auf Cadillac, sondern auf die Form aller amerikanischen Automobile in den folgenden Jahren.
Mitchell verlängerte den Radstand des Serie 60 von 3150 auf 3226 mm und reduzierte die Gesamthöhe um 76 mm. Durch gleichzeitige Tieferlegung des Rahmens blieb die Kopffreiheit im Inneren erhalten.
Er eliminierte die Trittbretter, wie von Cord schon zwei Jahre früher vorgezeichnet. Dies verbesserte das Aussehen, und die dadurch mögliche Verbreiterung der Karrosserie machte es zu einem echten 6-Passagier-Auto.
Die Kotflügel der Vorderräder waren sanft gerundet und erstreckten sich beinahe horizontal bis zu den Türen. Der Kofferraum war voll in die Karrosserie integriert anstatt wie angefügt auszusehen, und die beinahe horizontale Linie des Deckels deutete den Kofferraum wie wir ihn heute kennen, bereits an. Die Türen hatten die Scharniere vorne, eine Eigenschaft, die universell werden würde.
Mitchell verzichtete auf Zierleisten zwischen den Fenstern und dem unteren Teil der Karrosserie was dem Aussehen eine grössere Einheit verlieh. Die üblichen dicken Fensterrahmen wurden durch dünne Chromkanten ersetzt, was die Übersicht verbesserte und den Cabriolet-Look der späten vierziger Jahre vorwegnahm.
Das ausgeglichene, wunderschön integrierte Design des Sixty Special gewann sofortige Akzeptanz. Trotz wirtschaftlicher Rezession in 1938 übertrafen die Verkäufe diejenigen der Serie 60, von dem er abgeleitet war, etwa um das Dreifache. Dies trotz eines höheren Preises und der Tatsache, dass nur ein viertüriger Sedan erhältlich war, während für den Serie 60 die komplette Linie von Karrosserieformen angeboten wurde.
Cadillac realisierte, dass sie einen Gewinner hatten, und behielten den Sixty Special ohne wesentliche Veränderungen, ausser einem breiteren, massiveren Kühlergrill, bis 1940 bei. Die Scheinwerfer wurden 1941 in die Kotflügel

integriert, welche bis in die Türen hinein weitergezogen wurden. Ausserdem wurden Hinterrad-Abdeckungen eingeführt, und diese relativ kleinen Änderungen verliehen dem Auto ein Limousinen-ähnliches Aussehen.
Die Bezeichnung Sixty Special wurde bis 1942 weitergeführt, verlor jedoch etwas von ihrer Identität und wurde den übrigen Cadillacs immer ähnlicher. Daher werden die 1938-41 Cadillac Sixty Specials als die gesuchteren Sammlerobjekte angesehen.
Es war ein mutiges und inspiriertes Design von William Mitchell, eines der Besten in seinem Portfolio. Es trug wesentlich zu seiner Karriere bei, und als Earl 1958 in den Ruhestand trat, wurde er GM's Chef-Stylist.

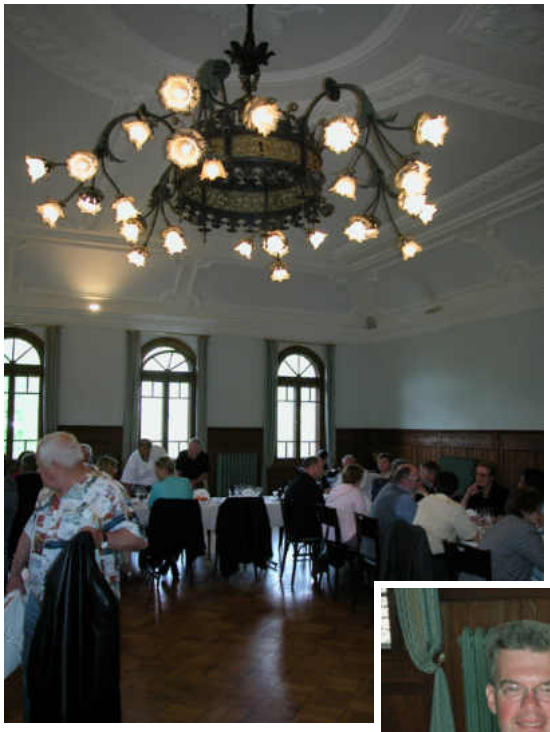
1. Ausfahrt nach Dürrenroth, 22.Mai 2005

Beim Treffpunkt im Restaurant 'Zur Spanischen' in Härkingen sah das Wetter nicht gerade vielversprechend aus.

Umso mehr genossen wir den Zmorge mit den obligatorischen Gipfeli zum Kaffee.

Trotz mässigen Wetteraussichten ergab sich doch ein ansehnlicher Cadillac-Konvoi, der sich durchs Aaretal in Bewegung setzte.

Zum Apero vor dem Restaurant Bären in Dürrenroth zeigte sich dann aber die Sonne



Im prächtigen Saal des behäbigen Hauses hatten wir bestens Platz

Das Zentrum von Dürrenroth im Panorama

2. Ausfahrt nach Konstanz, 26.Juni 2005

Bei schönstem Wetter trafen wir uns auf der Terrasse des Schlosses Laufen, wo wir bei einem gemütlichen Schwatz den Sonntagmorgen-Kaffee genossen.

Einige ergriffen auch die Gelegenheit, dem Rheinfall wieder einmal einen Besuch abzustatten

Dann machten wir uns entlang dem Rhein und dem Bodensee auf den Weg nach Konstanz

Die Fahrt ging durch schöne Landschaften und herausgeputzte Dörfer

Und schliesslich fuhren wir im Hotel Steigenberger in Konstanz vor, wo sich schnell ein grosses Cadillac-Gedränge auf dem Parkplatz bildete.

Am Ende fanden alle einen Platz, und wir schritten zum kühlen Apéro

Die Aussicht von der Terrasse ist grossartig.

Nach dem Apéro versammelten wir uns im ehemaligen Kirchenschiff des Klosters, wo uns unser Präsident begrüsste und uns die Tänzerin Christine Karo vorstellte.

Frau Karo erfreute uns mit einer fulminanten Tanzshow von amerikanischem und irischem Steptanz. Die statische Fotografie kann die enorme Virtuosität ihrer Präsentation leider nicht darstellen, man muss es einfach gesehen und erlebt haben!

Danach schritten wir durch den mit Fresken geschmückten ehemaligen Kreuzgang zum Mittagessen im Seerestaurant

Als krönenden Abschluss des schönen Tages gab es noch eine kleine Bodensee-Rundfahrt, und danach liessen wir den Nachmittag bei einem kühlen Drink auf der Seeterrasse ausklingen .

Ein Fiat Punto und ein Ferrari Testarossa stehen vor einer roten Ampel. Lästert der Ferrari-Pilot: "Na, führst Du Deinen Blecheimer Gassi? Mein Renner hat 600 PS, mit wievielen kannst denn du aufwarten!". Der Mann im Fiat bleibt ungerührt. Es wird grün und der Ferrari zieht ab wie ein Geschoss. Nach fast drei Kilometern erreicht der Fiat eine scharfe Rechtskurve. Deutlich sichtbar ist die Leitplanke durchbrochen und der Ferrari steckt mit der Front in einem Teich. Genüsslich kurbelt der Punto-Fahrer die Scheibe herunter und ruft nach unten: "Na, geben Sie Ihren Pferdchen jetzt zu saufen?"

Manta-Fahrer will seinen Manta verkaufen. Das Problem ist nur, daß er schon 140.000 km drauf hat. Fragt er einen Kumpel, was er machen soll. "Nimm die Bohrmaschine und dreh' den Tacho 'runter, ist zwar illegal, aber macht ja nix." Eine Woche später treffen die beiden sich wieder.
"Und? Hast' Dein'n Manta verkauft?". Darauf der andere: "Bin ich denn blöd? Ich verkauf' doch kein'n Manta mit nur 20.000 km drauf!"

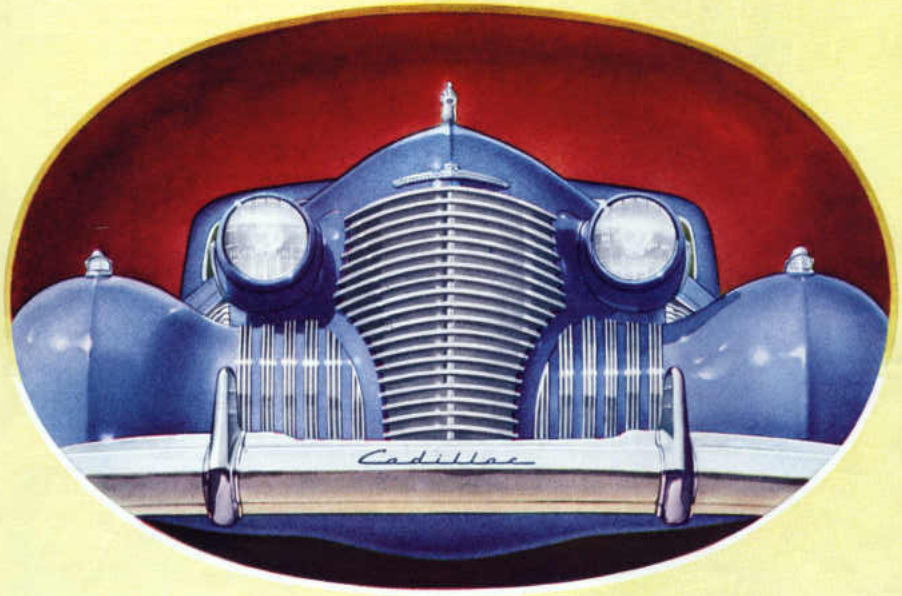
GARAGE & CARROSSERIE
Romeo Camenzind 8902 Urdorf
01 734 67 77

An- und Verkauf
von Oldtimern und
exklusiven Fahrzeugen

Abschlepp- und Pannendienst
Ihr Spezialist für MFK-Kontrollen

Romeo Camenzind
Heinrich-Stutz-Strasse 23 . 8902 Urdorf
Telefon 01 734 67 77 . Fax 01 734 67 79
Natel 079 414 8980
Romeo.Camenzind@bluewin.ch

Again-Cadillac Leads The Way To Progress !



TWO NEW *La Salles*

TODAY, THE SHOWROOM of your Cadillac-LaSalle dealer is virtually an entire automobile show in itself. There you will see—summed up in seven superb, new motor cars—everything that's fine in motoring, and *everything that's new for 1940*. You'll see two new LaSalles—one entirely new—*larger, more powerful, more economical*, and unapproached for beauty. You'll see a new Cadillac—one of the finest cars Cadillac has ever built, yet the *lowest-priced* Cadillac for 1940. You'll see four new Cadillac-Fleetwoods—including the Sixty Special and a completely *new, lower-priced Fleetwood*—which represent the highest point yet reached in luxury, comfort, and performance. You'll see, in short, the leader in every price-group above a thousand dollars, because *these seven new cars give Cadillac complete dominance of the quality field*. That is an all too brief picture of the Cadillac presentation for 1940. It merely suggests the tremendous progress these cars represent. It leaves out any discussion of the new ride, the new ease of control, and the mighty new Cadillac V-8 engines which power them all. It does so deliberately, for only a look and a ride can demonstrate the greatness of these cars. Why not make a personal investigation—today?

FIVE NEW *Cadillacs*

THE NEW LASALLE SPECIAL

Now there are two LaSalles—the Fifty series in five body styles . . . the completely new Special series in two—both series styled and powered by Cadillac to lead the medium-price field in luxury, performance, comfort and economy.

THE NEW CADILLAC SIXTY-TWO

Cadillac has combined a great new chassis with an entirely new type of body to make the newest car in the world and the lowest-priced Cadillac for 1940—available either in the sedan body illustrated or a four-passenger coupe.

THE NEW CADILLAC-FLEETWOOD SIXTY SPECIAL

A brilliantly restyled exterior, a greatly enriched interior, and a wealth of engineering advancements again place "the most imitated car in America" far beyond competition in its field for distinction, luxury, and all-around performance.

THE NEW CADILLAC-FLEETWOOD SEVENTY-TWO

This smart, lower-priced addition to the Fleetwood line is *completely* new. With its companion cars—the sumptuous new Seventy-Five and the regal V-16—it provides, in every way, the very peak of luxurious personal transportation.