


# Des chevaux aux chevaux-vapeur

## L'automobile exposée à la Maison de l'Histoire à Bonn

Marie Baumgartner\*

» L'actuelle exposition temporaire, présentée jusqu'au 21 janvier 2018 à la Maison de l'Histoire de l'Allemagne fédérale à Bonn, confirme un préjugé bien établi quant à la fascination qu'exerce l'automobile sur les Allemands.



**Geliebt**

**Gebraucht**

**Gehasst**

**Die Deutschen und ihre Autos**

**Faszination Automobil**

Kaum ein zweites Massenprodukt strahlt eine Faszination aus wie das Automobil, über kaum ein anderes wird zugleich so gestritten. Eine Ausstellung im Bonner Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland beschreibt die soziale und kulturelle Bedeutung des Automobils im Auto-Land Deutschland vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und politischer Rahmenbedingungen. Red.

L'exposition présente également les évolutions dues à l'émancipation, la proportion de femmes au volant ne cesse de croître et l'image de mannequins peu vêtus allongés sur le capot de belles voitures disparaît de plus en plus de la publicité.

Tous ne partagent pas cet engouement : les Verts par exemple avaient

Rien n'y fait : malgré la pollution, les bouchons sur les autoroutes et les embouteillages dans les centres-villes, l'automobiliste allemand adore sa voiture, qui constitue par ailleurs un facteur économique de choix avec des centaines de milliers d'emplois. L'exposition montre et démontre aussi l'importance sociale et culturelle de l'automobile au quotidien. Symbole d'individualité et d'indépendance depuis ses débuts, la voiture sert aussi bien pour se déplacer vers les lieux de travail que pour des excursions dominicales en famille ou des voyages de vacances. La publicité, les succès de la musique pop, le cinéma – tous promettent la liberté et l'aventure, dès qu'il est question de l'auto et le slogan de l'automobile-club ADAC des années 1970, exigeant une « route libre pour des citoyens libres » (*Freie Fahrt für freie Bürger*) est toujours d'actualité, dès qu'une autorité quelconque tente d'imposer une limitation de vitesse sur les autoroutes.

en 1983, après leur première entrée comme députés au *Bundestag*, attiré l'attention des électeurs sur ce symbole de pouvoir politique (et de pollution de l'environnement) en favorisant la bicyclette pour leurs déplacements – c'était à Bonn, mais depuis que Berlin a retrouvé son statut de capitale et que la sécurité des hommes politiques est devenue primordiale, la bonne résolution des écologistes de jadis a vite été oubliée (quelques exceptions confirmant bien sûr la règle).

L'Allemagne n'a pas toujours été la nation automobile qu'elle est aujourd'hui : les pionniers allemands avaient certes mis au point les premiers moteurs à la fin du 19<sup>e</sup> siècle, mais les chevaux-vapeur ont eu quelque difficulté à s'imposer face aux chevaux, qui sont restés longtemps le moyen de transport le plus important. Guillaume II, empereur d'Allemagne et roi de Prusse, avait voulu jouer les prophètes en réaffirmant sa confiance dans le cheval et en estimant que « l'automobile est

\* Marie Baumgartner est journaliste.

un phénomène passager ». Les chiffres pouvaient lui donner raison : en 1914, il n'y avait que 55 000 automobiles sur les routes d'Allemagne, mais 4 millions de chevaux. La nation la plus ambitieuse dans ce domaine à l'époque, avec 100 000 véhicules, était la France, qui avait donné le mot carrosse au vocabulaire allemand (un r en moins) pour désigner les superbes voitures (« *Staatskarossen* ») utilisées par les dirigeants. Ces carrosses de l'Etat, puissants et luxueux, ne protégeaient pas pour autant ceux qui les utilisaient – l'assassinat par un nationaliste serbe du couple princier d'Autriche-Hongrie, Franz-Ferdinand et Sophie, à Sarajevo le 28 juin 1914, est peut-être la première illustration d'une telle voiture au centre d'un événement historique de portée internationale. D'autres véhicules sont indissociables de l'actualité, depuis l'*Alfa Romeo 6C 2300 Pescara Spyder Cabrio* du dictateur italien Benito Mussolini jusqu'à la *Mercedes*, modèle 770 K, de Hitler (la première voiture blindée utilisée par un dirigeant politique).

Même au lendemain de la Première Guerre mondiale, la percée de l'automobile est restée modeste en terre allemande, la moto et surtout la moped (« *Moped* ») ayant la préférence des usagers, ne serait-ce que pour des raisons financières. La politique a participé à l'engouement progressif : Hitler, qui n'a pourtant jamais passé son permis de conduire (la blague de l'époque en allemand, « *Der Führer hat keinen Führerschein* », pouvait être comprise à double sens), se déplaçait bien avant 1933 dans des *Mercedes* de luxe, il favorisera non seulement la construction des premières autoroutes (pour une meilleure avancée des chars en fait) et la production massive de « voitures du peuple » (traduction littérale de *Volkswagen*) qui en raison de leur prix séduiront tant les usagers que la *vox populi* parlera bien vite de « *Erfolgswagen* » (voiture à succès). La Seconde Guerre mondiale a mis fin provisoirement à l'évolution.

Source de nombreuses blagues, surtout sur les femmes au volant, la voiture a inspiré également quelques écrivains. Dans son remarquable catalogue d'exposition richement illustré, les organisateurs de la Maison de l'Histoire citent par exemple Kurt Tucholsky (1890-1935) qui disait en 1929 : « *L'Allemand ne conduit pas comme les autres êtres*

*humains. Il conduit pour avoir raison* ». Depuis, la description de la « priorité incorporée » sur la *Mercedes* qui ne sait rouler que sur la file de gauche des autoroutes a fait florès.



### Une lente progression

Une *Volkswagen* coûtait en 1950, dans sa version d'exportation, 5 450 deutschemarks – la même année le salaire d'un ouvrier de l'industrie était d'environ 265 marks par mois. Sept ans plus tard, alors que l'auto recommençait certes à s'imposer avec une production annuelle de plus d'un million de véhicules, la moto restait néanmoins en tête des ventes. Mais la dynamique était nettement perceptible, tout spécialement avec la millionième *Coccinelle (Käfer)* sortie des chaînes en 1955 : « dénazifiée » par le gouvernement militaire britannique en 1945, la célèbre voiture, héroïne en 1968 d'un film de Walt Disney (*Ein toller Käfer*, traduit en français par *Un amour de Coccinelle*), est vite devenue un symbole de la paix retrouvée et surtout le symbole du miracle économique allemand : 2,1 millions de voitures ont été fabriquées en 1962 par les constructeurs allemands, 3,3 millions en 1969 et 4 millions en 1985, époque où un

certain scepticisme a commencé à se développer, même si l'automobile est restée pendant trois générations l'enfant chéri de la famille qui pouvait ainsi se déplacer pour découvrir la Bavière, l'Autriche, la Suisse, la Mer Baltique, puis les côtes de l'Adriatique, la Yougoslavie et l'Espagne (sans oublier le phénomène en Allemagne de l'Est, beaucoup plus modeste, où les familles qui pouvaient se payer un véhicule après de longues années d'attente, acceptaient d'être engoncées dans leurs petites *Trabant* pour découvrir les autres pays socialistes). La dernière *Coccinelle* produite dans les usines de Wolfsburg est sortie en 1974 ; quatre ans plus tard, la production s'arrêtait également à Emden et c'est à Bruxelles en 1980 que le tout dernier *Käfer* fabriqué en Europe a laissé la place à une toute nouvelle génération, laissant l'usine de Puebla au Mexique produire les derniers exemplaires jusqu'en 2003. Bilan global : plus de 21,5 millions de *Coccinelles*, y compris les célèbres taxis verts de Mexico sans siège avant droit pour permettre à deux passagers de s'asseoir derrière le chauffeur.

La *Trabant (Trabi)* a connu elle aussi son heure de gloire en RDA. « Née » au lendemain du soulèvement du 17 juin 1953 contre le régime communiste, la petite voiture a été conçue pour calmer les esprits, donc comme voiture du peuple (sans en porter bien sûr le nom *Volkswagen* déjà pris à l'Ouest) et avant tout comme voiture des travailleurs : bon marché, robuste, capable de rouler pendant dix à douze ans – en fait, 80 % seront encore sur les routes 16 ans après leur première immatriculation. Son prix (7850 marks-est, fixé en 1957, ne sera modifié qu'en 1986). Dans les années 1980, un Allemand sur trois en RFA possédait une voiture, le rapport était de un sur dix en RDA, où il fallait parfois attendre jusqu'à 15 années pour acquérir un véhicule, dont le confort était sans rapport aucun avec les voitures construites à l'Ouest. Vers 1985, la *Trabi* faisait l'objet de seulement 200 000 nouvelles immatriculations chaque année. A ce rythme, il aurait fallu un quart de siècle pour renouveler le parc automobile est-allemand... La réunification a changé la donne : la dernière de 3 millions de *Trabant* (en 33 ans) a été fournie le 30 avril 1991 pour son ultime voyage, des usines de Zwickau au musée. On estime qu'au-

jourd'hui 20 000 *Trabant* circulent encore dans le pays, il y en avait 2,2 millions dans les derniers jours de la RDA en 1990. Et 250 clubs de par le monde entretiennent encore le culte de cette voiture peu banale.

## Prestige et politique

Objet de nombreux rêves, mais aussi de toutes les convoitises, l'automobile est rapidement devenue un cadeau de choix : pour son 75<sup>e</sup> anniversaire, Wilhelm Pieck, premier chef d'Etat de RDA (le seul d'ailleurs à avoir porté le titre de président de la République), a reçu de la part de Joseph Staline en 1951 un cabriolet à sept places ; en 1973, le chancelier Willy Brandt offrait à Leonid Brejnev une *Mercedes Pagode 450 SLC*. Konrad Adenauer pour sa part roulait dans une *Mercedes* de plus de cinq mètres de long (exposée à Bonn) conçue pour les grands événements comme la visite de la reine d'Angleterre. Plus « discrètement », il utilisait une *Mercedes 300*, qu'il avait même fait envoyer par train spécial à Moscou en 1955 pour ses négociations diplomatiques avec l'Union soviétique. Erich Honecker, à Berlin-Est, disposait d'une limousine fabriquée spécialement pour le numéro un est-allemand en coopération avec le constructeur français *Citroën*. En Allemagne fédérale, les voitures officielles ont toujours traduit une volonté de patriotisme régional, les hommes politiques bavarois favorisant BMW ou *Audi*, ceux de Bade-Wurtemberg *Daimler*, ceux de Rhénanie du Nord/Westphalie et de Hesse pendant longtemps *Opel* et ceux de Basse-Saxe *Volkswagen/Audi*. Au début, le gouvernement de Bonn roulait en *Mercedes*, le chancelier Gerhard Schröder, ancien ministre-président de Basse-Saxe, préférait quant à lui *Volkswagen*, implanté dans « son » *Land*. Aujourd'hui, les ministres de Berlin s'équipent auprès de tous les constructeurs allemands et veillent avant tout à ce que leurs véhicules de service soient conformes aux normes édictées pour lutter contre la pollution. Un seul point commun – les exceptions confirmant la règle : les voitures officielles sont généralement de couleur noire. Plus prosaïquement, selon une enquête très officielle, les couleurs préférées des citoyens lambda pour leur voiture en 2016 sont, dans l'ordre, le gris (avec

près de 30 %), le noir et le blanc. Le bleu et le rouge (un peu plus de 10 %) séduisent plus les femmes que les hommes. Le vert, le jaune et l'orange ne sont appréciés que par une minorité d'automobilistes, hommes et femmes.

L'exaspération des défenseurs de la nature pendant les « années vertes » a mis les quatre-roues au cœur d'une vaste critique sur le bruit, la pollution, la destruction des paysages, l'augmentation des budgets alloués à la construction de routes et le nombre de victimes de la circulation. Des initiatives de citoyens sont apparues pour se révolter contre la construction de voies rapides, exiger des limitations de vitesse, demander des murs antibruit, instaurer des zones piétonnes et encourager l'usage de la bicyclette. La tendance avait été prise au sérieux : le magazine *Der Spiegel* n'avait pas hésité dès 1971 à titrer, juste avant les vacances d'été : « *Décès en masse sur les routes allemandes* » ; le quotidien *taz* était même allé plus loin en affirmant : « *Les automobilistes sont des criminels* ».



## Stéréotypes

L'automobile sert aussi l'identification nationale : elle reflète des stéréotypes qui se résument souvent à la bonne réputation du « *made in Germany* », au même titre que la 2CV reste en Allemagne le symbole d'une certaine façon de vivre « à la française ». Une statistique révèle que 33 % des Allemands lavent leur voiture une fois par mois, 14 % une fois par semaine et 16 % tous les quinze jours. On ne connaît pas d'étude équivalente en France... Mais c'est un objet original, présenté également à l'exposition de Bonn, qui se veut « typiquement allemand » : un petit chien, qui posé jadis sur la plage arrière des véhicules dodinait de la tête à la moindre secousse (voir la photo ci-contre). Créé en 1965 par l'entreprise familiale *Rakso* en Thuringe, spécialisée en figurines de plastique comme les nains de jardin, le chiot (*Wackeldackel*), pour

lequel les Français n'ont trouvé que le mot anglais *bobblehead* comme traduction, a connu une brève renaissance pendant les années 1990 à la suite d'une campagne publicitaire lancée par une station-service : 500 000 exemplaires ont été vendus en huit mois. Depuis, le tickel a été copié – signe de son succès – et remplacé par de petits personnages plus ou moins originaux (des danseurs haïtiens, des chanteurs de rock comme Elvis Presley et même le chancelier Gerhard Schröder) qui se tortillent à l'arrière des voitures. D'autres accessoires ont eu également leur heure de gloire dans les années 1950 et 1960, comme ces petits vases de fleurs installés entre la boîte à gants et le tableau de bord (pas seulement pour des fleurs en plastique) ou encore ce chapeau bigarré en tricot, recouvrant un rouleau de papier hygiénique, camouflé ainsi sur la plage arrière. Beaucoup de ces gadgets ont disparu aujourd'hui, tout comme la queue de renard, accrochée à l'antenne des *Opel Manta*, rendues célèbres en 1991 par le film-culte *Manta, Manta*, vu par 1,2 million de spectateurs, puis par 11,5 millions de téléspectateurs. La préférence des automobilistes va désormais à un équipement stéréo pour écouter la radio ou des CD pendant les embouteillages. Etape suivante : les GPS avec la voix de célébrités pour indiquer la route à suivre.

Une caricature de Wolfgang Sperzel résume à sa façon le caractère supposé inné de l'amour des Allemands pour leur voiture : on y voit des bébés d'Afrique, du Pôle Nord, de Chine, d'Angleterre et de France prononcer leur tout premier mot (maman) ... tout sourire, le bambin allemand dit simplement : « *Auto* ».

*Geliebt – gebraucht –  
gehasst.  
Die Deutschen  
und ihre Autos*  
Haus der Geschichte  
der Bundesrepublik  
Deutschland  
Willy-Brandt-Allee 14  
53113 Bonn  
[www.hdg.de](http://www.hdg.de)  
Jusqu'au 21 janvier 2018 (tous les jours,  
sauf le lundi)

