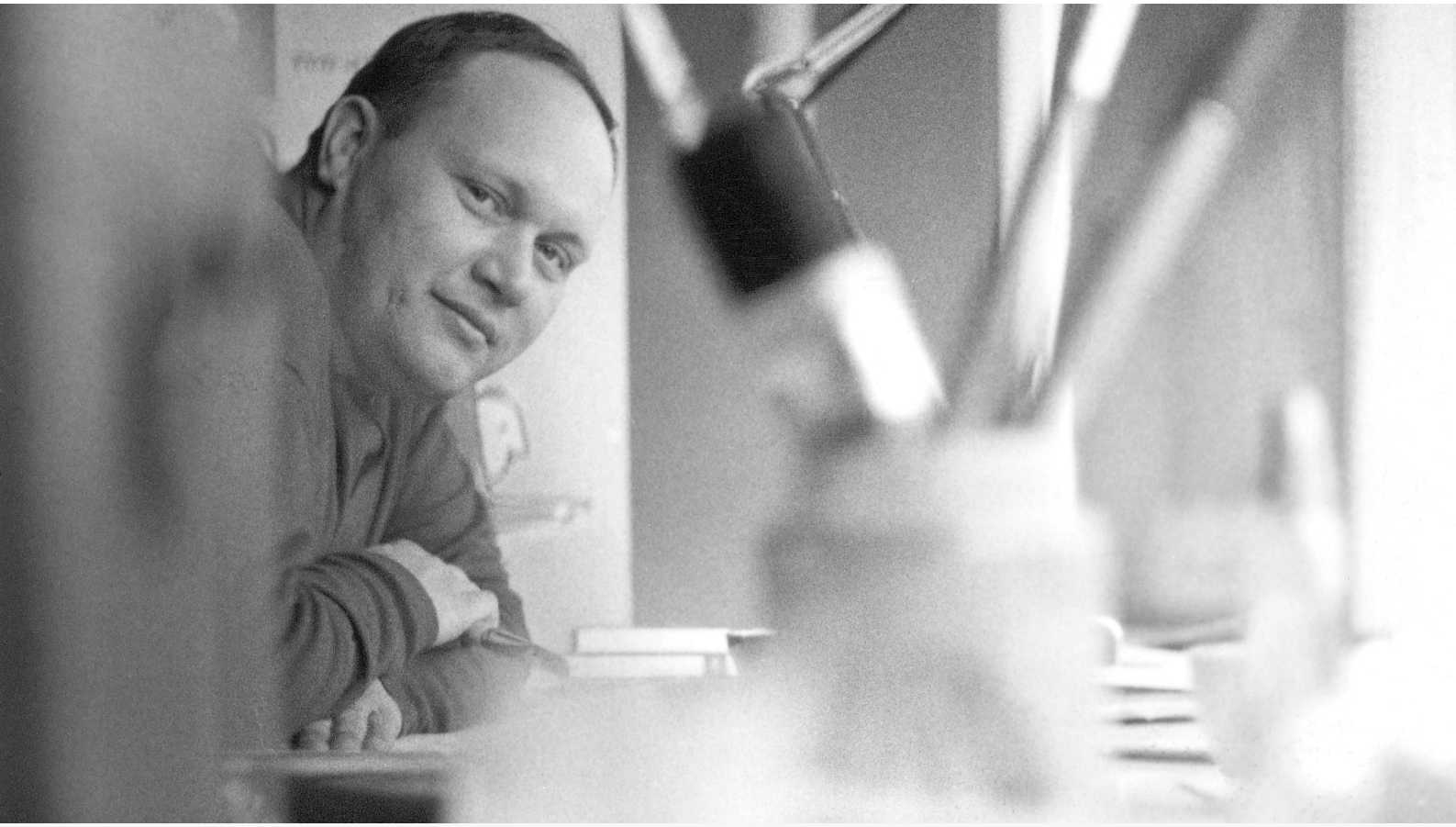


# Die Kunst der Geschwindigkeit

*Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.*

23/07/2018 Jedes Exemplar eine kreative Gebrauchsgrafik: die Rennplakate von Erich Strenger.

Bergmeisterschaften, Langstreckenrennen, Formel 1, Spa, Daytona, Sebring und immer wieder Le Mans – egal in welcher Serie, egal auf welcher Strecke – Porsche-Rennsiege waren Erich Strengers Arbeitsgrundlage. Als freier Grafiker gestaltete er ab 1951 Verkaufskataloge, Betriebsanleitungen, Werbeanzeigen und etliche Druckerzeugnisse für den Sportwagenhersteller. Doch sein Steckenpferd waren die Rennplakate, die er von 1951 bis 1987 für Porsche umsetzte. Großflächig, bunt und mit modernen typografischen Elementen brachte er die Glanzmomente des Porsche-Motorsports auf Papier.

## Die Rennplakate tragen die Porsche-Siege in die Welt

In den Anfangszeiten der jungen Firma waren es vor allem die Erfolge im Rennsport, die zum Aufbau des

Markenimages beitrugen. Sportlichkeit, Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit: Für diese Werte sollte Porsche in der Welt bekannt werden. Da weder Fernseher flächendeckend verfügbar waren, noch Porsche viel Geld für Reklame ausgeben konnte, nutzte die junge Firma die Werbewirkung der Motorsporterfolge.

Nach jedem wichtigen Sieg gab der zuständige Rennsportleiter einen Entwurf in Auftrag. Die Plakate wurden in Porsche-Verkaufsräumen und Werkstätten gezeigt, zierten bald Wände in Jugendzimmern und avancierten im Laufe der Zeit zu begehrten Sammlerstücken.

Gemäß dem Motto „Win on Sunday, sell on Monday" mussten die Rennplakate oft unter enormen Zeitdruck fertiggestellt werden. Sonntag war Renntag, am Montag sollten die Plakate druckfrisch ausgeliefert werden. Gute Vorbereitung war in vordigitalen Zeiten entscheidend.

Erich Strenger fertigte die Grafiken oft schon vor Ende des Rennens so weit wie möglich an, stimmte den Entwurf mit Porsche ab, und musste dann, sobald das Ergebnis vorlag, Sieger und dessen Rennwagen ergänzen. Lag noch keine Aufnahme des Siegerautos vor, hatte der zuständige Fotograf eine lange Nacht vor sich. Bis zum Morgen mussten die Dias zur Sichtung fertig entwickelt sein, sodass die Werber ein starkes Motiv für das neue Plakat auswählen konnten.

## Unerschöpfliche Kreativität: Ein neues Plakat für jeden Sieg

Strenger gestaltete fast jeden Sieg neu. Einige der Motive fanden auch mehrfach Verwendung, zum Beispiel ein frühes Plakat von 1951. Unter der Überschrift „Porsche verkündet neue Siege" würdigt es den Le Mans-Klassensieg ebenso wie verschiedene Rennsiege in den USA und Marokko.

Von Beginn an verfolgte Strenger seinen unverwechselbaren, sehr modernen Stil, geprägt von einer zeitlosen Bildsprache. Oft ließ er Länderfarben und Flaggen in seine Plakate einfließen, arbeitete viel mit Formen, Farben und Zeichen, fand immer neue Wege, auch über die Typografie Botschaften zu transportieren. Strenger zeichnete seine Motive auch mal selbst oder zog los, um neue Porsche-Modelle mit seiner Kamera abzulichten.

Ein beträchtliches Lebenswerk entstand aus Strengers unerschöpflicher Kreativität, seinem gewissenhaften Handwerk und seiner Liebe zum Automobil. Das Bild von Porsche in der Welt hat er dadurch nachhaltig geprägt. So war er auch an der Entwicklung des zeitlosen Porsche-Schriftzugs beteiligt, der bis heute im Corporate Design der Firma zu finden ist.

Zusammen mit dem Rennfahrer und Autojournalist Richard von Frankenberg, der Anfang der 1950er-Jahre die Öffentlichkeitsarbeit bei Porsche unter der Leitung von Huschke von Hanstein auszubauen begann, entwickelte und betreute Strenger als grafischer Leiter auch das Kundenmagazin „Christophorus". Er war ein Experte des Corporate Publishing, auch wenn der Ausdruck damals noch gar nicht existierte.

## Die Liebe zu Porsche prägte sein Werk

Erich Strenger hatte die Marke, ihre Werte und Botschaften nicht nur verinnerlicht, sondern auch gelebt. Schon 1951 kaufte er sich seinen ersten Porsche, einen roten 356. Die enge Verbindung ließ die Zusammenarbeit zwischen Porsche und Strenger über drei Jahrzehnte lang währen. Anlässlich des 30. Jubiläums von Strenger bemerkte der damalige Vertriebsvorstand Lars R. Schmidt in seiner Laudatio: „Einer der Haupthürden der Zusammenarbeit mit einem Grafiker oder einer Agentur, nämlich zu erklären, was uns bewegt und was wir wollen – Briefing auf Neudeutsch – , entfiel durch die gemeinsame Liebe zum Produkt."

### Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/historie/porsche-historie-rennplakate-erich-strenger-grafiker-lebenswerk-motorsport-sieg-grafik-kreativitaet-911-magazin-15874.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/ca82ff65-3d32-4532-803f-54ead7cf9f61.zip

Externe Links
http://www.911-magazine.com/de/

**Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft**
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart