

Freie Fahrt für freie Bürger? Zur Kritik der KFZ-Kultur

Armanski, Gerhard

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Armanski, G. (1986). Freie Fahrt für freie Bürger? Zur Kritik der KFZ-Kultur. *Psychologie und Gesellschaftskritik*, 10(1), 7-20. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-208682>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

FREIE FAHRT FÜR FREIE BÜRGER? ZUR KRITIK DER KFZ-KULTUR

GERHARD ARMANSKI

Kein Gegenstand prägt diese Zivilisation so wie das Auto. Es begleitet den Bürger von der Wiege bis zur Bahre und drückt seine Lebensweise so selbstverständlich aus, daß schon die Kinder seine verschiedenen Namen wissen. Es verspricht, unabhängig zu machen, bequem und praktisch zu sein - und gewährt das auch. Zu keiner Zeit haben sich so viele Individuen so unabhängig, frei und schnell bewegen können, die Erreichung ihrer Zwecke beschleunigt. Was diese sind oder sein wollen, geht hinter dem Faktum der raumschlingenden Fahrt per se verloren. Die Autofahrer, erfüllt von Gefühlen der Erleichterung und Freiheit, sind als einzelne gleichgültig gegen die gesellschaftlichen Folgen ihres Tuns - auch wenn diese ihnen immer unangenehmer entgegentreten. Sie hängen dem Traum von den 'freundlichen Weiten', die sie mit dem Auto erobern wollen, nach. Die mannigfache Lust am Auto wird immer mehr von der Last mit ihm durchsetzt, entgleiste und entfremdete Kraft, sich entfernend von den Menschen und ihren Hoffnungen bis zur Feindlichkeit. Das allgemeine Faktum Auto schafft seine eigenen Voraussetzungen, jeder Blick auf Autobahn- oder Werkstattlandschaft beweist es. Es sind die Erleichterungen unter den bestehenden Bedingungen, die es ermöglichen, sowie die Freude an ihm, welche in unruhiger Gemeinsamkeit mit den Profiten, die es verheißt, das Phänomen Automobil noch immer nähren.

Die Kfz-Kultur ist so platt wie wahr. Schon mit dem Namen 'Kfz' (= Kraftfahrzeug), der ja bekanntlich militärischer Herkunft ist, verrät sie ein Stück ihres Charakters, zumindest in Deutschland. Wer die liebevolle Sorge und Pflege, das aufgeregte Getue und die mannigfache Erwähnung betrachtet, die den glänzenden Blechkisten geweiht sind, kommt unweigerlich zu dem Schluß, er habe einen zentralen kulturellen Fetisch vor sich. Als solcher repräsentiert und verkörpert das Kfz das gesellschaftliche Weltverständnis wie kein anderes Ding. Wie ein solcher umgreift es die Person, sitzt in den Poren der Alltagshaut und in den Adern des Unbewußten. Das Kfz hat die mehrtausendjährige Existenz des Pferdes als Reit- und Lasttier, Lust- und Literaturobjekt abgelöst. Der Umbruch fand um

die Jahrhundertwende statt; die Zeitgenossen berichteten fasziniert und schauernd davon.

Zu Beginn der Kfz-Kultur galt das Auto als Mittel von Prestige und Muße. Da ließ sich noch von einer "empfindsamen Reise im Automobil" reden. Autositze und Autoradio boten, vor allem in den USA, einen fahrbaren Liebesraum, zeitweise Lustlager als Ersatz für eine aus dem Alltagsleben immer mehr verdrängte Sinnlichkeit. Gewöhnung und Massenhaftigkeit liefen jedoch aus dem Nachfolger der Kutsche (vgl. spanisch coche = Auto) ein Alltagsvehikel werden. Über Glanz verfügt es noch immer, wie jede IAA zeigt, wie sich aus Schlagern hören läßt, roadside prostitution oder das Roulette der Anhalterinnen: autostoppiste in calore. Hier wird deutlich, was das Kfz auch und immer mehr ist: Phantasie und Praxis der Gewalt. In Autoknäulen, Betonmassen und Vorschriften ist die vermeintliche Freiheit längst in ihr Gegenteil umgeschlagen.

Die gesellschaftlich herrschende Form der Technik hat den Menschen zum Anhängsel der Maschinerie gemacht. Gleichermassen entfremdet das Kfz seine Betreiber von den anderen 'Verkehrsteilnehmern', überflutet die Wohnräume der Menschen. Power im Kasten, lärmende Musik, Verkehrsfunk statten die Abstraktion des einsamen Autofahrers in seiner Isozelle aus. Die entfremdete Kfz-Gesellschaft hat sich in ihrem Verkehr ein tief eingegrabenes Mittel der Einübung in ihre Sitten geschaffen: Fairness, Disziplin, Macht und Wut im allgemeinen catch-as-catch-can, das so unabänderlich erscheint wie das Wetter oder die Lohnarbeit, wo man mal draufhauen, aber nicht aussteigen kann.

Die Gesellschaft läßt sich ihren Lieblingsfetisch viel kosten. Ungeheure Massen lebendiger und toter Arbeit fließen in Herstellung, Bewegung, Reparatur, Verwaltung und Beseitigung der Blechkarossen. Das Kfz ist ein Kriegsmittel, mit dem jährlich allein in Deutschland (West) Zehntausend erschlagen und Hunderttausende verstümmelt werden. Vor allem die weniger toughen und alerten Gesellschaftsmitglieder, Kinder und Alte, trifft es. Der Moloch verschlingt täglich 13 ha Land und stößt tonnenweise Gift in die Atemluft. Aber die Kfz-Industrie ist optimistisch. Noch weitere zehn Millionen Autos könne Bundesdeutschland schon vertragen. Und das mit der Umweltverschmutzung sei doch übertrieben. Autoindustrie ist Kernindustrie, materiell und ideologisch. Investiert wird in die Teufelsgefährte auf Teufel kommt raus, obwohl jeder weiß, daß damit gigantische Überkapazitäten aufgebaut werden, obwohl die Produktkritik am Kfz inner- und außerhalb der Industrie anschwillt.



Ri-ra-rutsch,
wir fahren mit der Kutsch'.
Die Kutsche hat ein Loch,
wir fahren aber doch.

(Kinderreim)

Die Geschichte kennt keine Gesellschaftsformation, die sich solch eine brutale und mörderische 'Verkehrsform' leistet. Das bürgerliche Versprechen auf Freiheit und Glück hat sich dicke eingetrübt, nicht nur im Kfz-Wesen. Nach dem Rausch regen sich Ernüchterung und Kritik. Viele Vorschläge werden gemacht, um die Autoflut einzudämmen und zu 'humanisieren' bzw. umweltfreundlich zu machen, Kampagnen finden statt. Individueller Verzicht wird geprobt und propagiert - ebenso rührend wie sinnlos angesichts der schweren Masse fixen Kapitals, die alltäglich in Gestalt der Brummis über die Straßen der Republik dröhnt. Dennoch liegt darin und in der wachsenden Produktkritik eine vielversprechende Hoffnung. Objektiv ist die Götterdämmerung des Kfz längst erreicht. Subjektiv braucht es noch einiges Umdenken. Die Praxis der Umwälzung der entfremdeten Verkehrsformen hat jedoch begonnen - wird aus dem Kfz-Frosch ein Automobilprinz, ein Schrotthaufen oder ein Museumsgegenstand? So hart der Schatten des Autos auch wird, in ihm fährt sich anscheinend noch immer gut genug. Zu einschneidend wird der Verzicht auf das gewohnte Nutz- und Liebesobjekt empfunden. Während die Autodämmerung hereinbricht, tun fast alle so, als bräuchte man nur ein paar Fackeln aufzustecken: Tempolimit, Katalysator, verkehrsberuhigte Zonen - und selbst die haben es schwer. Derart tief ist das Auto in unser Kulturmodell eingewoben, daß es ganz selbstverständlich und gar nicht heraustrennbar erscheint - und es vielleicht auch

nicht ist. Es wird sich an unserer Produktions- und Lebensweise einiges ändern müssen, ehe die Abschaffung oder auch nur Drosselung des Autoverkehrs am Horizont erscheint. Die sozialen und psychischen Strukturen sind tief von ihm eingefärbt und rechtfertigen stets aufs neue den Gebrauch des Autos, das sie doch erst (mit-)geschaffen hat. Auch in linken und alternativen Kreisen bleibt man ambivalent, das Anti-AKW-Wapperl am Volvo ist hier ebenso beredt wie das große Schweigen zum Thema Auto.

In diesem Jahr feiert das Auto seinen hundertsten Geburtstag, mit Pauken und Trompeten und Lobreden. Da können und müssen andere Zeichen gesetzt werden, wenn auch nur kleine, soll denn unsere Welt eine von Kindern, Fußgängern und Tieren weiterhin betretbare bleiben.

Das Auto allüberall

Wie weiland der Schulbuechrömer das Forum, betritt heutzutage der Autobürger des Morgens mit seinem rollenden Gefährt die öffentliche Bühne und verläßt sie abends wieder mit ihm - jeder für sich, alle mit allen, alle gegen alle. Das Auto ist allgemeiner Nutz- und Lustgegenstand, alltags wie sonntags, Objekt der Leistung, der Sorge und der Phantasie. Es gibt kaum mehr irgendeine Lebensverrichtung, die nicht mit dem Auto verknüpft wäre. Die Erwachsenen hoffen, mit ihm schnell und bequem ans Ziel zu kommen; die Sehnsucht der Heranwachsenden kreist ums Auto als Größensymbol und Aufbruchshikel; die Kleinen - Autobürger von morgen - erleben im Spielzeuggladen, auf dem Jahrmarkt, auf der Straße und in der Familie die Lockungen und Gefahren der Autogesellschaft.

Zum normalen Hausstand gehört neben Häuschen, Partner, anderthalb Kindern allemal das Automobil. Man fährt mit ihm zur Arbeit, kutschiert ins Freie und zieht in den Urlaub mit dem Automobil. Die zerrissene Stadt läßt sich nur noch per Auto zusammenfügen, die aufgespaltene Wahrnehmung in den Augen des Automobilisten 'sinnvoll' neu zusammensetzen. Entfernung, Zeit und Wohlstand - alles mißt sich am Auto. Millionen leben von Bau, Betätigung, Unterhalt und Beseitigung des Autos. Gerade mal landen Herr und Gefährt auf getrennten Friedhöfen - nicht selten aber immerhin zeitgleich.

So ist das Auto mit uns, in uns und um uns von der Wiege bis zur Bahre. Es ist beinahe so selbstverständlich geworden wie die Luft, die seine Benutzung verdient. Es hat sich in der Sprache des Sports, der Politik, selbst der Liebe breitgemacht, zerhackt Sätze und Musik. Wie Kriechstrom dringt es in die Herzen und Hirne. Die Bücher und Filme, die vom Auto als Objekt oder gar als Subjekt handeln, sind nicht mehr zu zählen. Mit Bedeutungen und Werten ist das Auto auf-

geladen wie kein anderes Pilotsymbol unserer Kultur. Der stumme und der beredte Zwang des autobeherrschten Verkehrs widerspiegelt das Glaubensbekenntnis unserer auf Erfolg und Leistung getrimmten Gesellschaft: Wer nicht mit den Wölfen heult, fällt unter sie. Eingenistet in allen Poren der Ökonomie, der Arbeit und Erholung, des kollektiven (Unter-)Bewußtseins, der Kultur und Ideologie, ist das Auto allgemeine Mobile und gängige Chiffre dieser Gesellschaft geworden; nützlich-lästig, ästhetisch, libidinös, produziert und produzierend, die sozialen und seelischen Strukturen tief einfärbend.

Das Heer auf den Straßen kennt angeblich keine Klassen mehr, sondern nur noch Autofahrer. Aber jeder Schulbub weiß doch von der Hierarchie der Autotypen und -nutzung. Das Autoglück ist jedermann verheißen, und doch haben Kinder, Alte, Kranke, Frauen von ihm vorwiegend die Kehrseite oder die Randspur. Der aktive, dynamische, männliche Kern hält das Steuer in der Hand. Vorgeblich dient das Auto 'bloß' der harmlosen individuellen Wohlfahrt; aber jeder Blick in die Zeitung bringt die allgegenwärtige Gewalt und ihre Folgen auf der Straße an den Tag. Wie jede Ware vagabundiert das Auto durch die Welt und unterliegt doch mannigfacher nationaler Prägung. Länder und Leute stehen im Licht der Autoscheinwerfer, verfügen über mehr oder weniger PS, sind mehr oder weniger autofreundlich, oder sind gar von den Segnungen der Autozivilisation nur gestreift, wie die armen Ostblockler, Neger und dgl. Zeichen gehobener und gesitteter Lebensart ist das Auto allemal.

Nutzen und Lust in der Autokultur

In der Autoware ist vieles miteinander verschmolzen: das nützliche Produkt, Glanz und Bedeutung seiner Erscheinung, sowie der lustvolle Umgang mit ihm. Weder die Physik noch die Zweckrationalität des Transports reichen als Erklärungsgrund für die Faszination, die es ausübt, hin. Im Kern des automobilistischen Projekts stehen vielmehr die jederzeitige Verfügbarkeit des Autos für private Zwecke und die vermittels seiner unbegrenzt erscheinenden Vermehrung von Zeit und Raum.

Nicht zufällig sind das auch die Achsen bürgerlicher Gesellschaft und Fortschrittlichkeit, nicht zufällig steht das Auto im Zentrum der Industriekultur. Zeit und Raum verdichten sich, werden hocheffektiv und -produktiv und haben doch stets an sich selbst nicht genug. Je größer die Eile, desto entfernter erscheint der Fluchtpunkt imaginärer Sättigung.

Vermittels des Autos werden 'tote' Flächen und Perioden aufgebracht und 'erschlossen'. Geschwind und flink zirkulieren die Waren zu Herstellung und Ver-

brauch. Ein gegebenes Kapital schlägt sich damit schneller um und erhöht die Profite. Es ändert an der Sache nichts, daß die Ware Arbeitskraft scheinbar sich selbst zuliebe zur Arbeit und Erholung eilt. Ihre Bewegung bleibt ein Moment des Kapitalkreislaufs, so bunt sich auch die Lüste darum schlingen mögen. Andererseits ist - wie man sagt - jeder siebte Erwerbstätige damit beschäftigt, das Wundergefährt zu bauen, zu verschönern, wiederherzustellen, zu versichern, seine Umtriebe zu ordnen usw. Millionenfach ist der Nutzen, den das Auto gewährt, was immer auch sonst neben ihm herlaufen und durch es verursacht sein mag.

Versprochen ist versprochen. Der linearen Nutzenmaximierung durch das Auto scheinen keine Grenzen gesetzt. Diese Ökonomie hält das Schwungrad des Automobilmus materiell in Gang. Aber der vielfältige rationale Nutzen, den das Gefährt gewährt, reicht nicht hin, seine Beliebtheit zu erklären. Es ist vielmehr in seinem Gebrauchswert eine große Portion Lust und Bedeutung, eine kulturelle Symbolfracht eingeschlossen, die der Autokultur erst ihre spezifische Dynamik verleiht. Das hoch von Sehnsüchten besetzte Auto erlaubt halbwegs, sein eigener Herr und unabhängig zu sein, verspricht Lebenssteigerung, Neues und Abenteuer sowie Kinderwünsche zu erfüllen. Hier sitzt das stärkste Gegengewicht zu allen rationalen Kosten-Nutzen-Überlegungen. Und man wird am Zustand der Dinge nicht das geringste ändern können, solange auf dem gegebenen sozialen Fundament der libidinöse Apparat das Auto derart weiter umschlossen hält.

Der Kraftwagen erscheint ja auch keineswegs so technisch-instrumentell, wie das der Name meint, auf dem Markt. Denn die Produktion liefert der Konsumtion ihren Gegenstand u n d ihre Bestimmtheit, "dem Bedürfnis nicht nur ein Material, sondern dem Material auch ein Bedürfnis ... Die Produktion produziert daher nicht nur einen Gegenstand für das Subjekt, sondern auch ein Subjekt für den Gegenstand" (Karl Marx). Die sozio-kulturelle Lebensproduktion richtet den Individuen schon ihre Möglichkeiten und Wünsche. So ist "das Verkaufsgut Auto in eine Bedeutungshaut gehüllt" (Wolfgang Sachs), die von den (produzierten) Auto-wünschen herrührt und sich in der Sprache des Autodesigns ausdrückt. Der Motorwagen ist ein hoch narzißtisch besetztes Kommunikationsmittel nach innen und nach außen. In der bunten Warenwelt des Autos treten einem eigene Gefühle verdinglicht entgegen. Umfragen haben eine allgemeine Verbreitung der Sehnsucht nach dem Wunschauto ergeben, die sich etwa je zur Hälfte in Richtung Sportwagen oder schwere Limousine gabelt. Leicht kann man nun den Werbespruch von MG verstehen: "Psychologen behaupten: Die Limousine ist die Ehefrau. Der Sportwagen die Geliebte." Das Wunschauto soll beweglich, stabil und schnell sein, Geborgenheit gewähren und einen Machtwechsel ermöglichen. Realiter läuft die Kreuzung aller dieser Wünsche auf das Kompaktauto Modell "Golf" hinaus, was auch dessen Erfolg

erklärt. Der aus sozialen und psychischen Gründen differierende Status der Automarke legt das Verhalten des Käufers und Fahrers fest, bedeutet Verpflichtung oder Understatement. Die Autosehnsüchte und Erlebnisqualitäten von Wunschautos gehen wiederum in die Entwürfe und Testberichte von Automobilen ein, womit sich deren Kaufreiz erhöht und - mit der suggestiven Kraft der Werbung - der Kreis geschlossen wäre.

Das Auto verspricht die Teilhabe am technischen Fortschrittsprojekt der Gesellschaft und dessen neuestem Stand. Der Erwerb der jeweiligen Neuheit stärkt das eigene Selbstgefühl, erscheint geradezu als Persönlichkeitsverbesserung. Dem Rhythmus unserer Tauschwertgesellschaft folgend, spielt sich das Leben der Autos in einem raschen Zyklus aus Neuheit und Verfall ab. Nirgendwo sonst spielen Mode, Produktaufmöbelung und moralischer Verschleiß in der Sphäre der "dauerhaften Konsumgüter" eine solche Rolle. Die Attraktion des Neuen besticht per se, geht mit Verschleiß- und Wegwerfmentalität sowie der Abwertung des Gewohnten einher. Der lineare bürgerliche Fortschrittsbegriff schlägt sich hier als fortdauerndes Bestreben, die Nase vorn zu haben, sozial und technisch aufzusteigen, nieder. Der beständige wunsch- und profitgenährte Ausstoß von "Neuigkeiten" gerinnt in der ideologischen Figur des Vorteils, in welcher sich die Ware Auto maschinell und gesellschaftlich zu bewegen hat. Er verheißt ein unendliches Fortschreiten für unendliche Bedürfnisse - und läßt dabei den Wort- und Bedeutungsgehalt des "Neuen" ganz auf den Hund kommen, denn im Automobilismus wird lediglich der seit einem Jahrhundert oder jedenfalls seit fünfzig Jahren gegebene technische Grundbestand jeweils "neu" gefällig verkleidet, von den noch immer wenig befragten Verkehrs- und Umweltbedingungen gar nicht zu reden. Jedoch liegt gerade hier das Salz in der Suppe. In Form, Farbe, Oberfläche, Ausstattung und technischer Raffinesse ist die warenästhetische Erscheinung des Gebrauchswerts Automobil für seine geschichtliche Rolle ganz unverzichtbar.

In der Unabhängigkeit und Geschwindigkeit, die das Auto verleihen soll, sind uralte Freiheitsträume des so lange an Schneckengang und -landschaft seiner Füße gebundenen Menschen angesprochen. Das Pferd ist hierin phantasiebesetzter historischer Vorläufer. In der Antike rollte der von feurigen Rossen gezogene Sonnenwagen über das Firmament, das geflügelte Pferd Pegasus schwang sich hoch in den Wolkenhorizont der mythischen Träume, furchtbar raste der gepanzerte Streitwagen im Fußvolk. Das Auto schien den Archetypus des glück- und kraftbringenden Pferdegespanns einzulösen, emanzipiert von der leicht erschöpfbaren tierischen Natur und obendrein für jeden einzelnen bald erschwinglich. Die Allegorie des Motorwagens ist die Befreiung von erden- und fußschwerer Bewegung, seine Geometrie die Linie, seine Materie Blech, Öl und Asphalt. Aus dieser Metaphysik und Materialität nährt sich die Autolegende.

Die Begegnung mit dem Götzen eigener, vom Menschen halb losgerissener Kraft lehrt das Zittern vor Lust und Angst, Macht und Ohnmacht, Triumph und Kränkung. Je nach sozialer und psychischer Faktorzusammensetzung bildet sie unterschiedliche Fahrstile aus. Behauptung und Vermeidung, das Harte und das Weiche, Kutschfahrt und Tempothrill mischen sich auf unterschiedlichste Weise. Die Außenwelt erscheint dem Autofahrer zerlegt und entschärft, isoliert, geschützt, und entschuldigt, wie er sich fühlt im maschinellen Machtgehäuse. Die gekaufte Kraft im Kasten ("Tiger im Tank") bietet sich der sehr beschränkten eigenen als ungeahnte Steigerung an - ohne daß notwendig auch Umsicht und Verantwortung wüchsen. Mensch und Auto verschmelzen zum modernen Zentaur, zum allerdings weit weniger angenehmen synthetischen Produkt Autofahrer, anonym, verdinglicht und massenhaft. Jedenfalls läßt sich mit der kraft- und bedeutungsgeladenen Verlängerung des eigenen Ichs trefflich fuhrwerken. Die antiken Gladiatorenschlachten liefern, scheint's, die Vorbilder der alltäglichen Inszenierung von Wettstreit und Macht auf unseren Kfz-monopolisierten Straßen. Im Auto als Waffe kommen Gehirnschichten des steinzeitlichen Jägers ebenso zum Einsatz wie das 'sublimierte' Konkurrenzdenken der bürgerlichen Gesellschaft. Nur wer raffiniert rücksichtslos, moralisch gleichgültig und ständig aggressiv ist, gerät nicht ins Hintertreffen. Dem vom eigenen und gesellschaftlichen Leben gebeutelten einzelnen bietet sich das Auto als Instrument der Spannungsabfuhr an - mit entsprechenden kollektiven Folgen. "Auf dem Fieberbett der Menschheit spielen die Linderungen der armen Lust eine große Rolle." (Alexander Mitscherlich) Das daraus resultierende Gebräu ist hochexplosiv und erscheint immer weniger steuerbar. Aber das Autovolk fährt und fährt und nährt noch die Hoffnung zu entrinnen. Zumal soviel Lust im Spiel ist. Die rollenden eigenen vier Wände gestatten, gerade auf dem Weg zur und von der Arbeit, im Zwischenbereich des Transports, eine (illusorische) Privatheit, welche die anderen wenigstens vom Leibe und auf Distanz hält. In der Hoffnung auf ein Stück Freiheit im allgemeinen Verkehrsstrom, im intimen Innenraum des Kraftfahrzeugs, vagabundieren die Träume (und Ängste) am Steuer, mit Musik versorgt und nicht gern von Mitfahrern beengt. In der Autofahrt zwischen den festen Lebensorten schimmert der Horizont des Möglichen auf.

Von Beginn des Autozeitalters an erfüllte der Motorwagen auch eine sachliche und romantische Aufgabe im Dienst der Liebe. Das rollende Lustlager wurde und wird unzählig oft besungen, beschrieben, gefilmt, gewünscht. Autodesign und -werbung spielen mächtig auf der erotischen Klaviatur (vor allem der Männer). Im Autoszenario gehen Träume von der allzeit verfügbaren Frau und unbegrenzter eigener Eroberungskraft um. Das phallisch geformte Gefährt schließt entweder

den vaginalen Pfühl in sich ein oder (ver)jagt ihn begehrllich bis verachtend. Das Vibrieren der Autokraft vermochte seit je erotische Schauer auszulösen, die sich im Stelldichein auf der Hinterbank und in der vorgestellten Potenz des Wagens einzulösen versuchten, im Putzen und Wiernern des imaginierten Lustobjekts, aber auch schon die Grenze zwischen Ersatzhandlung und Abwehr überschritten. Hängen vielleicht die dürftige Liebeskultur in diesem unserem Land und die Vielzahl brandneuer und geleckter Automobile miteinander zusammen?

Notat zum goldenen Kalb

Der legendäre Südseehäuptling würde über die merkwürdige Kultur der Papalagi den Kopf schütteln. Er möchte sich darüber wundern, daß sich hier vielerorts nur Autos bewegen, Menschen aber nicht. Später wird er vielleicht vermuten, im Auto handele es sich um eine Art Götze, der über geheimnisvolle Kräfte verfügt und deshalb große Verehrung genießt. Auf regelmäßigen Gottesdiensten, im Jargon der Einwohner IAA (Internationale Automobilausstellung) genannt, werden Raunen und Ritus der Autokultur zelebriert - männlich, technikbesessen, in stummer Geilheit. Das Kultobjekt wird liebevoll gehegt und gepflegt, besondere Exemplare von ihm betätschelt und gestreichelt. Es ist mitten unter uns und doch wie eine Diva, präsent und unerreichbar zugleich. Mit wesentlich mehr Eigenschaften ausgestattet, als zu seinem Funktionieren notwendig ist, amalgamiert es sich mit den Wunschbedürfnissen der Käufer. In der Verpersönlichung des Autos, der Automobilisierung der Person werden identifikatorisch und projektiv Charaktereigenschaften und Sehnsüchte synthetisiert und verkauft.

Wie beim Fetisch der Alten scheint die Berührung mit dem Auto erst eigentlich Kraft zu verleihen. Der Autofetisch (portug. fetico = Zauber, verzauberter Gegenstand) nährt sich aus archaischen, technischen und sozialen Quellen. In 'primitiven' Gesellschaften spielen kraftgeladene Gegenstände, an die sich das wünschende und fürchtende Subjekt zu schmiegen versucht, eine große Rolle - und offenbar auch anderswo. Der Fetisch ist ein gestrenger Herr, unberechenbar, gebieterisch, zeit-, raum- und geldverschlingend. Nur wenn er gebührend mit Obacht und Opfern versehen ist, gewährt er seine Gunst. Kein Wunder, daß nirgendwo sonst das Amulettwesen noch so blüht wie rund ums Auto. Im modernen technischen Produkt Auto tritt dem Menschen nicht mehr unerklärbare äußere Natur entgegen, sondern von ihm losgerissene Kräfte und Fähigkeiten, die erst durch Kauf und Sorgsamkeit notdürftig wieder angeeignet werden können. Die nicht mehr überschaubare technische und soziale Arbeitsteilung wartet mit einem Ergebnis auf, das die mageren menschlichen Naturpotenzen um ein Mehrfaches steigert, Bewunderung verdient und erheischt. Aber im Produkt ist die emotionale und soziale Bahn,

die zu ihm geführt hat, bereits verhüllt. Es kann darum selbstherrlich, als mit eigener Kraft begabt, auftreten. Der Technikfetisch verhüllt, wie sehr das Auto geschichts- und interessengebunden ist. Er ist nicht nur gegen seine Herkunft gleichgültig, sondern verlangt auch überall ihm adäquates Denken und Verhalten, gestützt vom Sieg der rationalen Naturwissenschaft und von der Herrschaft zweckfrei-positivistischer Sinnlogik. So produziert die Autokultur nicht nur ein Produkt für ein Bedürfnis, sondern auch ein Bedürfnis für ein Produkt, noch ehe überhaupt Werbung und dergleichen auf den Plan tritt. Der glänzende Tauschwert gibt sich selbst als Objekt des Wunsches und Genusses aus. Er führt ein Eigenleben und hat die Spur der gesellschaftlichen Beziehungen, aus denen er entstanden ist, verwischt. Die Produzenten und Konsumenten stehen unter der Fuchtel des von ihnen selbst Hervorgebrachten - überschaltet vom Golem wie weiland die Juden im Ghetto von Prag. "Ihre eigene gesellschaftliche Bewegung besitzt für sie die Form einer Bewegung von Sachen, unter deren Kontrolle sie stehen, statt sie zu kontrollieren." (Karl Marx)

So ist und erscheint das Auto jenseits allen rationalen Nutzen wahrhaft ein "sinnlich-übersinnliches Ding", in dem ganz ungeahnte Triebkräfte am Werk sind. Wir verstehen daher, wie wenig eine nüchtern argumentierende Kosten-Nutzen-Analyse gegen einen solchen mächtigen und vielschichtigen Fetisch ausrichten kann. Hier liegt das Herz der Autokultur (und in der Fabrik sitzt ihr Kopf). Grüner und anderer Klageruf erreicht die um den Fetisch Versammelten nicht. Es kommt darauf an, den Fetisch aufzulösen. Aber das ist ein weites Feld.

Der Leistung eine Gasse: Erziehung zur Autokultur

Der rollende Autoteppich bewegt sich wie eine Schlange durch das Land. Er füllt breite Täler, tiefe Schluchten, enge Nischen mit seinem materiellen Gewebe, mit seinen Farben und mit seiner Botschaft, die nicht weniger und nicht mehr als eine Welt nach dem Bilde des Automobils verkündet. Die Profitinteressen der Hersteller, Händler und Handwerker bilden die starken Schußfäden, flankiert von den kräftigen Borten der Bauindustrie, die Ideologen in ADAC, Autopublizistik und anderen Kfz-Agenturen stellen das geradlinige Schachbrettmuster und das Rankenwerk, Erziehung der Erwachsenen und Kinder zum (Auto-)Verkehr hin schließlich macht die Grundierung aus. Die im ADAC inkorporierte Volksgemeinschaft aller Autofahrer ist der demokratische Wechselbalg eines Vorbilds aus 'unseliger' Zeit, als uns "heute Deutschland und morgen die ganze Welt" gehören sollte - tyrannisch, unbelehrbar und zwanghaft. Die propagierte allgemeine Kfz-Vernunft tritt leutselig und volkstümlich auf, neuerdings gar ökologisch getönt. Aber

sie läßt keinen Zweifel daran, wem die Straße gehört, will von den Opfern durchaus nichts wissen und beschimpft ihre Kritiker. Bei näherem Zusehen repräsentiert der Verband noch nicht einmal alle Autofahrer, sondern vor allem die mittlere und gehobene Sozial- und Bildungsklasse. Die Konstruktion einer Motorwelt durch den ADAC und andere Agenturen ordnet alle Lebensbereiche kolonisierend dem Kfz-Fahrer zu und unter. Im reduzierten adacensischen Wahrnehmungsraster erscheint die Wirklichkeit als 'brave new auto world', in der es Strömungen, aber keine Widersprüche gibt. Bekanntlich liegt auch im Gesichtsfeld des Pferdes der blinde Fleck vorne; nur hier sind es Menschen selbst, Autofahrer, die diesen Mangel haben und andere damit plagen. Die Auto- und Straßenlobbyisten sitzen in Planungsgremien, Beiräten, Rathäusern und Regierungspalästen. Sie 'gestalten' die bundesrepublikanische Verkehrspolitik - und die sieht auch danach aus. Was diese autogerechte Verhaltens- und Lernwelt nicht schafft, besorgen Warenglanz und Werbung ums Auto und schließlich mediale und pädagogische Verkehrserziehung, in der das Auto schon immer da war und dominiert. Der Autoverkehr vermittelt aufs beste die Werte der bürgerlichen gesellschaftlichen Verkehrsform, in welcher er wiederum bestens gedeiht, nämlich Ellenbogen, Effizienz und Eile.

Obwohl Hunderte von Kindern jährlich im Verkehr ihr Leben lassen müssen, tun Eltern, Pädagogen, Polizei und Medien noch immer so, als ließe sich der kindliche emotionale und kognitive Apparat überhaupt mit der Schnelligkeit, Unberechenbarkeit und Gewalt des modernen Schlachtfelds Straße vereinbaren. Heuchlerisch werden Humanität und Autofunktionalität zusammengespannt. Das soll wohl die Absolution für die Sünde sein. De facto läuft das Training mit 'kindgerechtem' Spielmaterial, in Verkehrs'gärten' und auf Übungsplätzen darauf hinaus, die Kinder zu disziplinieren und an die Sachzwänge des Verkehrs anzupassen. Fernseh- und anderer Konsum soll die ihnen widerfahrene Enteignung des primären Spiel- und Erlebnisfeldes Straße vergessen machen - umsonst.

Die Aufdringlichkeit der Autoverkehrspropaganda ("Seid nett zueinander", "Mehr Sicherheit im Verkehr" usw.) wächst proportional der Motorisierungsdichte. Es geht um ein erhöhtes Bewältigungsvolumen des automobilistischen Systems, um den sinnlosen Versuch der Behebung automobilistischer Übel mit dem gleichen Geist, aus dem sie entstanden sind. Damit hofft man, um die Veränderung oder gar Abschaffung des Autoprivilegs herumzukommen. Dennoch stehen auch im Lande der Freien (Autofahrer) Beschränkungen unbegrenzter Mobilität ins Haus, bürokratisch, wie sich das hier gehört, und gleich mit der datenmäßigen Erfassung des Autofahrerheeres verknüpft. Fürs Joch der Verkehrsdoktrin im Autosinn, durch das jeder Fahrwillige gehen muß, sorgen die Führerscheinprüfungen, für die tiefere Einsicht die Verkehrspsychologie, für die höheren Weihen Lehrstühle für Verkehrspädagogik.

Wenn man nur einen Blick in autoindustrielle Bilanzen, ins Haushaltsbuch der Ökonomie und Lust, in verbandliche Mitgliederlisten, in Spielzeugläden und Kinderzimmer wirft, wird einsichtig, warum die ideologischen Sozialisateure der Autokultur kein schweres Spiel mehr haben. Auf den unteren Stockwerken ökonomischer und libidinöser Produktion ruht die ideologische Beletage im Bau der Autokultur, der die Menschen behaust und bezwingt. Als Objekt der Kunst und der Vorführung in Museen schließlich hebt die spiritualisierte Doppelexistenz des Autos von ihm ab und schlägt sich in anscheinend freischwebenden Gebilden von hohem kulturellem Leitwert nieder. Als Vehikel der Flucht und der Abstraktion von derselben industriellen Zivilisation, der es sich verdankt, verfügt das Auto über eine ebenso große wie blinde Kraft.

Die in ihrem sozialen Faraday'schen Käfig Dahinrollenden bedürfen gleichwohl einer bestimmten auto-sozialen Kommunikation, um Konflikt und Kooperation mindestens notdürftig ausgleichen zu können. Die Lernvorgänge, Anpassungsmuster und die ihnen entsprechende signalhafte 'Sprache' tragen alle Anzeichen eines sowohl hochkomplexen wie reprimierten Vorgangs. Selbstüberschätzung und Kränkbarkeit der modernen Zentauren führen immer wieder zum Zusammenbruch dieses Verständigungssystems, zu Mord und Totschlag und anderen Folgen. Wir stehen wahrscheinlich erst am Anfang einer Entwicklung, in der Maschinen soziale Zeichen vermitteln - aber das heißt nicht, daß sie bzw. ihre soziale Zwangsnatur sie uns auch zu setzen haben. Dem Automenschen steht ein umfassendes Transportmittel, Spielzeug, Freizeitvehikel, zweites Eigenheim und Minikomfortkombinat zur Verfügung, kurz eine eigene Welt. Er "erfährt" den Raum nicht mehr, sondern überbrückt ihn. Die vielen Individuen am Steuer egalisieren die Welt zum Autokonstrukt. Das Auto als Zeitsparmaschine vermittelt in Wahrheit chronische Zeitknappheit, Termindruck und Koordinationshast. Die vielen Gefühle des Autofahrers, die ihn nicht zuletzt zum Kauf veranlaßten, dringen nur masken- und signalhaft durch die Karosse nach außen.

Wie in der "Schrecksekunde" übereilt und überrollt der Verkehr den Menschen immer wieder. Die eigenen Neigungen stoßen an die Grenzen der Verbote. Je mehr eine Gesellschaft ihre Individuen reguliert, desto mehr wollen diese sich auf der Straße austoben - vielleicht erklärt das die besondere Fahrwut in Deutschland. Eine aggressive Fahrkultur macht Gewalt zum gewohnten öffentlichen Gast. Unter allen Schleiern herrscht das Diktat der Ökonomie der Zeit und der Konkurrenz. Wer abkratzt oder an den Rand gerät, ist selber schuld; Hauptsache, mich hält nichts auf. Der Autofahrer versucht, im Verkehrsstrom sein Schäfchen ins Trockene zu bringen - pendelnd zwischen Arroganz, Kameraderie und De-

mut. Aber es gibt bei weitem nicht so viele Inseln wie Schäfchen, von fehlenden neuen Ufern ganz zu schweigen. Der Autofahrer will sich binden und entfliehen, die mütterliche Höhle genießen und das väterliche Schwert führen. Zwischen all den Polen und Versprechen der Autokultur eilt er emsig hin und her wie ein Weberschiffchen - allerdings ebensowenig wie dieses das Muster des Gewebes bestimmend, an dem er wirkt. In der Jagd nach (illusorischer) Privatheit und Macht, nach dem gleisnerischen Gral des Autoglücks scheint ihn nichts zu hemmen, bis er an seinem Erfolg erstickt, oder bis er erkennt, daß er sich auf dem Holzweg befindet.

LITERATUR

BODE, Peter M.: Alptraum Auto - eine hundertjährige Erfindung und ihre Folgen. München 1986

HOLZAPFEL, Helmut: Autoverkehr 2000 - Wege zu einem ökologischen und sozial verträglichen Straßenverkehr. Karlsruhe 1985

SACHS, Wolfgang: Die Liebe zum Automobil. Reinbek 1984

Gerhard Armanski
Fichardstr. 18
6000 Frankfurt/M.

Von demselben Autor erscheint demnächst:

Gerhard Armanski
Autokultur
Von Lust und Last am Automobil
Bielefeld 1986, ISBN 3-921680-58-1
ca. 120 Seiten, kart., zahlreiche Abb., ca. 15,- DM

Eine ausführliche Inhaltsangabe findet sich auf Seite 94 dieses Heftes.



Aus dem Familienalbum: ein englisches Tretmobil, Baujahr 1919, oben Butterfaß, unten Tortenplatten als Räder