

MOBILER AUTISMUS

*Tut uns leid, lieber Goethe: Was
Deutschland im Innersten zusammenhält,
sind keine Gedichte. Es ist das Automobil.
Die Freude am Fahren, an der Freiheit,
die Liebe zum (Vorzeige-)Objekt und der
unbedingte (wirtschaftliche) Wille,
daran festzuhalten. Eine philosophische
Sicht auf eine Branche in der Krise –
und eine Nation, die (noch) nicht
loskommt von einer alten Perspektive.*

Text: Thomas Vašek; Illustration: Martin Nicolausson

Mitarbeit: Maja Beckers, Tobias Hürter, Greta Lührs, Rebekka Reinhard

Eine Autobahn, irgendwo in Deutschland. Auf der linken Spur Fahrzeuge, die, einander permanent überholend und wegdrängend, in rasender Geschwindigkeit und mit drohend blinkender Lichthupe wie Geschosse über den Asphalt donnern. Darin: brave Bürger, die sich für die Dauer der Fahrt in Kampfpiloten verwandelt haben. Warum? Weil das Automobil für uns Deutsche Selbstbewegung, Selbstermächtigung, Freiheit bedeutet. In fast allen Ländern gibt es ein generelles Tempolimit auf den Straßen. Nur in Deutschland gestattet man dem Fahrer, was er sonst nirgends darf – so schnell zu fahren, wie er will.

Freie Bürger fordern freie Fahrt – mit diesem Slogan startete der Allgemeine Deutsche Automobil-Club (ADAC) im Februar 1974, mitten in der Ölkrise, seine Kampagne gegen einen Tempolimit-Großversuch auf den Bundesautobahnen. Die Parole gehört noch immer zur automobilen »Leitkultur« des Landes, ein generelles Tempolimit gilt als politisch nicht durchsetzbar. Die Frage des Automobils ist bis heute eng verbunden mit der Frage nach dem »Deutschen«, nach unserer Identität, nach unserer Perspektive auf die Welt.

Aber nun steckt das Auto – und damit das deutsche Selbstverständnis – in der Krise. In der Debatte um die deutsche Autoindustrie verdichtet sich heute, wie im Zylinder eines Verbrennungsmotors, ein Gemisch aus zentralen Fragen unserer Zeit: Globalisierung, Klimawandel, Digitalisierung. Es geht nicht nur um Abgaswerte, betrügerische Manipulationen und Kartellverdacht, sondern auch um einen tiefgreifenden Wandel, der die Autonation Deutschland in ihrem Innersten trifft.

Die Dieselkrise ist die Krise des Verbrennungsmotors. Sie ist aber auch die Krise einer nahezu totalen Autokultur, die dieses Land bis in den letzten Winkel durchdringt. »Deutschland hat das Auto erfunden, perfektioniert und sich emotional und ökonomisch davon abhängig gemacht«, schreibt der Mobilitätsforscher Stephan Rammner in seiner Streitschrift »Volk ohne Wagen«.

Welche Bedeutung das Automobil für die Deutschen hat, zeigen schon die nackten Zahlen: Die Automobilindustrie hat heute 800 000 direkt Beschäftigte; rund 1,5 Millionen Arbeitsplätze hängen indirekt vom Auto ab. Im Vorjahr erwirtschaftete die Autoindustrie einen Umsatz von mehr als

400 Milliarden Euro. Ein Ende des Verbrennungsmotors, so eine aktuelle Ifo-Studie, würde 600 000 Arbeitsplätze bedrohen – das sind rund zehn Prozent der Beschäftigten in der deutschen Industrie.

Mehr als jeder zweite Deutsche besitzt ein eigenes Fahrzeug. 70 Prozent von ihnen fahren regelmäßig, über ein Drittel sogar täglich. Keine andere Form der Fortbewegung ist derart beliebt. Im Jahr 2014 etwa haben die Deutschen mehr als 929 Milliarden Kilometer per Auto zurückgelegt, so hat es der Automobilexperte Ferdinand Dudenhöffer ausgerechnet – das entspricht dem 1,2-Millionen-Fachen der Entfernung zum Mond und zurück. »Ohne Auto funktioniert Deutschland nicht«, schreibt Dudenhöffer.

Die deutsche Automobilkrise hat nicht nur eine wirtschaftliche, politische und ökologische Dimension. Sie ist auch die Krise eines nationalen Mythos, der das deutsche Selbstverständnis bis heute mitkonstituiert. Wir müssen daher versuchen, ihre tiefere Bedeutung auch philosophisch zu begreifen. Es ist bemerkenswert und merkwürdig zugleich, dass sich kaum ein großer deutscher Denker des 20. Jahrhunderts näher mit dem deutschen Auto beschäftigt hat. Dabei gibt es keinen Gegenstand, der die industrielle Moderne so sehr symbolisiert wie das Automobil.

Stellen wir die Grundfrage: Was ist ein Auto überhaupt? Auf den ersten Blick scheint das sonnenklar zu sein. Ein »Auto«, das ist laut Duden »ein von einem Motor angetriebenes Fahrzeug, das zur Beförderung von Personen oder Gütern dient«. Aber das sagt uns noch nicht viel darüber, was eigentlich passiert, wenn wir fahren.

Wir steigen in ein Blechgehäuse, drehen einen Schlüssel um oder drücken einen Knopf, irgendetwas fängt zu brummen an, wir treten auf ein Pedal – und fahren los. Eine andere Beschreibung des gleichen Vorgangs: In einem Metallzylinder entzündet sich ein Gemisch aus Kraftstoff und Luft, durch die Expansion der Verbrennungsgase entsteht

ein Druck, der einen Kolben in Bewegung setzt; die chemische Energie wird in Bewegungsenergie umgewandelt – die Räder setzen sich in Bewegung.

Auto-Mobilität, das ist Selbstbewegung (vom lateinischen *autos* für selbst, *mobilis* für beweglich). Per Tritt aufs Gaspedal verwandelt sich der Wille des Fahrers in schiere Kraft. Peter Sloterdijk deutete das Autofahren einmal als »Weltreligion« einer »kinetischen Moderne«, in der es bloß darum gehe, sich immer schneller zu bewegen, ohne je an ein Ziel zu gelangen; das moderne Subjekt charakterisierte er als Kentauren – halb Mensch, halb Automobil.

Das Auto ist das Kultobjekt der Deutschen, ihr Fetisch, ihre Religion. Für keinen anderen Gegenstand geben wir derart viel Geld aus, keinem anderen schenken wir so viel Aufmerksamkeit, kaum einen anderen beten wir derart an. Zwar behaupten in Umfragen 70 Prozent der Deutschen, das Auto sei für sie nur Gebrauchsgegenstand. Doch gleichzeitig sagen ebenso viele, dass sie ihr Auto »lieben«; jeder Fünfte spricht sogar mit seinem Fahrzeug. Gewiss, Autonarren gibt es auch anderswo. Doch vermutlich ist das Automobil in keinem Land der Welt, nicht einmal in den USA, derart verwoben mit der nationalen Identität.

DAS AUTO IST NICHT NUR EIN GERÄT. ES IST EINE LEBENSFORM

Vom Komponisten Richard Wagner stammt das Diktum, »deutsch« sei es, eine Sache um ihrer selbst willen zu tun. Wenn diese Definition zutrifft, dann ist Autofahren die deutsche Tätigkeit schlechthin. Es geht dem deutschen Autofahrer nicht primär um den Nutzen, von einem Ort zum anderen zu gelangen. Es geht ums Fahren selbst. Dahinter steht die Abwertung des Instrumentellen, des nur Nützlichen, die auch in der deutschen Philosophie eine lange

Tradition hat, von der Romantik bis zur Kulturkritik der »Frankfurter Schule«.

Welche Bedeutung in Deutschland die »Fahrfreude« hat, das Fahren um seiner selbst willen, lässt sich nicht nur an einschlägigen Werbespots erkennen. Man kann es an den technischen Daten selbst ablesen. Das deutsche Automobil wird immer leistungsstärker. Neuwagen haben heute im Schnitt 150 PS, gegenüber 95 PS im Jahr 1995. Der Kleinstwagen Opel Adam bietet heute in der stärksten Variante die gleiche Beschleunigung wie ein Porsche 911 aus dem Jahr 1963. Ginge es bloß darum, mit dem Auto einkaufen zu fahren, bräuchte man weder hohe Leistung noch ein Sportfahrwerk.

Fahren um des Fahrens willen – das ist der Blick durch die Frontscheibe, die Perspektive des automobilen Subjekts, sein »Autismus«. Das ist bis heute auch die Perspektive der deutschen Automobilindustrie.

Wenn der deutsche Ingenieur Carl Benz (1844–1929), der im Jahr 1886 den ersten brauchbaren »Motorwagen« baute, in einen Mercedes-Benz aus dem Jahr 2017 steigen könnte, käme er vermutlich gut zurecht. Lenkrad, Gaspedal, Schalthebel: All das gab es bereits zu Benz' Zeiten. Und der Motor funktioniert im Prinzip auch noch so, eben mit Benzin. Darin zeigt sich das große Paradox des Autos: Es ist einerseits ein unvergleichlich mächtiger Innovationstreiber – die Autos von heute sind wahre Wunderwerke der Ingenieurskunst. Andererseits ist es ein technischer Archaismus.

Aber ein Auto ist noch viel mehr als nur ein Fortbewegungsmittel. Es ist Lustobjekt, Designikone, Statussymbol, materialisierte Freiheit – und oft alles zugleich. Steuern und schalten bedeuten nicht einfach, ein Fahrzeug zu bedienen. Es gehört zu unserem Leben fast wie atmen, gehen und Sex haben. Das Auto ist zu einer nahtlosen Extension des Fahrers geworden.

Autofahren bedeutet, 300 PS stark zu sein. Es bedeutet für viele Flexibilität und Unabhängigkeit. Es bedeutet vollklimatisierte, schallgedämmte, aufprallgeschützte Geborgenheit. Das ist die Perspektive des Fahrers, des automobilen Subjekts. Das Automobil ist jedoch nicht nur ein technisches Gerät. Es bestimmt unsere Gewohnheiten, unseren Alltag, unsere Welt – wie wir einkaufen, die Kinder zur Schule bringen oder den Urlaub verbringen.

Das Auto ist heute Teil des Menschseins – und des Deutschseins.

SACKGASSE DIESEL

Dieselmotoren stoßen deutlich mehr Stickoxide aus als Benzinmotoren, was zu Gesundheitsbelastungen führen kann wie etwa Husten, Kopfschmerzen und Atembeschwerden. In mehr als 50 deutschen Städten sind die Stickoxidbelastungen seit Jahren überhöht. Der Diesel ist ein europäisches und vor allem deutsches Problem. In Deutschland liegt der Marktanteil bei knapp 50 Prozent, während er etwa in den USA weniger als drei Prozent beträgt, in China nur 0,3 Prozent. Laut Autoexperte Dudenhöffer stecken die europäischen Hersteller mit dem Diesel in einer »Sackgasse«, weil sie die außereuropäischen Märkte brauchen, um die hohen Entwicklungskosten einzuspielen.

EINE SPAZIERFAHRT DURCH DIE GESCHICHTE

In den Anfängen war das Autofahren ein sportliches Abenteuer für die Oberschicht. Die ersten »Autler«, wie man sie nannte, brauchten nicht nur Geld, sondern auch Muskeln und Mut; ihre Gefährten glichen »ungezähmten Tieren«, wie der Autohistoriker Wolfgang Sachs schreibt. Das Freizeitvergnügen der Reichen stieß allerdings auf Widerstand. Auf den Straßen bewegten sich vor allem Fußgänger und Pferdefuhrwerke. Eine »Automobil-Interpellation« im preußischen Landtag berichtete 1908 von 2920 Unfällen innerhalb von sechs Monaten, ein Abgeordneter sprach von der »beispiellosen Rohheit« der rasenden Automobilisten. Er sagte: »Diese Herren schätzen den Wert ihrer Zeit denn zu hoch ein.« Schon die ersten Autokritiker sahen das Konfliktpotenzial des Automobils. So publizierte 1912 ein gewisser Michael Freiherr von Pidoll in Wien einen »Protest- und Weckruf«, in dem er das Recht der Allgemeinheit auf die Straßennutzung zurückforderte: »Woher nimmt der Automobilist das Recht, die Straße, wie er sich rühmt, zu beherrschen, die doch keineswegs ihm, sondern der gesamten Bevölkerung gehört?«

Es ist eine »Lebensform« nach der Definition von Ludwig Wittgenstein (1889–1951), ähnlich wie das Sprechen einer Sprache.

An der Lebensform des Automobils richten wir unseren Alltag aus, sie strukturiert unsere Welt, die Art und Weise, wie wir reden. Ständig benutzen wir Metaphern und Bilder, die mit dem Auto zu tun haben: *Die Verhandlungen stecken in einer Sackgasse. Unser Verhältnis ist eine Einbahnstraße. Schalt mal einen Gang runter.*

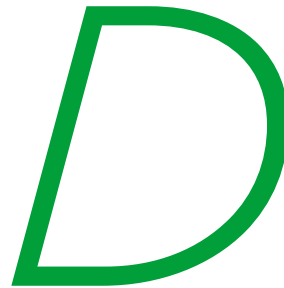
Fast überall fahren Menschen mit dem Auto. Doch sie fahren nicht überall gleich. Ihre automobilen Lebensformen unterscheiden sich. Was eine solche Lebensform ausmacht, das ist nicht allein die Technik. Dazu gehören auch bestimmte Regeln und Routinen, kulturelle Praktiken und Gewohnheiten. Um das zu verstehen, muss man nur einmal von der deutschen Autobahn auf eine österreichische oder italienische Autobahn wechseln oder umgekehrt.

Normalerweise denken wir, dass es vom Fahrer selbst abhängt, wie er fährt. Das ist die subjektzentrierte Sicht. Doch es ist eben nicht egal, in welchem Auto man sitzt. Beim Autofahren läuft eine Art Handlungsprogramm ab, bei dem wir nicht genau sagen können, wer da eigentlich agiert. Subjekt und Objekt, Fahrer und Fahrzeug bilden eine Einheit, eine Art Hybridwesen, ein »Quasi-Objekt«, wie es der französische Philosoph Bruno Latour nennt. Aber wenn das Autofahren ein solches Handlungsprogramm ist, dann fragt sich, wer oder was dieses Programm geschrieben hat.

Eine Technologie wie das Auto ist nicht einfach neutral, meint der amerikanische Technikphilosoph Andrew Feenberg. Nach seiner Theorie enthalten technische Systeme einen »Code«, der bestimmte Regeln und Routinen festlegt, in denen sich Werte und Interessen der jeweiligen industriellen Kultur ausdrücken. Das Automobil ist politisch, es hat zu tun mit Macht.

In den technischen Code des deutschen Automobils ist die Fahrerperspektive eingeschrieben. Es ist »um den Fahrer herum entwickelt«, wie Autoexperte Dudenhöffer sagt. Es geht immer nur um seinen »Fahrspaß«, seine Emotionen, seine »Gänsehaut« – um seine Perspektive auf die Welt. So wirbt etwa BMW mit der »Freude am Fahren«. Zur Markenphilosophie heißt

es sogar, man sei »nur einem verpflichtet: dem Fahrer«. Wie, nur dem Fahrer? Niemandem sonst? Nicht den anderen Verkehrsteilnehmern? Nicht einmal dem Beifahrer oder den Kindern im Fond?



Die »Fahrerperspektive« des deutschen Automobils drückt sich zunächst aus in der Technik, von der PS-Leistung über die Fahrwerksabstimmung bis zum Head-up-Display. Längst geht es dabei nicht bloß um Hardware wie Auspuff und Zylinderkopf.

Per Software lässt sich der technische Code eines Autos heute bis ins feinste Detail justieren, von der Motorsteuerung über Fahrerassistenzsysteme bis zum Klang des Motorengeräuschs.

Wenn Andrew Feenbergs These stimmt, dann dienen alle diese Eingriffe letztlich dazu, unsere automobilen Lebensform und damit die Herrschaft der Automobilindustrie zu verfestigen. Das schlagendste Beispiel, wie sich im »technischen Code« bestimmte Werte und Interessen niederschlagen können, lieferte schließlich der Skandal um die Manipulation der Motorsoftware bei Volkswagen, um am Prüfstand niedrigere Abgaswerte vorzutäuschen. Das Problem dahinter ist nicht nur die offenbar betrügerische Absicht. Es ist die

selbst verschuldete Abhängigkeit vom Verbrennungsmotor, namentlich vom Diesel, von der die Autoindustrie – und mit ihr die deutsche Politik – nicht mehr loskommt.

Der Diesel galt jahrzehntelang als der ganze Stolz der deutschen Automobilindustrie, obwohl man schon lange wissen konnte, dass die Technologie trotz hoher Investitionen keine Zukunft hat. Im sparsamen und zugleich kraftvollen Dieselantrieb selbst steckt schon die »Fahrerperspektive«, die den deutschen Autoingenieuren so heilig ist.

Zum Automobil gehört nicht nur die Technik, nicht nur das Fahrzeug selbst, sondern das ganze System, in dem es sich bewegt. Ein 500-PS-Sportwagen in einem Land ohne Tempolimit ist ontologisch nicht das Gleiche wie ein identisches Fahrzeug in einem Land, in dem überall Tempo 80 gilt. Dabei geht es nicht unbedingt darum, den Wagen wirklich »auszufahren«. Entscheidend ist die Potenzialität, dass man es könnte, wenn man es wollte.

Die Perspektive der deutschen Autoindustrie – das ist immer noch die alte Fahrerperspektive auf die Welt, der deutsche »Autismus«, der deutsche »Tunnelblick«. Das Ergebnis ist eine Welt, die auf diese Fahrerperspektive zugeschnitten ist – ein autopoietisches, sich selbst schaffendes Netzwerk aus gegenseitigen Abhängigkeiten vom Straßenbau über Tankstellen bis zur Versicherungswirtschaft. Es ist fast unmöglich geworden, uns vom Automobil zu trennen, weil sich die automobilen Lebensform immer wieder selbst reproduziert.

Die Herrschaft des deutschen Automobilsystems ist heute praktisch total, sie reicht von der direkten politischen Verflechtung, siehe Volkswagen, über die Lobbyarbeit der Konzerne bis zum ADAC, dem größten europäischen Verkehrsclub. Die Macht der Autoindustrie gründet auf dem sich selbst reproduzierenden System Automobil – und auf der unhinterfragten Behauptung, dass der Wohlstand des Landes von ihr abhängt. Das erklärt letztlich auch die Vorsicht, mit der die Politik bislang auf den Dieselskandal reagiert hat.

Der Münchner Philosoph (und VW-Kleinaktionär) Julian Nida-Rümelin vermutete in einem Interview mit dem »Handelsblatt« kürzlich eine »ethische Verlotterung« bei den Automobilkonzernen. In den Unternehmen habe sich möglicherweise die Einstellung verbreitet, man müsse sich um Normen nicht mehr kümmern, weil man für die deutsche Wirtschaft »eine derart zentrale Rolle« spiele. Nida-Rümelins moralische Kritik mag zutreffen. Doch die moralische Kritik trifft nicht den Kern der Sache.

Das eigentliche Problem der deutschen Autoindustrie liegt in der Krise der automobilen Lebensform. Das Automobil unterminiert immer mehr seine eigenen Versprechen,

seinen eigenen Sinn. Die Freiheit schlägt um in Unfreiheit, Flexibilität in Zwang, Geborgenheit in Bedrohung. Die Selbstbewegung mündet in den Megastau, die Freude am Fahren in Stress. Wenn es den Deutschen tatsächlich darum geht, eine Sache »um ihrer selbst willen« zu tun, wie Richard Wagner meinte, dann ist die Krise des deutschen Automobils auch eine Krise der nationalen Identität.

DAS AUTO WAR DAS VEHIKEL DER NS-PROPAGANDA

Im Hinblick auf Wagners Diktum bemerkte Theodor W. Adorno (1903–1969) einmal, dem »Um seiner selbst willen« sei im »unerbittlich integren Mangel an Rücksicht auf den anderen, auch Inhumanität nicht fremd«. Wenn man etwas als »spezifisch deutsch« vermuten dürfe, so Adorno, dann sei dies das »Ineinander des Großartigen, in keiner konventionellen Grenze sich bescheidenden, mit dem Monströsen«. Vor Augen stand Adorno dabei natürlich der Weg Deutschlands in den Nationalsozialismus. Aber beschreibt seine Bemerkung nicht auch den Kern der deutschen Autoleidenschaft?

Es ist von großer Bedeutung, dass das Automobil in einem Land erfunden wurde, in dem man es nicht zwingend brauchte. In Deutschland musste man keine gigantischen Distanzen in der Wildnis überbrücken wie in den USA. Als Carl Benz 1886 den Benz-Patent-Motorwagen Nr. 1 erfand, gab es in Deutschland eine gut ausgebaute Eisenbahn – und bereits das Fahrrad für den Nahverkehr. Das Autofahren war zunächst das exklusive Sportvergnügen wohlhabender Enthusiasten, für die das Auto den Komfort der Kutsche mit der Schnelligkeit der Eisenbahn verband.

Schon in den Anfängen stand das Automobil für Freiheit und Unabhängigkeit, es war ein Symbol für Modernität. Doch bis in die 20er- und 30er-Jahre blieb es ein Luxusspielzeug, unerschwinglich für die breiteren Massen, die unter der Inflation der Nachkriegszeit litten. Noch 1932 besaßen nur ein Prozent der Deutschen ein eigenes Auto. Neidisch schauten viele in die USA, wo das Ford Model T bereits millionenfach vom Fließband lief.

Auf der »Internationalen Automobil-Ausstellung« 1933 stellte Hitler der Autoindustrie weitreichende Subventionen in Aussicht, von steuerlichen Entlastungen über die Förderung des Rennsports bis zum Bau von Autobahnen. Die Vertreter der Industrie waren beeindruckt von Hitlers offensichtlicher Sachkompetenz – der »Führer« war ein Autonarr. Das Automobil gehörte zur Selbstinszenierung der Nazis

LEBENSFORM AUTOMOBIL

Das Automobil ist eine »Lebensform«, die wir nur aus dem alltäglichen Gebrauch verstehen können. Das zeigt sich am besten, wenn verschiedene solcher Lebensformen miteinander kollidieren. Ein Autofahrer will aus dem Kreisverkehr abfahren. Da der Verkehr stockt, bleibt er direkt auf dem Fußgängerübergang stehen. Ein Rennradfahrer kommt auf dem Radweg angerast und muss anhalten, da sein Weg vom Auto versperrt ist. Entnervt steigt er ab, schiebt sein Rad hinten um das Auto herum. Im Vorbeigehen schlägt er mit der flachen Hand auf das Heck und ruft dem Fahrer zu: »Idiot!« Der Autofahrer steigt abrupt an Ort und Stelle aus und beginnt, dem Radfahrer unter wüsten Beschimpfungen hinterherzurennen. Der Radfahrer, offensichtlich überrascht, springt schnell auf und verschwindet in der nächsten Ausfahrt. Autofahrer, Radfahrer, Fußgänger – die verschiedenen Fortbewegungsarten scheinen, jedenfalls in vielen Situationen, unvereinbar zu sein. Obwohl sie die gleiche Sprache sprechen, verstehen sie einander nicht.

als »Wegbereiter moderner Technologie«, wie der Kulturhistoriker Wolfgang Kaschuba schreibt. So ließ Hitler die Mercedes-Silberpfeile mit Hakenkreuz-Fahnen über den Nürburgring jagen, in den neu gebauten Reichsautobahnen sah er den »Ausdruck deutscher Landschaft und deutschen Lebens«. Bis heute verknüpft die Autowerbung gern die deutschen Mythen Natur und Automobil.



Hitler sah vor allem das propagandistische Potenzial einer Massenmotorisierung. Das Auto solle nicht länger ein Luxusgut der Privilegierten bleiben, erklärte er 1934. Es sei ein »bitteres Gefühl«, Millionen Menschen von einem Verkehrsmittel ausgeschlossen zu sehen, das ihnen »zur

Quelle eines bisher unbekannten, freudigen Glücks würde«. Was Hitler vorschwebte, das war ein erschwingliches Auto für jedermann. »Der Kraftwagen muss zu einem Volksverkehrsmittel werden«, verkündete er am 26. Mai 1938 bei der Grundsteinlegung des späteren Volkswagen-Werks.

Auf einem Werbebild sah man eine Familie auf der Reichsautobahn fahren, am Horizont ein Hakenkreuz; die NS-Freizeitorganisation »Kraft durch Freude« bot sogar einen Sparvertrag zur Finanzierung an. Doch zur Fertigung des Autos kam es während des Krieges nicht mehr. In der

Wolfsburger Volkswagen-Fabrik rollten statt Privatfahrzeugen militärische Kübelwagen vom Band.

Nach dem Krieg konnte die deutsche Autoindustrie an den Voraussetzungen anknüpfen, die Hitlers Motorisierungspolitik geschaffen hatte. Die Infrastruktur und das technische Wissen waren vorhanden. Vor allem war da aber die Sehnsucht der Deutschen nach etwas Wohlstand und Glück, der Traum vom »normalen Leben« nach den Jahren der NS-Diktatur. Die neue Freiheit materialisierte sich im Automobil. »Wir haben es geschafft: Das neue Auto steht vor der Tür«, hieß es auf einem Werbebild für den Ford Taunus. Zu sehen war ein Familienvater, wie er einen Koffer in den Gepäckraum

legt, daneben Frau und Sohn, während die Nachbarn neidisch aus dem Fenster blicken.

In den 50er-Jahren entwickelte sich die deutsche Automobilindustrie zur gigantischen Erfolgsgeschichte, nicht zuletzt dank der Hilfen des Marshallplans und der Lohnzurückhaltung der deutschen Gewerkschaften. Allein vom VW Käfer wurden weltweit 21 Millionen Fahrzeuge verkauft – mehr als vom legendären Ford Model T; schon 1955 setzte man mehr Autos im Ausland ab als in Deutschland. Der Konzern konnte es sich leisten, auf Werbeplakaten lediglich eine Grafik mit den aktuellen Produktionszahlen zu zeigen, mit dem Slogan: »Immer mehr und immer besser«.

Der deutsche Automobilmythos erzählt bis heute von Ingenieurskunst, Qualität und Verlässlichkeit des deutschen Autos, um die uns alle Welt beneidet. Der größte Exportschlager, der VW Käfer, stand für deutsche Wertarbeit. So berichtet der Volkswagen-Historiker Bernhard Rieger von der Besessenheit, mit der die VW-Ingenieure nach den leisensten Klopfgeräuschen fahndeten, um die Qualität der Fahrzeuge sicherzustellen, nicht zuletzt als »Kompensation« für zwei militärische Niederlagen.

In solchen Geschichten manifestiert sich auch der Stolz auf die wirtschaftliche Stärke des Landes, auf die ökonomische Selbstbewegung der Deutschen. »Größe dank Exportkraft, an diese Linie der nationalen Selbstdeutung konnte man anknüpfen, die Schuld vergessen machen und wieder Ansehen in der Welt gewinnen«, schreibt der Automobilhistoriker Wolfgang Sachs. Als der VW Käfer in den

50er-Jahren seinen weltweiten Siegeszug antrat, bildete er »das neue Gesicht des neuen Deutschlands – demokratisch, friedlich, eingebunden in die neue Gemeinschaft westlicher Nationen«, so der britische Kunsthistoriker und Autor Neil MacGregor. Es ist auch dieser Mythos, an dem die deutsche Politik bis heute nicht rütteln will.

Der Siegeszug des deutschen Automobils – das war der Triumph der Fahrerperspektive auf die Welt. In der ganzen Automobilentwicklung ging es letztlich darum, diese Selbstbewegung immer weiter zu perpetuieren, darum, das deutsche Hybridwesen aus Mensch und Automobil zu vollenden.

DER DIGITALE WANDEL REVOLUTIONIERT DIE MOBILITÄT

Doch der deutsche Automobilmythos bröckelt. Immer mehr Menschen können sich heute vorstellen, auf andere Verkehrsmittel umzusteigen; der Anteil der Privatkäufer an den Neuzulassungen geht zurück. In der älteren Generation ist es bis heute üblich, am Sonntag den Wagen zu waschen oder beim Vorbeifahren an der Tankstelle die Benzinpreise zu kommentieren. Die Jungen haben zum Automobil schon ein viel entspannteres Verhältnis. So ermöglichen digitale Kommunikationsgeräte eine ganz neue Form von Selbstbewegung – nämlich ohne sich vom Fleck zu rühren, wie der Journalist und Autor Hanno Rauterberg in seinem Buch »Wir sind die Stadt!« schreibt: »Die Ich-Kapsel des Automobils bekommt Konkurrenz durch das iPhone.«

Der digitale Wandel verändert auch das Autofahren. Das Elektroauto steht nach Ansicht vieler vor dem Durchbruch; das autonome Auto, gesteuert von künstlicher Intelligenz statt vom menschlichen Fahrer, ist in greifbare Nähe gerückt. Eine Kombination dieser Technologien, zusammen mit Carsharing, könnte die Mobilität revolutionieren.

»Das selbstfahrende Auto ist mehr als intelligente Technik«, schreibt Automobilexperte Dudenhöffer: »Es verändert unser Denken, unsere Gesellschaft, unsere Werte.« Das selbstfahrende Auto würde nicht nur mehr Sicherheit bringen, sondern auch Zeitgewinn. Der »Fahrer« könnte sich mit anderen Dingen beschäftigen, er wäre nicht mehr der Held hinter dem Lenkrad. Das autonome Auto bedeutet das Ende der Fahrerperspektive auf die Welt.

Seit Jahren entwickelt sich das Automobil immer mehr zum rollenden Computer, mit über 100 vernetzten IT-Systemen und kilometerlangen Kabelsträngen, von der Motorsteuerung bis zum automatischen Einparksystem. Was die

Wer bin ich wirklich?
Kann man seinen
Augen trauen? Was ist
eine Tatsache? Was
gefällt uns und warum?
Muss man alles in
Frage stellen? Was
suchen wir eigentlich
auf dem Mars? Ist
Rache eine Lösung?



228 S., 100 farb. Abb., Hardcover
€ 24,95. ISBN 978-3-8062-3631-6

Seit Jahrtausenden wenden sich die Menschen an die Philosophie, um die Fragen nach dem Grund für die Welt und unsere Existenz zu ergründen.

Thomas Vašek beantwortet die 101 wichtigsten Fragen, die uns im Alltag umtreiben, mithilfe der großen Philosophen.

digitale Vernetzung wirklich bedeutet, das beginnen die Autohersteller erst allmählich zu begreifen. Was sich verändert, ist nicht bloß das Auto selbst. Es ist das Paradigma des Fahrens. Das automobiler Subjekt verschwindet. »Das Auto der Zukunft wird nicht mehr nur isoliertes Fortbewegungsmittel sein, sondern Teil einer in sich vernetzten Mobilitätswelt«, schreibt Dudenhöffer.

Das Ende des automobilen Subjekts bedroht nicht nur die deutsche Autoindustrie. Es bedeutet womöglich auch das Ende einer Selbstbewegung, die wir Deutschen gern mit Selbstermächtigung verwechseln. Die Deutschen haben das Auto nicht nur erfunden. Wir haben auch die unendliche Idee, dass das deutsche Auto das wahre, das universelle Auto sei – eine Lebensform, die wir in alle Welt exportieren.

Das Automobil war der deutsche Traum von Freiheit. Von einer unendlichen Selbstbewegung, einer Bewegung um ihrer selbst willen. Doch dieses Um-ihrer-selbst-willen allein kann keine zukunftsfähige Identität begründen. Es geht nicht darum, dass wir fahren, also in Bewegung bleiben, sondern darum, *wohin* wir fahren. Eine deutsche Identität, für die »Freiheit« Abhängigkeit vom Auto heißt, bewegt sich gleichsam im Rückwärtsgang – auf ihre Vergangenheit zu, die keine identitätsstiftende Wirkung haben kann, weil sie keine Legitimation hat, sich weiter fortzusetzen.

Der deutsche Automythos ist von gestern, was wir brauchen, das ist eine radikal neue Idee, die am deutschen Ingenieursgeist, am Qualitätswillen anknüpft, aber nicht bloß den Selbstzweck des Fahrens im Auge hat, sondern eine bessere, lebenswertere Welt. Wir können und wir müssen den »technischen Code« des Automobils radikal umschreiben, auf demokratische Weise – als eine Art Programm für eine neue Form der deutschen Selbstbewegung. Die Freiheit der Deutschen realisiert

sich nicht bei Tempo 200 auf der Autobahn, sondern in einer intelligenteren Mobilität, in einer neuen Leichtigkeit des deutschen Fahrens. Diese neue Mobilität könnte dem automobilen Subjekt – jenem Hybridwesen aus Mensch und Technik, das in Deutschland seine am höchsten entwickelte Gestalt angenommen hat – eine neue Subjektivität, eine neue Lebensform schenken. Eine Identität, die vielleicht sogar mehr Freude macht als das Autofahren selbst. 🚗

LEKTÜRE

Ferdinand Dudenhöffer

WER KRIEGT DIE KURVE?

Campus, 2016

Deutschlands bekanntester Automobilexperte analysiert die Zeitenwende in der deutschen Automobilindustrie.

Stephan Rammler

VOLK OHNE WAGEN

Fischer, 2017

Aktuelle Streitschrift für das Ende des Autowahns und eine neue Form von Mobilität.

Peter Sloterdijk

EUROTAOISMUS

Edition Suhrkamp, 1989

Sloterdijk über die »Weltreligion der kinetischen Moderne« und das Auto als »rollendes Sakrament«.

Wolfgang Sachs

DIE LIEBE ZUM AUTOMOBIL

Rowohlt, 1984

Das deutsche Auto als kulturelles Symbol und Objekt von Gefühlen und Wünschen – eine Kultur- und Mentalitätsgeschichte.

Langdon Winner

THE WHALE AND THE REACTOR

Chicago University Press, 1986

Der amerikanische Philosoph betrachtet Technologien als »Lebensformen« im Wittgenstein'schen Sinn.

Andrew Feenberg

TRANSFORMING TECHNOLOGY

Oxford University Press, 2002

Der amerikanische Philosoph entwickelt eine »kritische Theorie« über die soziale und politische Dimension der Technik.