

Jochen Rack

Zu Gast im eigenen Wagen

Die Zukunft des Automobils

Das Auto war immer mehr als bloß funktionales Fortbewegungsmittel: Zutreffend beschrieb Peter Sloterdijk es als das »schnellere, kinetisch mächtigere Selbst« und sprach von der »Weltreligion« des Autofahrens. Aber die heroische Geschichte des Automobilismus, in der Gaspedal und röhrende Auspuffe ein viriles Fahrgefühl beförderten, könnte im Zeitalter des intelligenten Elektroautos zu Ende gehen.

Jochen Rack

(* 1963) Autor und Kritiker,
Mitarbeiter beim Bayerischen Rundfunk,
lebt in München.

hjrack@aol.com



»Ein aufheulendes Auto«, lautete einmal der futuristische Slogan, »das auf Kartätschen zu laufen scheint, ist schöner als die Nike von Samothrake«. Das Auto wurde, schon kurz nach seiner Erfindung, zur Metapher nicht nur für den Rausch der Geschwindigkeit, die Männerfantasie des Verschmelzens von Fahrer und Maschine, sondern auch für die Liebe zur Gefahr und »die angriffslustige Bewegung«, die wenige Jahre nach Filippo Tommaso Marinettis Futuristischem Manifest mitten in den Ersten Weltkrieg führte. Die benzingetriebene Automobilisierung war Teil der allgemeinen militärischen Mobilmachung.

Alle Wunschprojektionen, die sich seither mit dem Auto verbanden, entwarfen es als genuin maskulines Objekt, das für den Heroismus der Geschwindigkeit stand. Das Auto ist Technik im mythischen Gewand, und es ermöglicht eine innerweltlich-transzendierende Erfahrung. Dazu passt, dass schon in den 50er Jahren, als die Massensorientierung erst begann, der französische Philosoph Roland Barthes das Auto mit den gotischen Kathedralen verglich

und dem Citroen DS göttliche Qualitäten bescheinigte.

Das Verhältnis der Menschen zum Auto war immer irrational und quasi-religiös; Autos ziehen fetischistische Bedürfnisse auf sich, werden als Lebewesen mit eigener Seele verstanden – und die Designer liefern dafür die entsprechende Gestaltung, sei es in den gemütlichen 50er Jahren das gutmütige Gesicht des VW Käfer, sei es in den aggressiven 90ern die Haifischfront von BMW. Norbert Bolz sieht in der Liebe zur aggressiven Raserei eine Kompensation archaischer Wünsche, die in der sachlich-modernen Welt nicht mehr ausgelebt werden können. Und so kann man es als Tragik des modernen Menschen ansehen, dass man trotz 300 PS unter der Kühlerhaube die mögliche Höchstgeschwindigkeit eines Automobils heute auf den verstopften Straßen kaum mehr ausfahren kann. Der heroische Automobilist der Moderne ist durch die widrigen Umstände zum Abbremsen gezwungen, nicht nur durch die Staus, sondern auch durch immer schwerer wiegende ökologische Bedenken, ökonomische Zwänge und politische Vorgaben. Höchstwerte für den CO₂-Ausstoß, steigende Benzin-kosten und drohendes Tempolimit hängen als Damoklesschwert über dem einst virilen Vergnügen der automobilen Raserei.

Die Risiken und Nebenwirkungen des Automobilismus haben inzwischen auch die Hersteller erreicht. Spritschluckende Limousinen und SUVs, lange der letzte Schrei, sind nicht mehr gefragt. Gekauft

werden vermehrt kleinere, sparsamere Autos mit weniger Schadstoffausstoß. Wenn man den Umfragen Glauben schenken darf, wünscht sich die Hälfte der Deutschen als nächstes Auto ein Elektrofahrzeug oder ein Auto mit Hybridantrieb. BMW, beeinflusst vom Wertewandel, hat sich aus der Formel 1 zurückgezogen und spricht von einem Paradigmenwechsel, der auf Ressourcenschutz und die Entwicklung umweltfreundlicher Antriebstechnologien zielt. Angesichts der Öl- und Umweltkrise stehen die Marketingstrategen vor der Aufgabe, den maskulinen Mythos des Autos umzucodieren. Die Werbung für den Toyota Prius setzt entsprechend auf ökologische Werte und verkündet die Botschaft: Wer Hybrid fährt, lässt tausend Blumen blühen.

Das 20. Jahrhundert, das, unbekümmert um ökologische Kosten, Öl unbegrenzt sprudeln ließ, ist unwiderruflich vorbei. Heute weiß jeder: Wenn die Ausbreitung des Automobils in den Entwicklungs- und Schwellenländern so schnell fortschreitet wie bisher, wird dem Globus die Luft zum Atmen ausgehen. Indien, China, auch Afrika und weite Teile Asiens haben die Massenmotorisierung noch vor sich, und wer einmal in Delhi, Kairo oder

Kalkutta den atemraubenden Smog erlebt hat, kann sich ausmalen, wie sich die Klima- und Umweltprobleme im Weltmaßstab verschärfen, wenn nicht rechtzeitig klimafreundliche Antriebstechnologien eingeführt werden. Die Automobilisierung der Dritten Welt würde alle politischen Ambitionen, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren, zunichte machen.

Zwar konnte das Szenario spätestens nach der ersten Ölkrise und dem Bericht des *Club of Rome* über Grenzen des Wachstums jedermann klar sein, dennoch haben die Hersteller die Entwicklung sparsamer und emissionsfreier Antriebe ignoriert oder verschlafen, und die Politik hat die Ignoranz geteilt bzw. den Schlaf nicht gestört. Auch das ist Teil der gegenwärtigen Krise, für die Namen wie General Motors und Opel stehen.

Studien zu Elektro- oder Wasserstoff-Fahrzeugen gibt es zwar bei fast allen Autoschmieden, aber eine Serienfertigung wurde nicht vorangetrieben, solange man mit den Benzinmotoren Geld verdienen konnte. Zwar hatte das *Zero-Emission-Gesetz* in Kalifornien die Hersteller gezwungen, gewisse Prozentzahlen emissionsfreier Autos zu verkaufen, aber die Automobil-

Lobby konnte das Gesetz kippen. So wurde der EV-1 von GM, das erste alltagstaugliche Elektrofahrzeug, das in den 90er Jahren auf den Markt gekommen war, wieder eingestellt. Der Film *Who killed the electric car?* liefert dazu die entsprechende Verschwörungstheorie und vielleicht auch Gründe, weshalb GM in die Insolvenz gesteuert ist. Das Zögern der großen Hersteller, alternative Antriebe zu entwickeln, erklärt, weshalb Toyota mit dem Hybrid Prius und ein Start-Up Unternehmen wie die kalifornische Firma Tesla Motors mit ihrem Elektro-Roadster eine Öffentlichkeitswirkung erzielen konnten, die in keinem Verhältnis zu der von ihnen produzierten Stückzahl steht.

Doch hat die bloße Tatsache, dass Hybrid- und Elektroautos nicht mehr dem Reich der Utopie angehören, neue Kundenwünsche geweckt und die Branche aufgeschreckt. Allerdings versuchen die großen Hersteller nach wie vor den Anschein zu erwecken, Elektromobilität sei bei weitem nicht serientauglich. Indem man Hybride vermarktet, gibt man sich ein gutes ökologisches Image, bleibt aber dabei, dass der Verkauf von Verbrennungsmotoren das Hauptgeschäft ausmacht. Elektroautos, heißt es, seien im Augenblick vor allem als Stadtautos geeignet. Deshalb erprobt BMW den Elektro-Mini als Stadtauto in Berlin, Daimler den Elektro-Smart als Citycar in London. Für Urlaubsfahrten oder Dienstreisen, beteuert man, sei der Elektromotor noch nicht ausgereift. Nicht der Abschied vom Verbrennungsmotor ist das vorläufige Ziel der Autohersteller, sondern dessen weitere Verbesserung, die unter dem Titel »Downsizing« und Effizienzsteigerung läuft: »Efficient Technology« heißt das Einspar- und Verkleinerungsprogramm bei Audi, Daimler spricht von »Blue Efficiency«, BMW nennt es »Efficient Dynamics«. Die Entwicklung elektrischer Antriebe rangiert in der zweiten Reihe, obwohl das Beispiel Tesla Roadster zeigt, dass man mit den neuen Lithium-Ionen-Batterien durchaus auf Reichweiten bis zu 400

km kommt. Die auf der IAA präsentierte erste Limousine von Tesla Motors, das Modell S, soll sogar bis zu 500 km weit fahren können.

Weithin vergessen ist, dass elektrische Antriebe so alt sind wie das Auto selber: Obwohl um 1900 nur 4 % der Haushalte in den USA über Strom verfügten, waren 30 % der Autos elektrisch, auch das schnellste Auto war ein Elektrofahrzeug. Ferdinand Porsches erstes Auto war ein Hybridfahrzeug, Mercedes kaufte 1907 die Porsche-patente und etablierte mit Mercedes Electric eine Marke im hochpreisigen Segment. Technisch gesehen gab es keinen Grund dafür, dass sich am Ende Verbrennungsmotoren durchsetzten. Aber 1901 wurde in Texas Öl gefunden, und die Entwicklung der Infrastruktur von der Quelle zur Tankstelle war offensichtlich am einfachsten und schnellsten herzustellen. Im Ersten Weltkrieg erkannte das Militär das Potenzial des benzingetriebenen Autos und trug zu seiner Ausbreitung bei, so dass Mercedes schließlich seine Produktion von Hybridfahrzeugen einstellte.

Toyota knüpfte mit dem Hybrid also nur an eine vergessene Technik an, und man darf annehmen, dass sich die zweifellos vorhandenen Probleme mit den Elektroantrieben schnell lösen ließen, wenn die Hersteller mehr Geld in deren Entwicklung investieren würden. Auf die Dauer wird das ohnehin unumgänglich sein, denn wie auch die Dinosaurier der Branche wissen: Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben. Motivierend ist sicher die Wirtschaftskrise: Sie hat die Überkapazitäten der Hersteller ins Bewusstsein gebracht. Gut ist der politische Druck aus Brüssel: Er schreibt CO₂-Höchstwerte für den Flottenausstoß der Hersteller vor und droht Strafzahlungen an, wenn sie nicht erfüllt werden. Gut gemeint ist die Idee eines so genannten *Green Deal*, der inzwischen nicht nur von den Grünen, sondern auch von der SPD propagiert wird – ökologische Technologie als Mittel zur Überwindung der Wirtschaftskrise. Hilf-

reich sind die vielen Versuche kleinerer Hersteller, mit Elektroautos auf den Markt zu kommen. Zwar fehlt ihnen vielfach das Geld, um ihre Ideen in die Serie zu bringen, dennoch haben Konzepte von Elektroautos, wie sie die Schweizer Firmen Mindset und Rinspeed oder die deutsche Firma Loremo vorgestellt haben, viel für das Marketing alternativer Antriebe getan. Das neue, aufregende Design, das ihre Entwürfe vom langweiligen Durchschnitt auf unseren Straßen abhebt, macht auch ästhetische Lust, auf alternative, emissionsfreie Autos umzusteigen. Während die großen Hersteller ihre neuen Antriebe bisher nur in alte Karosserien packen, verschaffen die Design-Innovationen der kleinen Hersteller dem emissionsfreien Automobil auch den emotionalen Mehrwert, der nun einmal zum magischen Kultobjekt gehört.

Waren es in der Vergangenheit die kinetischen Werte, die das Ichgefühl des Besitzers steigerten – PS-Kraft, Kühlerhaube und Auspuff –, können es im Zeitalter der Elektromobilität Werte im Sinne der Nachhaltigkeit sein: Umweltbewusstsein und Zukunftsverantwortung – eine durchaus sportive Leichtigkeit des Seins, die in den

Leichtbaukarosserien ihre technische Basis hat. Aufgewertet wird im Zeitalter des Langsamfahrens auch der Innenraum: So wird aus dem Rennwagen das rollende Büro oder das bewegliche Wohnzimmer. Schon Julius Otto Bierbaum gab 1903 in seinem Buch *Eine empfindsame Reise im Automobil* das Motto aus: Wir wollen nicht rasen, sondern reisen.

Das Auto der Zukunft wird nicht nur anders fahren, es wird auch anders aussehen als heutige Autos. Es wird einen frischen Geist des Aufbruchs verkörpern, den unsere postutopische Gesellschaft, die ständig mit möglichen Katastrophenszenarien konfrontiert ist, dringend braucht. Emissionsfreie Autos könnten das Bild einer neuen Gesellschaft prägen, in der neue Werte zählen. Status wird nicht mehr vorrangig von der gefahrenen Höchstgeschwindigkeit und Aggressivität der Vorwärtsbewegung abhängen, sondern von der Schönheit automobilen Designs, der Sauberkeit des Antriebs, der Bequemlichkeit des Innenraums. Und in einer Gesellschaft, die einen ökologischen Automobilismus kultiviert, würden auch die Städte wieder bewohnbarer werden.

Volker Ullrich

Sicherheit war nicht alles

Eckart Conzes voluminöse Geschichte der Bundesrepublik

Dies ist die erste Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, die bis zur unmittelbaren Gegenwart führt. Das heißt, ihr Autor, der Marburger Historiker Eckart Conze, behandelt die Zeit nach der deutsch-deutschen Vereinigung 1989/90 – immerhin mittlerweile 20 Jahre – nicht, wie es zumeist geschieht, als Epilog oder Ausblick, sondern bezieht sie intensiv in seine Darstellung ein. Zwei Drittel des über 1.000 Seiten starken Werkes sind der »alten« Bun-



Volker Ullrich

(*1943) ist Historiker und Publizist; er leitete bis Ende März das Ressort Politisches Buch bei der *Zeit* in Hamburg.

ullrich@zeit.de

desrepublik gewidmet, ein Drittel nimmt die neue »Berliner Republik« in Anspruch,