

Bald werden die Autofahrer
ihre Autos über längere
Strecken schieben müssen

Wladimir Kaminer

Gefährdungen meiner Hauswirtschaft

4

Rainer Rilling

Gestern habe ich ausgerechnet, dass ich seit 38 Jahren im Monatsdurchschnitt satte 733 Euro für meine Automobillenkosten ausgegeben habe – was knapp zwei Drittel meiner aktuell zu erwartenden Rente ausmacht. Rechne ich immer wahrscheinlicher werdende Unfallkosten hinzu, mitsamt den nur spekulierten individuellen Anteilen an externalisierten Kosten, dann wird klar: Der Rest meines Lebens gehört der roten Kompaktkarre vor meiner Haustür. Und zweieinhalb Jahre meines Lebens war ich Tag und Nacht nicht bei mir, sondern im Auto. Dank der Achtstundenwoche habe ich – theoretisch – auch noch dreimal so lange für dieses Arrangement toter Zeit gearbeitet.

Das ist keine gute Entwicklung. Ich muss meine hauswirtschaftlichen Prioritäten neu ordnen. Jahrzehntlang habe ich geirrt. Ein eindeutiges Bekenntnis zum Auto ist nötig.

Also erstehe ich für 15 Euro 244 Seiten der Nr. 10 (2010) von **ramp.Auto.Kultur.Magazin** („Deutschlands bestes Automagazin“) zum Thementitel „Sex, Drugs &

Rock'n'Roll.“ Mein erstes Lifestyle Magazin und dann gleich das Auto! Der Verlagsleiter von Red Indians Publishing in Reutlingen, Schrader, hat schon ganz viel Lifestyle hinter sich: *GO, AD Architectural Digest, Bunte, InStyle, FHM, Sugar*. Chefredakteur Michael Köckritz hat vorher das Lifestyle Automagazin *Autofocus* gemacht und das Lamborghini Kundenmagazin („das beste Automagazin der Welt“). Art Direktor war zuerst Wolfgang Seidl (Ferrari Jahrbuch), jetzt gibt es aber gleich einen Creative Board mit Udo Lindenberg und weiteren, darunter Dirk Maxeiner, der gemeinsam mit Michael Miersch und Henryk M. Broder die Redaktion von „Die Achse des Guten“ stellt. Maxeiner ist Autor von „Die schnellsten Autos der Welt“ und „Die rasantesten Rallies der Welt“ (mit Hans Georg Isenberg, u.a. Daimler), Falken Verlag, Niedernhausen. Creative Board-Mitglied ist unter anderen Lutz Suendermann, der auch Art Director des erwähnten Kundenmagazins und Creative Director der Werbeagentur „köckritzdörrich“ in Reutlingen ist.

Eine Ballung kreativer Art also. Auf dem Titelbild wird deshalb die Zeichnung eines herzerwärmend flotten Mercedes abgebildet und auf der Rückseite des Aufklappbildes der Master of Business Acceleration: ein Mercedes E 63 AMG. Dazwischen zwei Seiten Werbung für den 333 PS-schweren SUV VW-Touareg – der erste Hybrid, der mit Adrenalin fährt.

Dann zwei Seiten Anzeige mit Bob Geldorf (get rich, get famous, get loud!), dem Markenbotschafter von Maurice Lacroix, dieser ganz einzigartigen Schweizer Uhrenfabrik. Geldorf sagt in der Anzeige: „*Ich möchte nicht leben wie alle. Ich möchte nicht reden wie alle. Ich bin ich selbst*“, weshalb er auf S. 198 noch einmal interviewt wird.

Eher profan folgt dann eine Doppelseite mit einer Premium-Allianz aus Carlsson und Vredestein, die mit Sommer-, als auch Winterreifen zu tun hat. Auf Seite neun dann endlich der Auftritt von Chefredakteur Köckritz: „Die heile Welt des



Autos korrodiert im Umbruch, die des Mainstream-Luxus-Denkens sowieso.“ Es gehe um Aufbruch, neues Lebensgefühl, gegen den status quo. „Wir jedenfalls finden die Idee des Autos und alles, was man mit faszinierenden Autos in einer spannenden Welt anstellen kann, verdammt sexy, inklusive des damit verbundenen Suchtpotentials.“

Sofort komme ich dann zur nächsten Anzeige der Daimler AG, zum smart mit der Aufforderung: „open your mind. fun is the new green“ – und dann folgt die Politik: „Etwas Gutes tun hieß bis heute, auch immer ein Stück weit zu verzichten. Doch das ist Geschichte. Denn die Zukunft fährt heute nicht nur leise, effizient und lokal emissionsfrei – sie beschleunigt auch dynamisch und stufenlos. Deshalb: Machen Sie Autofahren zu einem ganz neuen Erlebnis. Auch für ihr Gewissen.“ Leicht zu begreifen: Auto ist Späßerlebnis, Spaß ist grün und – vice versa – dieses neue Grün ist Spaß. Steht nicht für Verzicht, sondern wie seit jeher für Tempo (dynamisch und stufenlos), Effizienz und man tut etwas Gutes, ohne das schlechte Gewissen, das uns die alten Grünen immer einjagten.



Die Autokultur der folgenden 230 Seiten *ramp* habe ich mir an einem Abend reingezogen. Diese Nummer kommt mit genau vier Anrufungen aus und ich weiss schon, dass die früheren Hefte alles andere anrufen.

ANRUFUNG 1:

Auto meint Tempo, Beschleunigung, Geschwindigkeit, Adrenalin, die Beschwörung der Höhe der PS-Zahl, Zahl der Zylinder, Tuning: Dreikommafünfaufhundert, 486 PS, 450 PS, 4,6 Sek auf 100, 525 PS 4,1 Sek auf 100, 3,5 Sek auf 100 mit 700 PS, 600 PS, 270 km/h, 250 PS, 0-100 6,3, 8 Zylinder, 325 km/h, 570 PS, 0-100: 3,2s, 320 km/h 500 PS 0-100: 3,2 s, 550 PS, in null Komma nichts auf

100 km/h katapultiert, sauschnell, schnellste Limousine ihrer Zeit, 350 PS, in dreikommazwei Sekunden ist der SLR von null auf hundert, KaEmmHa, 600 PS. Schnelles Fahren ist doch die beste Droge, Nullaufhundertindreisekunden ist eine Droge, brachialen Vortrieb. Die Beschleunigung ist fabelhaft, leise und sanft, 570 PS, Überlebenshormon Adrenalin – Tuning ist die letzte Form der ungebrochenen automobilen Kommunikation,



Nullaufhundertindrei und drei G in den Lenden.

ANRUFUNG 2: Auto ist als Männersache codiert, Abenteuer, Power, Sex, Sucht, Gewalt, Freiheit, Grenzüberschreitung: das liebste Rauschmittel..., in der

schnelle Runden und sexy Grid-Girls alles, Knochenbrüche aber nichts bedeuten ... Hauptsache, es knallt! ... Autos können süchtig machen, Mercedes SLS 63 AMG GT3 Sex Symbol, das Auto ist ein Sexsymbol, mehr Hubraum bedeuten mehr Power, mehr Speed – und ... noch mehr Spaß, freigiebige Wollust -zigtausend williger Frauen, so verboten chauvinistisch, so ungebremst hedonistisch, ein Auto wie ein Rausch, extrem offensive Fahrweise, Kraft ist immer da, hinter jedem Dorf darf der Kompressor dann wieder kubikmeterweise Atemluft in die acht Zylinder des AMG-Motors blasen, er kreischt die Unmengen von Luft, die sein Kompressor zuvor durch die acht Zylinder gejagt hat, mit einem grendelartigen Fauchen wieder aus den riesigen Auspuffrohren, es gibt zwar genügend gute Frauen, aber nur wenige gute Autos mit aufregend sexy Proportionen, das vollkommen verkom-



menene Boxenluder, es gibt immer weniger freies Fahren auf der Welt.

ANRUFUNG 3:

Es geht um Premium, Classic, also Eliten: ... in den Bentley gestiegen

und durchgestartet..., BMW Classic Sexy für ihr Alter, einzigartig, lässig, cool, sehr speziell, Seltenheit, geringe Visibilität, Superkraftstoff, das ideale Auto, 892 500 Euro, Mercedes verkauft den Stirling Moss nur an jene Wohlbetuchte, die schon mindestens einen SLR in der Garage haben – oder hatten, ohne vorherigen SLR kein SM, alles hier ist angenehm.



Alles hier ist easy. Man rauscht dahin, in dieser wundervollen Blase, umgeben von Raum und Kühle und Musik und polierten Hölzern und butterweichem Leder. Stierleder, Rolls Royce. Er regiert.

ANRUFUNG 4:

Diese ist profan. In *ramp* kommen vor allem Mercedes vor, dann BMW, VW und ein paar andere rasende Luxusschlitten einer Marke, der ich bis heute (wenn auch mit Unterbrechungen) treu blieb: Mercedec-Benz! oder Mein Auto gefällt mir. Was fahren Sie? Einen Mercedes SLK 350.

ramp, Deutschlands bestes Automagazin, ist ein simples Wohlgefühlorgan der Warenwelt der paar jahrhundertalten Autokonzerne, das daran arbeitet, dass alles so bleibt, wie es war und ist: einfallsfrei, risikoscheu, glanzvoll, profitabel, mit klasse Bildern. Meine Karriere als bekennender Autolifestyler korrodiert erschreckend schnell. Was soll meine Hauswirtschaft mit drei G in den Lenden und grendelartigem Stierleder? Eine Hauswirtschaft ohne Auto muss es wohl sein. Sie kann ich mir zwar im Moment nur schwer vorstellen, es geht ja nicht um Stierleder oder Rauchverbote. Aber ich werde mich an das Unvorstellbare gewöhnen, bevor aus dem allgemein begrüßten Rauchverbot in Bayern das Autoverbot in Deutschland wird. Was ja kommen wird.

Rainer Rilling ist Referent für Kapitalismusanalyse und Internationale Beziehungen in der Rosa-Luxemburg-Stiftung in Berlin. www.rainer-rilling.de und www.auto-mobilkrise.de.