

# Automobilkultur in der Bundesrepublik Deutschland – 50er und 60er Jahre

**Gert Schmidt**

Situlistr. 62, 80939 München, E-Mail: [gertschmidt@gmx.de](mailto:gertschmidt@gmx.de)

## *Abstract*

The article deals with the impact of automobile-culture between the 1950s and the 1970s in Germany. The progress of ‚Automobilism‘ has patterned every-day-life and culture in the Federal Republic of Germany as intensively as the development of auto-industry in the country has influenced the economy. West-Germany became in this period highly dependent on the auto-economy, and became a modern ‚car-society‘.

Stichworte: automobilism, the history of economy and culture in Germany after the II. World War

Manuscript recieved 26 July 2010, revised 28 July 2010, accepted 12 August 2010.

Copyright note: This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided that the original work is properly cited.

## I

Es gibt ungeachtet gesellschaftstheoretischer Differenzen mit Blick auf die Interpretation der vielgestaltigen Erscheinungsformen kaum Streit unter Wirtschaftshistorikern und Sozialwissenschaftlern: Die ‚Erfolgsgeschichte‘ der Gesellschaft ‚Bundesrepublik Deutschland‘ zwischen 1949 und 1989 ist wesentlich begründet in der Dynamik und Kontinuität von Wirtschaftswachstum und in der sozialpolitischen Effektivität des wohlfahrtsstaatlichen Arrangements. Weitgehender Konsens besteht bei den Fachbeobachtern auch darüber, dass die Entwicklung der Automobil-Industrie fürs Geschick der westdeutschen Nachkriegsnation von herausgehobener Bedeutung gewesen ist. Vor diesem Hintergrund seien im folgenden einige Betrachtungen zu Entwicklungen von Auto-Kultur, von ‚Automobilismus‘ in der BRD zwischen 1950 und 1970 vorgebracht – denn auch darüber herrscht breites Einverständnis: Die Entfaltung von ‚Automobilismus‘ hat die bundesrepublikanische Alltagswelt und ‚Kultur‘ im weitesten Wortsinne nicht weniger intensiv geprägt, wie die Entwicklung der Automobilindustrie die Wirtschaft: Die Bundesrepublik Deutschland reüssierte auch als ‚Auto-Wirtschaft‘ und ‚Auto-Gesellschaft‘.

## II

Die folgenden Sachdarstellungen und Überlegungen haben die rund 20 Jahre beginnende Gesellschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland zum Gegenstand. Das ‚Davor‘ und das ‚Danach‘ wird lediglich knapp annotiert. Bearbeitet wird dieses Geschichts-Stück mit den Stichworten ‚Automobil‘ – ‚Automobilismus‘ – ausgehend vor der Behauptung, dass sich über diese Fokussierung wichtige – um nicht zu sagen: ‚wesentliche‘ - Elemente und Momente der gesellschaftlichen Entwicklung des West-Nachkriegsdeutschland erfassen und diskutieren lassen. Spezifische Ausbildung von ‚Automobilismus‘ ist nicht das Ganze der Prägung dieser Gesellschaft – aber ein Stück Prägung des Ganzen.

Mit ‚Automobilismus‘ ist hierbei mehr und anderes auch gemeint als die schlichte Gegenwart vieler Automobile und als die Bedeutung von Automobilherstellung für die Wirtschaft des Landes – mit der Vokabel ist v.a. die alltägliche und außeralltägliche soziale und kulturelle ‚automobile‘ Durchdringung von Lebenswelt, von individuellem und kollektivem Handeln und sozialer Orientierung, von Distinktionsverhalten und von ästhetischer und ethischer Wert-Geltung fixiert. Die formula beinhaltet darüber hinaus auch spezifische institutionelle Vorkehrungen, die Relevanz für Kauf, Nutzung und gesell-

schaftliche Absicherung von Automobilität haben (Steuersystem, Versicherungsauflagen, Erteilung von Fahrerlaubnis etc.) Es ist denn ‚Automobilismus‘ ein außerordentlich facettenreicher sozialer und kultureller Tatbestand – ‚sichtbar‘ auf dem weihnachtlichen Gabentisch, über gesellschaftlich generalisierte Erwartung der Verfügbarkeit von Fahrkompetenz (Führerscheinbesitz) in bestimmten Berufsfeldern und sozialen Umwelten, die beachtliche Eignung von differenziellen Automobilbesitz als Sozialindikator neben Berufstätigkeit, Bildungsniveau und Einkommen und der Einsichtigkeit des Wandels von Gender-Differenzierung über die Messung der Unterschiede in Fahrkompetenz und Fahrverhalten, bis hin zur automobilen Metaphorik in Literatur und darstellender Kunst.

### III

Am Beginn der Gesellschaftsgeschichte der Bundesrepublik war das Automobil bereits gute 50 Jahre alt und sowohl technisch wie auch ökonomisch und sozial ‚nachhaltig‘ eingeführt. Schon Ende der 20er Jahre hatte sich insbesondere in den USA der ‚impact‘ von Automobilisierung vielgestaltig angezeigt. Die wirtschaftliche Situation nach dem Ersten Weltkrieg verzögerte in Deutschland – im Vergleich nicht nur zu den USA, sondern auch zu Frankreich und England – eine Verbreitung des Automobils als Vehikel ‚individueller Massenverkehrs‘ ganz beträchtlich. Zunächst setzte sich – stärker als anderswo – das Motorrad als billigere Variante motorisierter Mobilität in Szene. Die im Vergleich nicht nur zu Amerika, sondern auch zu Frankreich und England, erkennbare ‚nachholende Automobilisierung‘ ist nicht zuletzt Reflex der eindrucksvollen Zweirad-Motorisierung in Deutschland nach dem Ersten Weltkrieg. Nirgendwo in der Welt spielte die Motorrad-Phase eine so große Rolle bei der Entfaltung von Individueller Massenmotorisierung wie in Deutschland – ganz offenbar ein Zusammenwirken von ungeheurem Mobilisierungsdruck und bescheidenen ökonomischen Möglichkeiten.

Ein Blick auf die weltweite Kraftfahrzeugproduktion zeigt aber deutlich: In den 20er Jahren und auch 1932 noch erheblich hinter Frankreich und Großbritannien rangierend, ist Deutschland im letzten Vorkriegsjahr 1938 an Frankreich vorbei gezogen und nach Großbritannien die Nummer 2 in Europa. Ausweis ist diese Entwicklung sowohl einer gezielt

‚autofreundlichen‘ Steuerpolitik der Reichsregierung, wie auch forcierter Industrieförderung.

Jahr	1903	1913	1925	1932	1938
USA	38,9	80,0	87,0	69,5	62,8
Kanada	x	2,5	3,3	3,2	4,2
Frankreich	48,5	7,4	3,6	8,5	5,7
Großbritannien	6,9	5,6	3,4	12,1	11,1
Deutschland	5,0	3,4	1,3	2,7	8,6
Italien	0,8	1,1	1,0	1,5	1,8
Sonstige Staaten	x	x	0,3	2,4	5,9

**Figure 1.** Verteilung der Welt-Kraftwagenproduktion (in Prozent), 1903-1938.

Blanke Ziffern erzählen freilich nicht alles: Vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Erholung ab 1933 entwickelte sich auch in Deutschland Automobilisierung als Momentum von Mittelklasse-Gesellschaft – nicht zunächst rasch im Sinne von faktischem Automobilbesitz, wohl aber im Sinne nicht gänzlich verwegenen Wunsch-Denken und Aspirationsverhalten breiter sozialer Schichten (Stichwort: Volksmotorisierung). Vergleichbare Dynamik gab es – mit zeitlichem Vorlauf – in England und Frankreich – freilich unter anderen politischen Rahmenbedingungen. In Deutschland verlief der Prozess der Automobilisierung ab 1933 unter nationalsozialistischer ‚Beflagung‘. Wichtiges Element der forcierten ‚Automobilisierung‘ war ‚Institutionen‘- und ‚Organisationen‘- Politik. Automobilclubs und –vereine unterschiedlichen Zuschnittes wurden gefördert, Schau- und insbesondere Rennsportveranstaltungen wurden geschickt als Ausweis des Erfolges des ‚Neuen Deutschland‘, des Nationalsozialistischen Regimes, inszeniert. Sportbezogener Patriotismus und Technikbegeisterung wurden wirkungsvoll in quasi-naturwüchsiges Einverständnis mit der nationalsozialistischen Ideologie überführt.

Die Geschichte der ‚Silberpfeile‘ von Auto-Union und Mercedes Benz – die Rennwagen dieser beiden deutschen Autohersteller beherrschten seit 1934 die Pisten der Welt – ist auch politische Geschichte des nationalsozialistischen Deutschland. In Deutschland förderte denn das nationalsozialistische Regime eine Automobilisierung der Gesellschaft: Oberflächlich durchaus orientiert am Modell der amerikanischen Gesellschaft sollte die Mobilität via Automobilisierung die Gesellschaft nicht nur technisch-faktisch und ökonomisch sondern auch ideologisch integrieren; räumliche Mobilisierung, das private Automobil insbesondere, sollte Vehikel sein auch für ideologische Mobilisierung. Die Er-Fahrung der heimatlichen Lande wurde effektiv in die völkische Mobili-

sierung eingepasst. Es wurde 'Automobilisierung' als Milieu etabliert; unabhängig von der nach wie vor faktisch gegebenen Unerreichbarkeit eines Autobesitzes für die große Mehrheit der Bevölkerung (der Volksgenossen) reüssierte das Auto als Aspiration für die breiten Kreise der Landsleute. Das staatliche Engagement in Sachen 'Volkswagen' ist besonders eindrucksvoller Vorstoß in Richtung auf die 'Fixierung' eines Auto-Milieus in Deutschland: Der Besitz eines Automobils wird zu einem Volks-(=Völkischen) Projekt! Dies war unverkennbar eine 'qualitative' Weiterentwicklung gegenüber der gesellschaftlichen Präsenz von 'Auto' noch in den 20er Jahren – in denen die Nutzung eines Automobils ungeachtet einer raschen Zunahme der Fahrzeugdichte einer sehr kleinen Minderheit vorbehalten blieb, und in der breiteren Mittelschicht allenfalls 'Autobesitz-Träume' "real" wurden. Die wenigen für Mittelschichtangehörige überhaupt erschwinglichen Volks-Auto-Fahrzeuge stellten mit Blick auf Technik und Komfort mehr oder minder geglückte 'Annäherungen' oder/bzw. Vorformen an ein Automobil (man denke etwa an den Hanomag Kommisbrot) dar (unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg gab es dann wieder eine kurze heftige Konjunktur solcher Vorformen eines Autos in Europa – und insbesondere in Deutschland).

#### IV

Der VW Käfer stellt gegenüber Ford T-Modell, Austin Dixie u. a. zweifellos eine neue Qualitätsstufe von 'Auto' als Momentum individueller Massenmobilität dar: Fortgeschrittene Massenproduktion, Berücksichtigung der im Laufe der zwanziger Jahre deutlich gewachsenen Ansprüche an Fahrzeugkomfort und Fahrzeugsicherheit sowie auch Nutzung neuester fertigungstechnologischer Innovationen werden mit dem VW-Konzept realisiert. Weiterhin sind die Eckpunkte von 'Vernünftigkeit' in Sparsamkeit, Zuverlässigkeit, technischer Einfachheit gegeben – gegenüber den Vehikeln der 20er Jahre deutlich stärker betont wird allerdings Sitz- und Reisekomfort sowie allgemeine Familientauglichkeit. Das Volksauto der zwanziger Jahre war sehr stark orientiert an den kleinen Gewerbetreibenden und Handlungsreisenden, der am Wochenende vielleicht einmal die Chance nutzt, mit seiner Familie (oder Teilen der Familie) einen kleinen Ausflug zu machen. Das VW-Konzept und andere Volksauto-Konzepte der beginnenden 30er Jahre (etwa Opel P 4) nehmen stärker Bezug auf Familiennutzung mit Ansprüchen

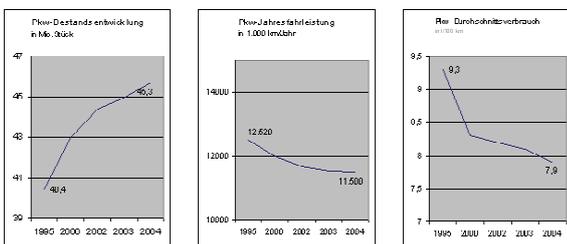
an Kofferraum, Innenraumgröße, Federungskomfort, Belüftungsmöglichkeiten und nicht zuletzt auch mit dem legitimen Wunsch nach Heizung! Es entsteht der Volks-Reisewagen! Im VW Käfer werden die gesellschaftlich geltenden Anforderungen und Wünsche der Anfang 30er Jahre im geradezu faszinierender Weise aufgenommen und technisch-ingenieurmäßig höchst innovativ vorgestellt: Heckantrieb mit Luftkühlung, geschlossener Ganzstahlfahrzeugkörper mit moderner Stromlinienform, großer komfortabler Innenraum mit relativ guten Sichtverhältnissen nach außen, leichte Bedienbarkeit, noch hoher Grad an Eigenwartungs- und Reparaturkapazität sowie beachtliche Zuverlässigkeit der technischen Grundkonstruktion zeichnen hier das 'vernünftige Auto' aus. Noch nicht mit einbezogen in den gesellschaftlichen Standard an Vernunft mit Blick auf Automobile sind allerdings Ansprüche, die dreißig Jahre später Standard werden. Hierzu gehören gehobene Ansprüche an die Leistungsfähigkeit von Belüftung und Heizung, hierzu gehören bestimmte Qualitäten der Fahreigenschaften (Der Heckmotor führte zu deutlicher Übersteuerneigung des Fahrzeuges in schnell gefahrenen Kurven!) und hierzu gehören auch basale technische Sicherheitsaspekte, die beim Volkswagen unterschritten werden durch die Anbringung des Benzintanks im Vorderwagen, die Gestaltung von Armaturenbrett und Pedalerie etc. Was im weiteren sozialkulturellen Sinne den Volkswagen in der Urteilsbildung über Jahrzehnte hinweg zu einem besonderen Auto macht, ist auch die relative 'Status-Neutralität' dieses Wagens. Wenngleich nicht nur „Volkswagen“ genannt, sondern auch mit Blick auf Motorleistung und Komfortangebot zweifelsfrei kein Luxusgefährt, blieb für das Marketing und die Marktzugänglichkeit des Volkswagens kennzeichnend, dass er über breite berufs-, einkommens- und kulturdefinierte Bevölkerungsschichten hinweg irritationsfrei genutzt werden konnte. Aber nicht nur als Erstfahrzeug des Familie oder Besitzers reüssierte der Volkswagen über breite soziale Schichten hinweg – er hatte einigen Erfolg auch als Zweitauto (für die Ehefrau oder für die heranwachsende Jugend). In mancher Hinsicht knüpfte die große Geschichte des Volkswagens an die Geschichte des Ford T-Modells an: der VW wurde wahrgenommen und akzeptiert als ein 'Weltauto'.

## V

Wie bereits der Erste Weltkrieg – so war auch der Zweite Weltkrieg mit einem enormen allgemeinen (und eben auch Auto-) Mobilisierungsschub verbunden: Raumbezogenen Kampfführung sowohl in der Ebene wie auch in der Dritten Dimension (Luftfahrt) forderte und förderte Realisierung von Projekten und Fantasie in Sachen motorisierte Bewegung – und insbesondere dabei das Gewährwerden der Möglichkeiten und Wünschbarkeiten entfalteten Gebrauchs von Automobilen.<sup>1</sup> Auch bei den Verlierern des Zweiten Weltkrieges zeigte sich dieser als Motor der Motorisierung – und v.a. auch der Automobilen Motorisierung als Merkmal von Modernisierung der Lebensführung. Und dies eben nicht nur bei der technisch-ökonomischen und politisch-administrativen Elite, sondern ebenfalls in breiten Schichten der Gesellschaft.

## VI

Die folgende Tabelle zeigt zunächst einmal die Entwicklung PKW-Produktion zwischen 1945 und 1960 in ausgewählten Regionen – wobei uns hier insbesondere der vergleichende Blick auf die europäischen Nationen interessiert: Mit Ausnahme von Großbritannien beginnt nennenswerte Autoproduktion im Nachkriegseuropa erst Ende der 40er Jahre. Nach gegenüber den europäischen Nachbarländern deutlich verzögertem Wieder-Anlauf überholt West-Deutschland aber bereits 1947 Italien und dann 1953 Frankreich und 1956 selbst Großbritannien als KFZ-Produzent – und bleibt fortan für viele Jahre nach den USA diesbezüglich im Weltvergleich die Nummer 2.<sup>2</sup>



Zugleich wird die Bundesrepublik in den späteren 50ern und in den 60er Jahren auch wichtiger KFZ-

Exporteur und Importeur von Fahrzeugen aus dem europäischen Ausland.

Flankiert, und zumindest partiell auch erklärt, wird die zügige Automobilisierung in der Bundesrepublik, die ähnlich wie alle Nachkriegsgesellschaften Europas, dem US-amerikanischen Vorbild folgend, zunehmend die Merkmale fordristischer Industrialisierung zeigt,<sup>3</sup> durch eine forcierte gesamtwirtschaftliche Wachstumsdynamik – die mit dem Stichwort ‚Wirtschaftswunder‘ gewiss problematisch vereinfacht gekennzeichnet ist – und durch sozialstrukturelle Entwicklung, die manchem sozialwissenschaftlichen Fachbeobachter nahe legen, vom Advent einer ‚nivellierten Mittelstandsgesellschaft‘ als Überwindung der ‚antagonistischen Klassengesellschaft‘ zu sprechen.

Wenngleich die makroökonomischen Daten der ‚Nivellierungsthese‘ deutlich widersprechen – über die 50er und 60er Jahre hinweg hat sich wirtschaftliche Ungleichheit eher erhöht denn verringert<sup>4</sup> – ist eine beachtliche Kaufkraftsteigerung auch mittlerer Einkommensgruppen entscheidende Voraussetzung für eine sozial breite Automobilisierung – insbesondere ab Ende der 50er Jahre. Diese ‚Automobilisierung‘ wird angezeigt sowohl mit Blick auf die sozialstrukturelle Komposition der Autobesitzer, wie auch mit Blick auf die Zusammensetzung des Kraftfahrzeug-Bestandes nach Krafträdern und Kraftwagen. Erst Ende der 60er Jahre haben Arbeiterfamilien in nennenswertem Umfange teil an der sich herausbil-

<sup>3</sup> Wichtiger Indikator für die Herausbildung der modernen Industriegesellschaft ist ohne Frage die sog. Sektoren-Entwicklung mit Blick auf Beschäftigung und Anteil am Produktionsvolumen. Diesbezüglich dokumentieren die 50er und 60er Jahre in der Bundesrepublik wichtige Veränderungsschübe in Richtung auf ‚Industriegesellschaft‘ und die Entfaltung von ‚Fordismus‘: Daten hier entnommen aus Bernhard Schäfers, Gesellschaftlicher Wandel in Deutschland, Stuttgart 1990, 151.

<sup>4</sup> Vgl. die Darstellung bei Karl Martin Bolte./D.Kappe, /Friedhelm Neidhardt, in: Soziale Ungleichheit (1974): „Der Anteil am Volkseinkommen aus unselbständiger Arbeit ist in der BRD seit 1950 erheblich gestiegen (1950: 58,7%; 1970: 67,5%). In der gleichen Zeit hat jedoch der Anteil der Unselbständigen an allen Erwerbstätigen ebenfalls – und zwar noch stärker als ihr Einkommensanteil – zugenommen (1950: 68,6%; 1970: 82,8). Wäre die Lohnquote im gleichen Maße gestiegen, wie allein nach der Zunahme des Unselbständigenanteiles an den Erwerbstätigen zu erwarten gewesen wäre, so müsste sie 1970 70,8% betragen haben („modifizierte Lohnquote“). Da sie aber nur 67,5% erreichte, hat von 1950 bis 1970 der Anteil eines einzelnen unselbständigen Arbeitenden am Volkseinkommen nicht etwa zugenommen, wie nach der absoluten Steigerung der Löhne und Gehälter vielleicht zu vermuten war, sondern im Gegenteil sogar leicht abgenommen.“ Daten aus: Wirtschaft und Gesellschaft 270. 1970, 137.

<sup>1</sup> Vgl. speziell hierzu ausführlicher: Kurt Möser, Geschichte des Autos, Frankfurt/M. – New York 2002, 171-189.

<sup>2</sup> Zur Grafik ‚PKW-Produktion zwischen 1945 und 1960‘: entnommen aus Roger Gloor, Nachkriegswagen Personenaautos 1945-1960, Bern 1980, 10.

denden ‚Autogesellschaft Deutschland‘ und erst ab Mitte der 50er Jahre übersteigt die Zahl der PKW jene von Motorrädern – die Individuelle Massenmobilität ist mehr und mehr Automobilität.

## VII

Die außerordentliche ökonomische Automobilisierung Westdeutschlands – die schließlich dazu führt, dass Deutschland mit Ende des Jahrhunderts wirtschaftlich stärker an die Automobilindustrie gebunden (abhängig) ist, als jedes andere Industrieland – ist begleitet von kultureller Automobilisierung, von einer beeindruckenden lebensweltlichen ‚Aneignung‘ von Auto-Mobilität in Bezug auf sozialer Distinktion, kollektiven Verhaltensweisen und ‚public-private-partnerships‘ via Steuerpolitik, staatlicher Verkehrs-Infrastruktur-Versorgung, Siedlungspolitik etc.

Über Besitz und Nutzung von Automobilen dokumentierte – so lässt sich metaphorisch sagen – die BRD sich selbst ihren „Fortschritt“ sowohl auf aggregiert kollektiv-gesamtgesellschaftlicher Ebene in Produktions- und Exportziffern, wie auch auf der Ebene individueller Gemütslagen, Handlungs-Orientierungen und Entscheidungen.

In einer Studienarbeit konstatiert Pamela Finley zutreffend:

„Das Auto, Symbol von Wohlstand und einem höheren Lebensstandard, wurde mit der Breitenmotorisierung Gegenstand gesellschaftlicher Distinktionsprozesse, wo der Einzelne bestrebt ist, sich anhand von Statusgegenständen von der Allgemeinheit abzuheben. Die fünfziger Jahre gelten als Beginn des Übergangs ‚vom notwendigen zum innerhalb enger Grenzen individuell gewählten Konsums‘ (Wildt 1966, S.63ff). Schildt kritisiert, dass die ‚Verbrauchswelle‘, ‚Freiß-,Kleidungs-, Urlaubswellen‘, etc., zu den gängigen Topoi über die fünfziger Jahre gehörten. Dabei setzte hinter dem Bild der homogenen Konsumwelten, das Charakteristische des modernen Massenkonsums, nämlich die Differenzierung des Konsums aufgrund von Distinktionsbestrebungen und der Zerfall in plurale Lebensstile, bereits ein.“<sup>5, 6</sup>

<sup>5</sup> Vgl. Michael Wildt, Vom kleinen Wohlstand. Eine Konsumgeschichte der fünfziger Jahre, Frankfurt/a.M. 1966 und Axel Schildt, „Mach mal Pause!“ Freie Zeit, Freizeitverhalten und Freizeit-Diskurse in der westdeutschen Wiederaufbau-Gesellschaft der 50er Jahre, in: Archiv für Sozialgeschichte 33. 1993, 357-406

<sup>6</sup> Entnommen aus Pamela Finley, Der Einfluß des Automobils auf das Reiseverhalten seit der Epochengrenze zur motorisierten Gesellschaft. Eine Seminararbeit im Rahmen der Forschungs-

‚Gewaltig‘ ist auch die Automobilisierung des Alltags: Das Automobil gewinnt als Geschäftsverkehrsfahrzeug ebenso rasch an Bedeutung wie als Familien-Ausflugs- und Ferien-Vehikel.

## VIII

Andere sozialkulturelle Bewegungen betreffen die zunehmende Beteiligung von Frauen an ‚Automobilität‘ – sowohl hinsichtlich schlichter Verkehrsleistung (Frauen als AutofahrerInnen), wie auch hinsichtlich Kaufkraft (Frauen als selbständige Autokäufer) und als ‚kaufentscheidungsmit helfende‘ Familienmitglieder – sowie die sich verschiebende Altersstruktur von Automobilkäufern (in den 50er und 60er Jahren v.a. allem die rasch wachsende Zahl jüngerer Autokäufer). Das Thema ‚Frau am Steuer‘ – seit Beginn des Autofahrens Assoziationsressource für Aussagen zwischen fröhlicher Volksweisheit und schlicht-schlechter Ideologie – erfährt ab den 60er Jahren bemerkenswerte Überarbeitung als ‚Kultur-gut‘!<sup>7</sup>

Es wird die westdeutsche Automobilisierung nicht zuletzt ein nicht unwichtiges – wenn man etwas zugespitzt formuliert: ideologisch das System legitimierendes - ‚Thema‘ der ideologischen Ost-West Konfrontation.

Wenngleich die Produkte ostdeutscher Hersteller – ‚Trabant‘ und ‚Wartburg‘ – in technischer Hinsicht mit den westeuropäischen Fahrzeugen bis Anfang der 60er Jahre noch in etwa mithalten konnten, zeigten die Ziffern für Fahrzeugbestand und –dichte schon Mitte der 50er Jahre signifikante Differenz an:

Einwohner je Kraftwagen (1957)

BRD	DDR
20	71

‚Angepasst‘ an die restriktiven politisch-ökonomischen Rahmenbedingungen der DDR-Gesellschaft entwickelten sich im Osten Deutschland durchaus strukturell ähnliche Formen von Automobilismus-Kultur wie in Westeuropa – mit Blick auf Aspiration und Nutzung, sozialer Anerkennung und auch Be-

gruppe Automobil und Kultur am Institut für Soziologie der Universität Erlangen-Nürnberg, 1999, 12.

<sup>7</sup> Zu den Befunden dieser ‚Überarbeitung‘ aus der Sicht der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts vgl. etwa: Birgit Hodenius, Frauen fahren anders! in: Gert Schmidt (Hg.), Technik und Gesellschaft, Jahrbuch 10: Automobil und Automobilismus, Frankfurt-New York 1999, 167-182.



strebungen um individuelle ‚Aneignung‘ (customizing). Die außerordentliche Knappheit des Privat-Wirtschafts-Gutes Automobil führte allerdings zu manch besonderen Verhaltens- und Wahrnehmungsweisen – Pflege, hohe Preise für Gebrauchtwagen, Automobilerwerb via Geschenk aus dem Westen, Witze<sup>8</sup> – und förderte hierüber nachhaltige, für das Regime nicht unproblematische, kollektive Defizit-Erfahrung im Vergleich zu Westeuropa und insbesondere zur benachbarten BRD.<sup>9</sup>

## IX

Nur wenige Automobile repräsentieren so deutlich – so unmissverständlich – ein ‚von oben‘ gesellschaftspolitisch generiertes und ideologisch fundiertes Konzept von Automobil wie der von 1955 bis 1991 gebaute Trabant. Von westlichen Autotestern und Autofans gerne milde oder höhnisch belächelt, dokumentiert der Trabi aber erstaunliche ‚Vernünftigkeit‘, in der sich sozialistisch-rationale Vorstellung der Verwirklichung von individueller und familialer Mobilität bei knappen materialen Ressourcen verbunden mit innovativen Ingenieursleistungen ausdrückt: Rohstoffschonende Herstellung (kein Blechkleid, sondern Kunststoffkarosserie – ‚Plaste‘), einfache Konstruktion von Motor, Fahrwerk und Aufbau (wenig bewegliche Teile, leichte Auswechselbarkeit etc.), Zuverlässigkeit und Langlebigkeit, erstaunlich günstige Relation von Innenraum versus Fahrzeuggesamtgröße, große Vielfalt möglicher Sonderversionen u. a. mehr. Freilich ‚verpasst‘ der Trabi auch als Klein- und ‚Volks‘-Wagen spätestens ab den 70er Jahren geltende West-Standards ‚vernünftigen Automobiles‘ nicht nur fahrleistungsmäßig und mit Blick aufs doch etwas ‚altbackene‘ Styling, sondern auch hinsichtlich Komfortangebot (inkl. Geräusch-Kulisse!) und aktiver wie passiver Sicherheit. Die

<sup>8</sup> Jonathan Zaitlin vermittelt in seinem Artikel ‚The Vehicle of Desire – The Trabant, The Wartburg, and the End of the GDR‘ (1997 German History Vol.15/ 3) ein aussagestarkes Bild der kulturell-ökonomischen Infrastruktur der DDR als ‚Auto-Gesellschaft‘: ihm zufolge hat das Unvermögen des Regimes, den Bürgern ausreichend Autos zur Verfügung zu stellen zum Untergang der DDR beigetragen. Bezeichnend für die letztlich gescheiterten Versuche des Staatsapparates die Autokultur in der DDR in den Griff zu bekommen ist etwa, dass in Kontaktanzeigen der Hinweis auf den Autobesitz verboten war und dass für Autos keine Verkaufsanzeigen geschaltet werden durften.

<sup>9</sup> Siehe hierzu ausführlicher: Peter Kirchberg, Der automobiler Mangel – Anmerkungen zu den Grundlagen der Automobilkultur in der DDR, in: Gert Schmidt (Hg.), Technik und Gesellschaft Jahrbuch 10: Automobil und Automobilismus, Frankfurt-New York 1999, 237-250.

polemische Herabwertung dieses originellen Automobils war nichts desto trotz auch Ausdruck des politischen und weltanschaulichen Ost-West-Konfliktes!

## X

Neben die unverdrängte, zwar politisch gewollte auch militaristisch ‚angereicherte‘, aber doch von vielen als im wesentlich ‚zivil‘ erfahrene, ‚Automobilismus-Tradition‘ im Dritten Reich und die Stärkung von Automobil-Präsenz via Kriegsgeschehen entwickelte sich der ‚Automobilismus‘ in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg sehr stark als Rezeption des Modells ‚Amerika‘, als Aufnahme und Umsetzung gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse ‚à la américain‘. Die ‚An-Nahme‘ (in des Wortes mehrfacher Bedeutung!) amerikanischer Lebensformen wurde zum ‚hidden curriculum‘ - und nicht selten auch schlicht zum offenen Programm – des (Neu/Wieder) Aufbaus der Nachkriegsgesellschaften in Europa. Und Automobilismus zählte fraglos zu den ‚eindrücklichsten‘ Erscheinungen der amerikanischen Gegenwart als europaweit erwünschter Zukunft. Automobilismus meint hierbei – daran ist begrifflich zu erinnern – nicht nur die Zahl der Automobile, sondern die qualitative Prägung von materialer und ‚idealer‘ Lebenswelt<sup>10</sup> – d.h. von Siedlungsformen, gesellschaftlich geltenden Anerkennungsstandards und kollektiv wirksamen Ritualisierungen von Handeln und Symbolbesetzungen.

Die Entwicklung der Karosserieformen – des Automobildesigns – in den 50er Jahren zeigt deutlich den Impact des Vorbildes USA: Schon in den 30er Jahren wurde der Einfluss amerikanischer Hersteller auf die Gestaltung der Autokarosserien in Europa sichtbar – etwa mit Blick auf Ansätze von Stromlinienform und modische Verzierung. Die Orientierung an Massenkonsum erfolgte jenseits des Atlantik früher und ‚konsequenter‘; die Sloanistische Phase des Fordismus begann in den USA mit dem Aufstieg von Ge-

<sup>10</sup> Die folgenden Sätze aus Kurt Hünninghaus, Geliebt von Millionen. Das Automobil und seine Geschichte, Düsseldorf-Wien 1961, 240 vermitteln diese Prägung: „Die eigentliche Bedeutung, die dem Automobil in den USA von heute zukommt, liegt jedoch nicht in den wirtschaftlichen Auswirkungen seiner Produktion, sondern in seinem Einfluß auf die geistige Entwicklung der Nation. Das Auto ist das Fahrzeug der Individualisten, geschaffen von Männern, die selber Individualisten waren. Nicht von ungefähr sind die USA zum Hort der geistigen und politischen Freiheit geworden.“

neral Motors gegen Ford bereits Ende der Zwanziger Jahre.<sup>11</sup>

In den ersten beiden Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg setzten dann aber amerikanische Autos die Maßstäbe – insbesondere was die Formgestalt anbetrifft<sup>12</sup>:

Eine unverkennbare Orientierung an ‚Amerika‘ ist aber früh begleitet von Absetz- und Differenz-Wahrnehmungen, worüber sich auch spezifischer Produkt-Stolz artikuliert: Der schier Größe von Fahrzeugkörper und Hubraum der Achtzylinder und dem Komfort sowie der relativen Preiswürdigkeit auch großer Wagen auf dem amerikanischen Markt halten die Autos aus Europa und insbesondere auch Deutschland mit besserer Straßenlage, besseren Bremsen und besserer Wirtschaftlichkeit entgegen. Kaum übertrieben ist die Behauptung, dass die weltweite Wiederanerkennung von Deutscher Facharbeit und Ingenieursleistung im Besonderen und gesellschaftlicher ‚Produktivkraft‘ im allgemeinen insbesondere auch ans Automobil gebunden ist: neben Chemie und Maschinenbau ist das Auto ‚Made in Germany‘ Image- und Hoffnungsträger und faktische Exportleistung der westdeutschen Wirtschaft ab Beginn der 50er Jahre. Insbesondere der VW-Käfer wird bald schon zum Image-Träger.

	1950	1952	1954	1956
Produktion	90.038	136.013	242.673	395.211
Export	29.387	46.884	108.922	218.540

Auch nach ‚innen‘ – d.h. für die ideologische Selbstwiederaufrichtung des ‚Deutschen Volkes‘/der ‚Deutschen Gesellschaft‘ als Gemeinschaftserlebnis – werden VW, BMW und Mercedes Benz prägende positive Signale. Dabei spielen insbesondere die Exporterfolge deutscher Automobilhersteller (v.a. jene in den USA) eine erhebliche das ‚Image‘ pflegende Rolle. Vgl. hierzu einen Textauszug aus einem ‚Amerika-Bericht‘ in der Zeitschrift ‚Auto, Motor und Sport‘ 1957 mit Argumenten, die 50 Jahre später noch/wieder relevant sind – Heft 15/1957, S. 21:

<sup>11</sup> Zu ‚Fordismus und Sloanismus vgl.: Robert Boyer/Michel Freyssenet, Produktionsmodelle. Eine Typologie am Beispiel der Automobilindustrie, Berlin 2003 (orig. frz. Paris 2000).

<sup>12</sup> Vgl. etwa Gert Schmidt, Design im Spannungsfeld von Funktion und Fiktion. Erinnerung an ein Stück Automobilgeschichte im 20. Jahrhundert, insbesondere an die Tailfins, in: Weert Canzler und Gert Schmidt (Hg.), Das Zweite Jahrhundert des Automobils a.a.O., 165-190.

„Ohne dass es zunächst besonders auffiel, stieg unter den nach USA eingeführten Wagen der Anteil der kleinen Tourenwagen, und hier war es ganz besonders der VW, der recht eindrucksvolle Verkaufszahlen aufzuweisen hatte. Inzwischen bestehen für Volkswagen in USA erhebliche Lieferfristen, und wenn nicht alles täuscht, werden etwa 100.000 von den 200.000 in diesem Jahr in USA eingeführten Wagen Volkswagen sein. Das wären etwa 1,7% der US-Automobilproduktion. 1,7% sind nicht viel, und kein US-Automobilhersteller könnte bei einem solchen Marktanteil existieren. Das entscheidende ist aber, dass dieser Marktanteil von einem für amerikanische Verhältnisse völlig ungewöhnlichen Fahrzeug erreicht wurde, und dazu ohne jegliche Reklame und mit der geringen Unterstützung einer erst im Aufbau befindlichen Händler- und Serviceorganisation. Hier zeichnet sich zweifellos eine Tatsache ab, die Amerikas Automobilfabriken nicht wahrhaben wollen, oder von der sie zumindest nicht zugeben, dass sie sie ernst nehmen: die Tatsache, dass das amerikanische Automobil keineswegs so ideal auf alle Bedürfnisse des amerikanischen Durchschnittskäufers zugeschnitten ist, wie man bis dahin angenommen hat.“

## XI

Die Autokultur in Der Bundesrepublik Deutschland wird dem amerikanischen Vorbild folgend nach 1950 im Sinne von Sloanismus, also als statusbezogene Konsumkultur – in Weiterentwicklung klassisch fordistischer Automobilisierung – entfaltet: die lange anhaltende wirtschaftliche Aufwärtsentwicklung aus der Misere der unmittelbaren Nachkriegszeit heraus befördert die ‚sensible‘ Wahrnehmung von Aufstieg und Differenzsetzung gegenüber dem ‚Nachbarn‘ gerade auch via Autobesitz; nach Motorrad und ersten Kleinstwagen à la Lloyd, Isetta oder Maico war der Volkswagen gewichtiger Ausweis fürs ‚We Made It‘ – und rasch richtete sich der Ehrgeiz auf das Automobil ‚Nach dem VW‘: Ford Taunus, Opel Olympia oder Borgward Isabella dokumentierten den Sprung in neue Mittelschicht-Konsum-Kraft – und die großen Opel Kapitän, BMW 501/502 und Mercedes 300 reüssierten für viele als – zunächst unerreichbare, aber Orientierung gebende – Luxusvehikel.

## XII

„Das Auto ist des Deutschen Liebstes Kind“ – diese flotte Formel verrät die besondere Autobesessenheit im Wirtschaftswunderland BRD. Nicht zuletzt wird dies durch eine rasch anwachsende und vielgestaltige Autoliteratur dokumentiert – sich erstreckend auf Bücher und Zeitschriften, sowie feste Rubriken in Tageszeitungen und Wochenblättern<sup>13</sup>.

Es gehört schließlich auch zum Thema ‚Autokultur‘, dass in den 50er und 60er Jahren Berufe in der Autoindustrie erhebliche Symbolfunktion hatten für Jugendliche – und Nicht-Mehr-Ganz-So-Jugendliche. ‚Automechaniker‘ wurde etwa für viele Knaben zum Traumberuf, Jugend-Autobücher zu einem bedeutenden Literaturzweig, und Fachzeitschriften zum Thema Auto erreichten beachtliche Auflagen. Technisch immer raffinierter gestaltete Spielzeug- und Modell-Autos (mit Beleuchtung, mechanischer und elektrischer Fernlenkung etc.) bedrängten die klassische Eisenbahn auf den weihnachtlichen Gabentischen, wie Autoverkaufsstätten - Autosalons – die besten Schaufensterplätze in den Innenstädten ‚eroberten‘.

## XIII

In besonderer Weise prägend wird das ‚Auto in Deutschland‘ schließlich mit Blick auf die Arbeitswelt: Nicht nur, dass erhebliche Anteile von Beschäftigung im Lande direkt und indirekt ‚irgendwie‘ am Auto hängen, Fragen der Arbeitsorganisation und Probleme von Arbeitspolitik werden am Fall der Autoindustrie diskutiert und nicht selten auch ‚durchgekämpft‘. Ist in den 50er Jahren noch die klassische Schwerindustrie – Kohle und Stahl – zentraler Focus von Arbeitsforschung und Arbeitspolitik, so rückt spätestens mit Beginn der 60er Jahre die Automobilindustrie in die Position der repräsentativen ‚Leit-Industrie‘.

Die folgenden Zitate aus Dokumenten repräsentativer Institutionen der allgemeinen ‚Materialen Aspirations-Kultur‘ der 50er und 60er Jahre in Westdeutschland bestätigen die ‚zeitgenössische‘ Bedeutung von ‚Auto‘:

„Die neueste Industrialisierungswelle ist durch die Produktion langlebiger Konsumgüter des gehobenen Bedarfs gekennzeichnet: Nähmaschinen, Fahrräder, Radios, Fern-

sehgeräte, Kühlschränke, Haushaltsmaschinen. Das repräsentativste Gut dieser Konsumgüterwelle ist der Personenkraftwagen, er ist vielleicht auch ihr wichtigstes, denn er kommt in geradezu idealer Weise den Bedürfnissen des modernen Menschen entgegen. Er ermöglicht seinem Besitzer, sich von den schienen- und fahrplangebundenen Massenverkehrsmitteln zu lösen. Er macht ihn damit sehr beweglich und erweitert seinen Lebenskreis. Der Personenkraftwagen individualisiert und erleichtert den Verkehr zugleich, was ihn zum meistbegehrten Konsumgut macht. Ein eigener Wagen ist heute der Traum jeder Familie. Sein Besitz ist zur Voraussetzung für einen angemessenen Lebensstil in unserer Zeit geworden. (IG-Metall 1956) „Das Automobil ist ein Gebrauchsgegenstand für jedermann zur Befriedigung von Alltagsbedürfnissen, wie sie in einer freien Welt zur fortschrittlichen Gestaltung unseres Lebens gehört.“ (ADAC, 1965)

## XIV

Die folgende Tabelle macht deutlich, dass mit dem Ende der 60er Jahre die Entfaltung vom Automobilität in Deutschland (zunächst in Westdeutschland – ab 2000 dann mit Blick auf das wiedervereinigte Gesamtdeutschland) längst nicht zum Abschluss gekommen ist - ja, noch nicht einmal der Status ‚relativer Sättigung‘ angezeigt wird. Ungeachtet dessen kann man aber behaupten, dass 25 Jahre nach Ende des Zweiten Weltkrieges die Strukturen einer ‚Autogesellschaft‘ weitgehend ausgebildet sind – via Fahrzeugbestand, Verteilung von KFZ-Besitz über breite sozioökonomische Schichten hinweg, Ausbau der Infrastruktur, Einfluss der Autolobby in Politik und Wirtschaft u.a.m.:

Jahr <sup>1</sup>	Zulassungspflichtige Kraftfahrzeuge				
	Insgesamt	darunter			
		Personenkraftwagen	Krafträder	Kraftomnibusse, Obusse	Lastkraftwagen
1950	2021	540	930	15	385
1960	8004	4489	1892	33	681
1970	16783	13941	229	47	1028
1980	27116	23192	738	70	1277
1990	35748	30685	1414	70	1389
2000	50726	42423	3179	85	2491
2001	52487	43772	3410	87	2611
2002	53306	44383	3557	86	2649
2003	53655	44657	3657	86	2619
2004	54082	45023	3745	86	2586
2005	54520	45376	3828	86	2572

<sup>1</sup> Bis einschl. 1990 früheres Bundesgebiet, 1950 ohne Saarland und Berlin-West; ab 2000 Deutschland bis 1990 Bestand 1.7; ab 2000 Bestand am 1.1. (Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt)

Figure 2. Kraftfahrzeugbestand in 1000.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Prominente Auto-Autoren sind in diesen zwei Jahrzehnten: Fritz B. Busch, Alexander Spoerl, Hanns Georg Strepp, Werner Oswald, Paul Frère, Horst Mönnich und Kurt Hünninghaus.

<sup>14</sup> Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt – hier entnommen aus: Bundeszentrale für politische Bildung, Datenreport 2006 – in Zusammenarbeit mit WZB und ZUMA, Bonn 2006.

In allen auto-produzierenden Ländern Europas tragen Automobile bei zur Findung und Bestätigung von kollektiver Identität – nicht zuletzt auch zur Differenz setzenden nationalen ‘Qualifizierung’: VW, Mercedes Benz und BMW etwa bewegen/repräsentieren spezifisch ‘deutsche’ Autowerte und –eigenschaften, Alfa Romeo und Fiat sind Ausweise italienischer Automobilität, Citroen und Peugeot zeigen Auto-Qualitäten auf französisch und Volvo und Saab schließlich werden als schwedischer Autostahl identifiziert. In den Anfangszeiten der zunehmenden Internationalisierung der europäischen Automärkte (bis in die 60er Jahre des letzten Jahrhunderts) wird der Besitz automobiler ‘Fremdprodukte’ durchaus noch kulturell signalisiert/‘betont’: „Aha – Herr Müller fährt einen italienischen Wagen“.

Später – und vollends nach der ‘Internalisierung’ japanische Automobilmarken ins normale Marktgeschehen (im Verlaufe der 80er Jahre) – rücken allerdings symbolische nationale Besetzungen des Gegenstandes Automobil gegenüber den Prestige/Image-Profilen bestimmter Marken (Toyota, Jaguar oder Hyundai) in den Hintergrund, ohne gänzlich ‘neutralisiert’ zu werden (in Autotestberichten oder Reportagen über die großen Autoshow und selbstverständlich häufig in Darstellung zur Wirtschaftslage und –entwicklung fungiert ‘Nationalität’ immer wieder als gern herangezogenen ‘Währung’ zur Differenzsetzung und Bewertung des Produkte-Spektrum ...)

## XV

Mit der Expansion des Automobilbesitzes und der Nutzung von Automobilen gehen bald einher auch Wahrnehmungen und Bearbeitung von negativen Folgen der Automobilisierung – Unfallgeschehen, Schadstoff- und Lärmbelastungen, Verkehrsstau und Geländeverbauung werden auch in der Bundesrepublik Themen allgemein gesellschaftlichen und vielgestaltigen fachlichen Gespräches; die ökonomischen, sozialen und kulturellen Konsequenzen der Automobilisierung werden erkannt und anerkannt als ‚Problem‘ – und Gegenstand ‚interessierter‘ Öffentlichkeitsbearbeitung und Politik-Gestaltung.

Verfolgt man die ‚kritische‘ Diskussion, so steht zunächst mit Blick auf sich häufende Unfälle und die Kosten für einzelne und die Gemeinschaft die Einflussnahme auf den einzelnen Autofahrer im Vor-

dergrund: Geschwindigkeitsbegrenzung im Stadtbereich, gezielte Aufklärungs-‘Reklame‘ in den Medien, Verschärfte Sanktionierung und Nutzung von Möglichkeiten technischer Verkehrsüberwachung. Hinzu kommen Bemühungen um neue ‚bessere‘ Verkehrsführung (‚autogerechter‘ Straßenbau – Kreuzungsfreie Autobahnverknüpfungen etc.) und verbesserte Organisation der Unfallfolgen-Versorgung (spezielle Klinikabteilungen, Rettungswagen und -hubschrauber etc.). An zweiter Stelle werden Fragen an das Automobil selbst gestellt – an dessen ‚aktive‘ und ‚passive‘ Sicherheitsausstattung (Vorbereitung des Fahrzeuges auf mögliche und realisierte Unfallereignisse im Sinne von Bremsqualität, Straßenlage etc. zum einen und Gestaltung des Fahrzeuginnenraums und der Verformbarkeit des Karosseriekörpers – Stichwort: Knautschzone – im Kollisionsfalle zum anderen). Und erst an dritter Stelle schließlich wird dann ‚Automobilisierung‘, d.h. kollektives und individuelles Mobilitäts-Verhalten mit dem Automobil kritischem Raisonement ausgesetzt<sup>15</sup>.

## XVI

Nicht zuletzt findet die rasante kulturelle Automobilisierung Niederschlag in Literatur und darstellender Kunst.

In dem Band „Technik in der Literatur“, hrsg. Harro Segeberg (1987) schreiben Jürgen Link und Siegfried Reinecke unter dem Titel: ‚Autofahren ist wie das Leben – Metamorphosen des Autosymbols in der deutschen Literatur‘:

„Seinen endgültigen „Durchbruch“ zum dominierenden Symbol unserer Kultur erlebt das Auto erst in der zweiten Nachkriegszeit. Einige kunstliterarische Zeugnisse aus den ersten Jahren der Bundesrepublik dokumentieren noch die Enttäuschung der um ihr persönliches mobiles Glück betrogenen „Volkswagensparer“, während andere bereits die fundamentale Bedeutung des Autos als Option auf eine gerechtere Gesellschaftsform, auf technischen und damit auch sozialen Fortschritt reklamieren:

In der Autostadt rollte alle zwei Minuten ein Wagen vom Band. Bewiesen oder unbewiesen – man hatte das Gefühl, dass die Welt damit alle zwei Minuten ein winziges Stück

<sup>15</sup> Von besonderem Interesse sind hierzu die Veröffentlichungen der Mobilitätsforscher am WZB, Berlin seit nunmehr bald 20 Jahren: Andreas Knie, Sassa Franke, Stefan Rammler, Weert Canzler – jüngst etwa Weert Canzler, Eine kleine Geschichte der Autokritik, in: Gert Schmidt/Holger Bungsche/Thilo Heyder/Matthias Klemm (Hg.), Und es fährt und fährt ... Berlin 2005.

weiterrückte (Horst Mönnich, *Die Autostadt*, München 1951, 412).

Werk und Produktionsort des Volkswagens werden zum repräsentativen Symbol für die demokratische Erneuerung Deutschlands stilisiert, die Konstrukteure und Arbeiter aber zu typischen Charakteren deutschen Wiederaufbauwillens. Der Volkswagen selbst wird in Mönnichs Roman als geniale Ingenieurleistung dargestellt, deren eigentliche Bestimmung von den Faschisten pervertiert worden sei. Befreit von ideologischer Vereinnahmung, führe das technische Artefakt Auto – zugleich jedoch „eine so natürliche Sache, wie sie Gott bei Schöpfungsbeginn vor Augen stand“ (a.a.O., S.114) – zu einer Metamorphose des kriegerischen (faschistischen) „Unmenschen“ zum friedfertigen und glücklichen Auto-Menschen, sobald er den Starter betätigt: Und ich sah, wie das leise Pochen, das die Haut des Wagens mit Leben bezog, gewissermaßen auch in die Adern des Menschen hineinfuhr, und wie er es als köstlichen Besitz empfand.“

Wolfgang Koeppen (1959) illustriert in einer Passage seines Buches ‚Amerikafahrt‘ die in den 50er und 60er Jahren im europäischen Bildungsbürgertum weit verbreitete Ambivalenz-Erfahrung der Verknüpfung von Amerika und Automobilität:

„Das Land, das ich sah, dieser Strich des Landes vor dem noch immer nicht humanisierten Wald, dieser der Wildnis abgetrotzte Garten schien weniger von Menschen als von Automobilen bewohnt zu sein. Die Kraftwagen beherrschen die Landschaft, sie standen in Rudeln vor jedem Haus, kampierten in Waldeslichtungen, ergingen sich an den Flüssen, hatten ihre Drive-in-Restaurants, ihre Drive-in-Kinos auf freiem Feld, ihre eigenen Hotels und ihre riesigen, überaus melancholischen Friedhöfe.

Zuweilen standen zwei Wagen, wie in einer Unterhaltung begriffen, in einsamster Natur, nicht die Menschen, die Automobile schienen die Herren des Erdteils zu sein und sich zu einem Rendezvous verabredet zu haben.“

Eindrucksvoll ist die Einbindung des Automobils in die poetische Zeitdiagnose etwa bei Arno Schmidt (1958):

„Freilich, wenn man Geld hätte [...] ich wüßte es jetzt schon richtig anzuwenden : ein winziges Häuschen in der Heide (achttausend höchstens; nicht wie diese Bausparkassen, die mit Zwanzigtausend um sich werfen, als wär's ein bloßer Silbenfall); im Ställchen eine Isetta; Eintausend erlesene Bücher : einmal in aller Ruhe die ‚Insel Felsenburg‘ durchgehen können, den ‚Nachsommer‘, oder Les-

sing von A bis Z; zur Nacht ein richtiges Bett zum Drinnenlegen ...“<sup>16</sup>

Auch Kulturkritik und theoretisch anspruchsvolle Gesellschaftskritik fokussiert ‚gerne‘ das Auto und seinen Einfluss auf Handeln und Wünschen der Menschen, entdeckt mit dem Blick auf die Autobebauung die ‚eingebauten‘ Ambivalenzen einer Moderne, die sich über materielle Güter und soziale Dynamik gebunden an ökonomische Differenzierung ‚rücksichtslos‘ gegen Mensch und Natur reproduziert<sup>17</sup>.

Zu Beginn der 70er Jahre – also am Ende der hier erörterten Epoche – ist die Spannung künftiger Auseinandersetzung um ‚Automobilismus‘ weitgehend vorbereitet: ‚Lust am Auto‘ versus ‚Alptraum Auto‘.

## XVII

Die neuere sozial- und kulturkritische Debatte ums Auto hat eine erstaunliche Karriere hinter sich: Nach kurzen beachtlichen Anti-Auto‘Schock-Wellen‘ in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts – wird heute das ernstzunehmende Gespräch auf Basis zweier Wahrnehmungen geführt<sup>18</sup>:

Ein „Weiter so wie bisher“ in Sachen Automobiliisierung wird nicht mehr lange möglich sein.

Eine Abschaffung des Automobils ist nicht möglich – und kaum erstrebenswert. Auch die einst prominente Rede von ‚alternativen‘ Verkehrskonzepten – ehemals mehr oder minder explizit wider das Privat-Automobil als dominantes Verkehrsmittel angesetzt – hat deutlich erkennbar die ‚eingebau-

<sup>16</sup> Siehe: Arno Schmidt, Schulausflug, in: Zürcher Kassetten 1985, 108.

<sup>17</sup> Symptomatisch: Jürgen Dahls ‚Der Anfang vom Ende des Autos‘, 1971 – ein Text, der noch/schon 1978 mit folgenden Sätzen vom Verlag angezeigt wird: „Ein berühmter Text, bereits 1971 publiziert, also längst vor der Ölkrise und vor der Diskussion um ein Tempolimit – und durch diese beiden Ereignisse leider in keiner Weise überholt. Darf ein Gegenstand zum Rückgrat einer Volkswirtschaft gemacht werden, dessen fortgesetzte Vermehrung und Verbreitung unausweichlich Land, Leute, Umwelt – ihn selbst zugrunde richtet?“ Heute wieder lesenswert ist die umfassende, der zeitgenössischen Rezeption der Marxschen Kritik der Politischen Ökonomie verpflichteten Studie ‚Zur sozio-ökonomischen Bedeutung des Automobils‘ von Thomas Krämer-Badoni/Herbert Grymer/Marianne Rodenstein, 1971, Frankfurt am Main .

<sup>18</sup> Vgl. Gerd Schmidt, Die Vision des ‚Vernünftigen Autos‘ und die Fiktion ‚Vernünftiger Automobilität‘, in: Gert Schmidt u.a. (Hg.), *Und es fährt und fährt ...* a.a.O., 251.

te“ Argumentationsfigur gewechselt von: „Gegen Das Auto“ zu „Mit Dem Auto“.

Beobachtet wird eine Differenzierung und Pluralisierung von Autokultur: Sog. Nischenmärkte gewinnen an Bedeutung - die Nischen werden größer! - und vor dem Hintergrund der Negativwahrnehmung von Flächenbebauung, Lärm- und Schadstoffbelastung - insb. aber als Reaktion auf sich verschiebende Kosten - verliert das Automobil in einigen Bereichen von Mobilität an Alleinstellungskraft und Dominanz.

Die unten stehende Grafik informiert über eine doppelte Entwicklung von Automobil-Mobilität in Deutschland: Einer geringeren Fahrleistung pro PKW und zurückgehendem Verbrauch pro PKW steht eine beachtliche Steigerung der Zulassungszahlen gegenüber.

Personenwagenproduktion nach Ländern und Jahren CAR PRODUCTION								
	D	F	GB	I	S	USA	CDN	J
	Deutschland	Frankreich	Großbritannien	Italien	Schweden	USA	Kanada	Japan
1945	1 293	1 565	16 938	2 093	—	69 532	1 868	—
1946	9 962	30 429	219 162	10 989	703	2 148 669	91 871	—
1947	9 541	66 277	287 000	23 375	2 545	3 558 178	167 257	110
1948	29 945	100 091	334 815	44 425	2 988	3 909 270	166 819	381
1949	104 055	187 653	412 290	65 379	5 341	5 119 466	193 556	1 070
1950	219 409	257 292	522 515	101 310	9 911	6 666 863	284 076	1 594
1951	276 622	319 881	475 919	119 267	13 078	5 398 435	282 714	3 611
1952	317 643	369 938	448 000	113 653	10 529	4 320 794	283 534	4 837
1953	397 895	371 168	594 808	143 598	19 176	6 116 948	360 385	8 789
1954	561 172	444 242	769 165	180 851	28 564	5 558 897	287 191	14 472
1955	762 205	561 465	897 560	230 978	33 140	7 920 186	375 028	20 268
1956	910 996	662 683	707 594	279 900	37 849	5 816 109	374 312	32 056
1957	1 040 188	738 280	890 842	318 775	52 367	6 113 344	340 016	47 121
1958	1 306 854	968 989	1 051 551	369 374	75 439	4 257 812	298 349	50 643
1959	1 503 424	1 127 962	1 189 943	370 659	95 647	5 591 243	301 801	78 596
1960	1 816 779	1 175 301	1 352 728	595 907	108 382	6 674 796	325 752	165 094

(Quelle: guild of motoring writers year book)

Keine Frage: Das Automobil bleibt präsent und nicht nur ökonomisch sondern auch kulturell ‚in Bewegung‘, d.h. es zeigen sich immer wieder auch neue Terrains für Automobilismus - auch in den bereits fortgeschrittenen Ländern der Automobilisierung. (Die SUV-Verkaufserfolge, ausgehend von den USA in den 80er und 90er Jahren, heftig auch den Markt in der Bundesrepublik erfassend, war eine von nur wenigen Experten in dieser Massivität und Nachhaltigkeit erwartete automobile Belebung!).

Mit entscheidend zur „Aufhebung“ der Fundamental-Autokritik hat die wissenschaftlich-technische Entwicklung in der Energiefrage beigetragen; die einst ‚viel versprechende‘ Argumentationsfigur: ‚Ende des (unseres) Automobilismus mit dem Versiegen der Ölquellen‘ schreckt die produzierenden und konsumierenden ‚Auto-Freunde‘ längst nicht mehr: ein erster früher spleen ad Atomauto ist zwar passé - aber Brennstoffzellenkonzepte und diverse Möglichkeiten von Bioenergienutzung - und jüngst vor allem eine erstaunliche ‚Renaissance‘ des

Elektroantriebes - geben Anlass zu solider Hoffnung auf anhaltende Automobilität ( im Sinne von Individueller Massenmobilität) auch jenseits des Öl-Zeitalters!

Das ‚Autoindustrieland Deutschland‘ sieht sich um die Jahrtausendwende in einer ambivalenten Situation: zum einen ist nicht zu übersehen, dass deutsche PKW hinsichtlich Technologie und Design insbesondere im sog. Premium-Bereich führende Position behauptet, bzw. wieder gewonnen haben - und auch der Konkurrenz aus Japan gegenüber unmissverständlich ‚präsent‘ sind, wobei selbst mit Blick auf zukunftsweisende Ressourcen schonende Motorisierung deutsche Technologie-Innovationen offensiv im Wettbewerb sind - zum anderen signalisieren die globale Automobilisierung und sozialstrukturelle sowie mobilitätskulturelle Entwicklungen in den sog. hoch-industrialisierten Gesellschaften vor dem Hintergrund von steigenden Energiekosten für den einzelnen Haushalt, sozio-ökonomischen Polarisierungstendenzen in den wichtigsten europäischen Märkten und sich doch langsam wandelnder kollektiv-emphatischer Besetzung von Auto-Besitz und -Nutzung neue ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen von Automobilisierung in breiten bürgerlichen Schichten, die auch für seit Jahrzehnten bewährte Darstellungs- und Entwicklungs-Modelle von Automobil in Deutschland und aus Deutschland starke Herausforderungen darstellen (Stichworte sind: neue Attraktivität von Kleinwagen, Erfolge neuer Billig-Automobile, und schwer prognostizierbare Dynamiken auf den sog. emergent markets).