Zeitschrift: Neujahrsblatt / Historischer Verein des Kantons St. Gallen
Herausgeber: Historischer Verein des Kantons St. Gallen
Band: 160 (2020)

Artikel: Autofetisch
Autor: Schmid, Marcel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-946356

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 03.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Autofetisch

von Marcel Schmid

Das Auto ist nicht nur ein Fortbewegungsmittel, sondern ein Objekt, um das sich in den letzten hundert Jahren ein ausgeprägter Fetischkult entwickelt hat. Beim Sportwagen, der als Projektionsfläche unserer Wünsche nach Beschleunigung und Geschwindigkeit figuriert, ist dieser Kult am ausgeprägtesten. Trotz oder gerade wegen der Klimadiskussion wird dies auch in Zukunft so bleiben. Denn Blech und Benzin formen eine imposante Institution der Moderne, welche mit ästhetischen Reizen und allerhand Annehmlichkeiten aufwarten kann. Zudem zählen immaterielle und imaginierte Werte: Freiheit und Unabhängigkeit, Tempo, Status und Eigentum.

In der aktuellen Klimadebatte wird dem Auto und damit auch dem Individualverkehr jedwelche Rationalität abgesprochen. Als Objekt wird es problematisiert. Nichtsdestotrotz ermöglicht das Automobil seit seiner Erfindung im 19. Jahrhundert und spätestens seit den 1950er Jahren individuelles, schienen- und fahrplanunabhängiges Reisen. Schneller und komfortabler als in den von Pferden gezogenen Kutschen erreicht man Orte, wo es sich nicht lohnen würde, Schienen zu legen. Das Auto hat unser Verhältnis zum Reisen und zum geografischen Raum seit dem frühen 20. Jahrhundert massiv verändert. Die Ferienfahrt nach Italien oder Frankreich, Erkundungsfahrten in den hohen Norden; verschiedene Ziele in Europa wurden für eine stetig zunehmende Mittelschicht plötzlich erreichbar. Das Auto entwickelte sich in der westlichen Welt nach dem Zweiten Weltkrieg (in den USA bereits vor dem Zweiten Weltkrieg) zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor. Bis heute gilt die Automobilindustrie zusammen mit ihren Zulieferern und den Mineralölunternehmen zu den grössten Industriezweigen der Welt. Hunderttausende von Arbeitsplätzen sind direkt oder indirekt mit der Autoindustrie verbunden. Doch dies hat seinen Preis.

Die Diskussion der negativen Seite des Autos ist kein neues Phänomen, sondern kam spätestens mit der Massenmotorisierung der Gesellschaft ins Rollen. Seit der Tod im Strassenverkehr zu den häufigsten Todesursachen der unter Dreissigjährigen gehört und seit Asphalt das Bild unserer Landschaften und Städte massiv verändert hat, reisst die Kritik nicht mehr ab.[1] Und dennoch behauptet das Auto beharrlich seinen Platz in der Gesellschaft. Das rationale Objekt ist zum Lifestyle-Vehikel mutiert.

Auch wenn mit der Klimadebatte die Individualmobilität wiederum unter Druck gerät, wird sich am technikbegeisterten Verhältnis zum Automobil kurz- und mittelfristig kaum etwas verändern. Elektrifizierung und autonomes Fahren werden die Weise, wie wir fahren, modifizieren.

Automobil am Bodensee: Ingenieur Albert Gagg (1869–1926) mit seinem Eigenfabrikat bei einer Ausfahrt am Bodensee (um 1904). Staatsarchiv des Kantons St. Gallen, W 291/17-07.11 (Privatarchiv Margarita Schwarz-Gagg).

1 Im Jahr 2017 starben weltweit 1,35 Millionen Menschen bei Verkehrsunfällen. Zahlen gemäss Global Status Report on Road Safety 2018 der WHO. https://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2018/en/ (abgerufen am 13.10.2019).

Aber es braucht keine überbordende Phantasie, um vorauszusagen, dass dem Auto auch in den nächsten Jahrzehnten eine dominierende Rolle in unserem Leben zukommen wird.

Jenseits der rationalen Fortbewegung

Auch wenn die historische Realität des Automobils mit ihren Zahlen und Tatsachen eindrücklich ist, wird sie dem Automobil und seiner Bedeutung nicht vollumfänglich gerecht. Das Automobil repräsentiert seit seiner Entstehung wesentliche ästhetische und kulturelle Vorstellungen wie zum Beispiel jene von Geschwindigkeit und Beschleunigung. Das Auto ist in unserer Kultur, in Zeitschriften, Blogs, Youtube-Kanälen, TV-Shows und Filmen omnipräsent. Die BBC-Fernsehsendung «Top Gear»[2] erreichte zu Zeiten des Moderatoren-Trios Jeremy Clarkson, Richard Hammond und James May weltweit 350 Millionen Zuschauer. Selbst wenn Clarksons, Hammonds und Mays neue Amazon Prime Online-Sendung «Grand Tour» sowie die neubesetzte BBC-Sendung «Top Gear» nicht ganz an die Erfolge der Vergangenheit anknüpfen können, sind dies beeindruckende Zuschauerzahlen. Die Popularität des Automobils in den Medien scheint ungebrochen.[3] Das Auto verspricht, wie der Sendungstitel «Grand Tour» andeutet, Exklusivität und Exotik, die Verwirklichung des Traums von Abenteuerfahrten in ferne Länder.

Seit ein paar Jahren sind es vor allem YouTube Sendungen, die es Autoenthusiasten mit kleinem Budget und ohne Kamerateam erlauben, viele Leute rund um den Globus zu erreichen. Der Youtube-Kanal des amerikanischen Autotesters Doug DeMuro hat über drei Millionen Abonnenten und einige seiner rund zwanzigminütigen, zweimal die Woche erscheinenden Videos erreichen über zehn Millionen «Views».[4] Ein deutschsprachiges Pendant dazu ist der Youtube-Kanal «JP Performance» des deutschen Autotuners Jean Pierre Krämer mit fast zwei Millionen Abonnenten und einzelnen Videos, die über drei Millionen Mal angeschaut wurden.[5] Krämer wird von einem kleinen Videoteam unterstützt, allerdings erscheint jeden Wochentag ein neues Video. Man kann weitere Beispiele anfügen: von «Hoovies Garage» bis zu Jerry Seinfelds Online-Streaming-Show auf Netflix «Comedians in Cars Getting Coffee».[6] Die Popularität in den Medien beweist, dass das Auto immer noch ein wichtiger kultureller Faktor ist. Hinter der fortwährenden Begeisterung für das Automobil steckt natürlich nicht bloss seine Funktion als Fortbewegungsmittel, sondern auch das, was jenseits seines eigentlichen Gebrauchswertes liegt: sein Fetischcharakter.[7]

Der Fetischcharakter der Ware

Lange bevor das Auto erfunden wurde, hat Karl Marx in seinem Hauptwerk «Das Kapital» den Zusammenhang zwischen der Funktion einer Ware, die wir kaufen, und deren inhärenten Fetischcharakter diskutiert. So schreibt er, dass die Ware nur «auf den ersten Blick ein selbstverständliches, triviales Ding» ist. Handelt es sich doch um ein «vertracktes Ding voller metaphysischer Spitzfindigkeiten und theologischen Mucken». Seinen Standpunkt erklärt Marx anhand eines praktischen Beispiels. Wenn man aus Holz einen Tisch herstellt, bleibt dieser ein «ordinäres, sinnliches Ding». Sobald der Tisch aber als Ware auftritt, verwandelt er sich in ein «sinnlich übersinnliches Ding».[8]

Der Warenfetisch bestehe also darin, dass den Produkten die Eigenschaften, Ware zu sein und Wert zu besitzen, als dingliche Eigenschaften zugesprochen werden, während es sich in Wirklichkeit bei «Ware» und «Wert» um gesellschaftlich bestimmte Zuschreibungen handelt. Der gesellschaftliche Charakter ihrer eigenen Arbeit erscheine den Menschen daher als gegenständlicher Charakter der Arbeitsprodukte selbst, als deren Natureigenschaften. Das hinter dem «Wert» verborgene gesellschaftliche Verhältnis erscheine «unter dinglicher Hülle versteckt». Marx vergleicht diesen Vorgang mit der Religion: «Um daher eine Analogie zu finden, müssen wir in die Nebelregion der religiösen Welt flüchten. Hier scheinen die Produkte des menschlichen Kopfes mit eigenem Leben begabte, untereinander und mit den Menschen in Verhältnis stehende selbständige Gestalten. So in der Warenwelt die Produkte der menschlichen Hand. Dies nenne ich den Fetischismus, der den Arbeitsprodukten anklebt, sobald sie als Waren

2 https://www.topgear.com/ (abgerufen am 13.10.2019).

3 Zum Rating von «Top Gear» siehe https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/jun/10/theres-hugs-and-nice-bits-new-top-gear-aims-for-emotional-depth , zu den Hintergründen der Amazon Prime Show «Grand Tour» https://www.radiotimes.com/news/on-demand/2018-03-16/amazon-prime-video-viewing-figures-the-grand-tour/ (abgerufen am 13.10.2019).

4 https://www.youtube.com/channel/UCsqjHFMB_JYTaEnf_vmTNqg (abgerufen am 13.10.2019).

5 https://www.youtube.com/channel/UC1-VOKyTJrgLiBeiJqzeIUQ (abgerufen am 13.10.2019).

6 Zu «Hoovies Garage» https://www.youtube.com/channel/UCdEczn3MVkx_4PnMZ10MVFA und zu «Comedians in Cars Getting Coffee» https://en.wikipedia.org/wiki/Comedians_in_Cars_Getting_Coffee (abgerufen am 13.10.2019).

7 Mit dem Begriff Fetisch bezeichnet man Sachen, denen Eigenschaften oder Kräfte zugeschrieben werden, die diese von Natur aus nicht besitzen.

8 Marx, S. 85.

produziert werden, und der daher von der Warenproduktion unzertrennlich ist.»[9] Diese Spiegelung der Gesellschaft in den Waren und deren Produktion bildet die Basis für die «Fetischwerdung der Ware».

Marx schrieb «Das Kapital» in den Jugendjahren des modernen Kapitalismus. Aber erst heute, mit den Erfahrungen aus 150 Jahren Massenproduktion und professionalisiertem Güterhandel, wird die Reichweite der Fetisch-These von Marx vollumfänglich sichtbar. Jenseits der Menschen, die ein in sich gekehrtes, mönchischen Dasein pflegen, scheint ansonsten niemand vor diesem Phänomen gefeit zu sein. Die Werbeindustrie bedient sich unserer Instinkte und zaubert ständig neue Fetische aus dem Hut, denen wir ungeschützt erliegen, seien das Smartphones, Fernsehgeräte, Ledersofas, Bücher, Wein oder Sportartikel. Die Liste liesse sich endlos verlängern. Grundsätzlich scheint jeder Ware – das wusste bereits Marx und demonstrierte dies mit seinem Tisch Beispiels – das Potential der Fetischwerdung innezuwohnen. Das Automobil aber ist und bleibt bezüglich der Fetischwerdung eine der aufschlussreichsten Waren, weil sich in ihm das Versprechen auf Aufmerksamkeit, Status und Glück verheissende Unvernunft manifestiert.

Das Auto als individualisierbare und mobile Ware

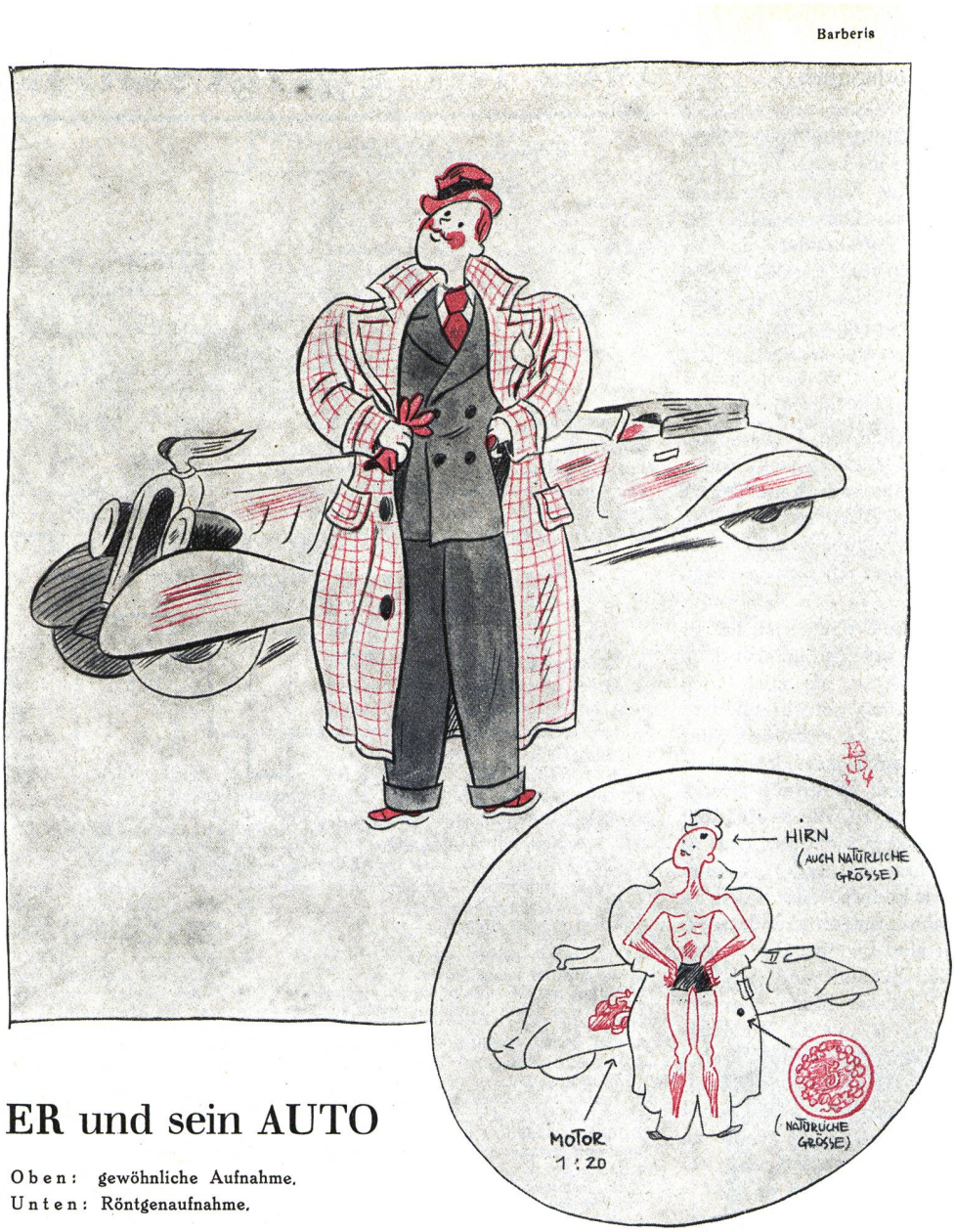
Das Auto ist eine komplexe, weil individualisierbare und mobile Ware. Es entfaltet seinen Fetischcharakter schon über ein Jahrhundert in verschiedener Weise. Um die Wende des 19. zum 20. Jahrhundert war das Auto eine sensationelle Erneuerung der traditionellen Fortbewegungsmöglichkeiten, die allerdings nur ganz wenigen Menschen zur Verfügung stand. Mit dem T-Modell von Ford, welches effizient auf dem Fliessband hergestellt wurde, konnten die Produktionskosten erstmals deutlich gesenkt werden.[10] Dadurch wurde die Automobilität zunächst in Amerika, danach auch in Europa für breite Bevölkerungsschichten erschwinglich.[11] Dieser Trend setzte sich auch in der Nachkriegszeit mit den populären und quasi omnipräsenten Modellen Käfer von Volkswagen und 2CV von Citroën fort. Zeitgleich mit der Massenmotorisierung wurde auch mit der Individualisierung populärer Fahrzeuge begonnen. Besonders General Motors unter der Leitung von Albert P. Sloan machte dies zu einem erfolgreichen und lukrativen Geschäftsmodell.[12] Anstelle eines Einheitsmodells für alle, konnte das Auto nun ab Werk gegen einen entsprechenden Aufpreis technisch und optisch individualisiert werden. Dieses Prinzip wurde später auch von europäischen Herstellern wie Mercedes-Benz übernommen und manifestiert sich bis heute in umfangreichen Zusatzausrüstungslisten. Luxus für die Massen war das Versprechen, das wiederum die Zusicherung auf Statusgewinn beinhaltete. Dazu kam noch eine Individualisierungsart, die nicht an den Fahrzeughersteller gebunden war, das sogenannte «Tuning». Im englischsprachigen Raum wird meist von «Customizing» gesprochen. Dabei geht es um individuelle Veränderungen am Motor, Fahrwerk, im Innenraum und weiteren Ausrüstungsteilen wie beispielsweise einer Stereoanlage.

Das Auto ist aber nicht nur bezüglich Popularisierung und Individualisierung ein komplexes Beispiel. Es ist – wie der Name schon sagt – mobil. Viele Fetischobjekte sind ortsgebunden. Das grosse Haus und die exklusive Wohnung haben nur eine begrenzte Repräsentationsreichweite. Noch stärker begrenzt ist diese Reichweite bei Waren, die sich in den Immobilien befinden: Fernseher, Möbel, Kunst; nur Hausgäste bekommen diese zu Gesicht. Andere mobile Waren sind auf bestimmte Räume angewiesen, wie zum Beispiel eine Yacht. Sie ist zwingend auf ein Gewässer und – um von der Allgemeinheit überhaupt wahrgenommen werden zu können – auf Häfen angewiesen. Anders das Auto. Überall, wo es Strassen und Wege gibt, ist es anzutreffen. Vor allem in städtischen Gebieten hat das Auto das Potential, von Tausenden von Menschen gesehen und gehört zu werden.

Sportwagenfetisch

Innerhalb der Kategorie Automobil hat sich der traditionell grösste Fetischkult um den Sportwagen entwickelt. Der Sportwagen repräsentiert den Höhepunkt automobiler Fortbewegung. Er war ursprünglich an der Grenze zum Rennwagen angesiedelt. So fuhren im frühen 20. Jahrhundert viele «Rennfahrer» mit ihrer leistungsgesteigerten Motorkutsche selbst von Zuhause zur Rennstrecke (und hoffentlich auch wieder zurück). Noch heute muss in bestimmten Rennkategorien, zum Beispiel im Rallye-Sport, für die Wettbewerbszulassung eine Verbindung zum Serienfahrzeug gewährleistet sein. Das heisst, der Rennwagen sollte zumindest äusserlich auf dem Serienfahrzeug basieren.

9 Marx, S. 86.
10 Möser, S. 156–160.
11 In St. Gallen waren 1901 ein Arzt, ein Fabrikant und zwei Wirte stolze Autobesitzer.
12 Möser., S. 162f., Sachs, S. 98 und Ruppert, S. 135f.



«Er und sein Auto», Nebelspalter, 61. Jahrgang, Nr. 45, 8. November 1935, S. 8, Staatsarchiv des Kantons St. Gallen, P 799.

Andererseits ist der Sportwagen aber auch die totale Aufhebung der vernünftigen Mobilität. Ulf Poschardt schreibt in seinem psychoanalytischen Werk «Über Sportwagen»: «Der Sportwagen ist Ergebnis der Valorisierung des Alltagsgegenstandes Auto und seiner Fetischisierung – es ist ein Umschlagpunkt in der Nutzung und Konsumtion des Automobils».[13] Poschardt sieht im Sportwagen die Verdichtung von Fetisch und Gebrauch, obwohl in seinem Buch der Gebrauch nur eine marginale Rolle spielt. Stattdessen geht es um das Fehlen von Vernunft: «Der Sportwagen verkörpert Spass als Absage an die sonstigen Kriterien von Vernunft und Normalität. Die Libido und das Ausleben der Raserei erscheinen asozial, teuer, unverhältnismässig, anstrengend, skandalös, unbequem, fordernd, weitgehend schwachsinnig und dennoch im höchsten Masse Glück spendend».[14] Poschardt spricht damit das Paradox an, das sich im ultimativen Warenfetisch findet: glücklich machender Unsinn. Der Sportwagen verkörpert den negati-

13 Poschardt, S. 8f.

14 Poschardt, S. 62.

ven Nebeneffekt der Mobilität, die tödliche Gefahr durch Geschwindigkeit und das ökonomisch-ökologische Debakel. Er ist teuer und umweltunfreundlich. Und dennoch ist der Sportwagen fähig, sein «Erfahren» mit grossen Glücksgefühlen zu verbinden.

Obwohl gebremst durch immer strikter werdende Strassenverkehrsregeln – die, gemessen an den sinkenden Opferzahlen, auch erfolgreich sind, repräsentiert der Sportwagen immer noch ungezügelte Geschwindigkeit. Er ist Pionier bei technischen Neuerungen. Denn viele frisch entwickelte Teile werden zunächst in Sportwagen verbaut. Dort erwartet die Kundschaft Innovationen und ist auch gewillt, dafür einen angemessenen Preis zu bezahlen. Nach der Erprobung in Sportfahrzeugen werden diese Technologien dann auch in günstigen Grossserienprodukten angeboten. Diesen Trickle-Down-Effekt konnte man beispielsweise bei der Turbolader-Technologie beobachten. Leistungsstarke Turbomotoren waren in den 80er Jahren meist nur in Sportwagen verbaut. Seit den späten 90er Jahren findet man Turbomotoren, wahlweise als Benzin- oder Dieselaggregat, sogar als Bi-Turbo, auch in Kleinstwagen wie dem Smart wieder.

Tradition

Anders als bei Grossserienfahrzeugen ist die Tradition bei Sportwagen von grosser Bedeutung. Es erstaunt deshalb nicht, dass es sich bei einigen der am längsten produzierten Baureihen um Sportwagen wie den Porsche 911, den Ford Mustang oder die Corvette von Chevrolet handelt. Dieser Umstand birgt für den Hersteller aber ganz eigene Gefahren. Als sich Porsche Ende der 90er Jahre von der traditionellen Luftkühlung verabschiedete, fanden hitzige Diskussionen unter Sportwagenliebhabern statt. Denn obwohl die Wasserkühlung einige gewichtige technische Vorteile aufweist, waren viele Porschefans betrübt über diesen Traditionsbruch. Analoge Entwicklungen, wenn auch in abgemilderter Form, konnten bei allen Sportwagenherstellern beobachtet werden. Als man damit begann, anstelle von hubraumstarken Motoren überall Turboaggregate zu verbauen, war die Enttäuschung gross. Obwohl es bei Porsche seit drei Jahrzehnten eine Turbotradition gibt, waren diese Bauteile zur Motoraufladung bisher nur den leistungsstärksten und teuersten Fahrzeugen und seit der Einführung des SUV Cayenne den Nicht-Sportwagenmodellen vorbehalten. Die übrigen Sportwagen von Porsche wie 911, Cayman und Boxer hatten zumindest in ihren günstigeren Varianten bisher immer hochdrehende Saugmotoren. Zum Entsetzen vieler Traditionalisten hat sich diese Firmenpolitik in den letzten drei Jahren radikal geändert. Ausser bei ein paar exotischen Modellen wie dem GT3 RS, der immer noch mit einem Hochdrehzahlmotor ausgestattet ist, erhalten nun alle Fahrzeuge von Porsche Turbomotoren.

Ein Traditionsbruch kann aber auch positiv beurteilt werden, wie ein aktuelles Beispiel zeigt. Im Juli 2019 wurde die neue Corvette von Chevrolet in der achten Generation vorgestellt. Eine solche Präsentation, die meist mit einer Evolution des Fahrzeugs einhergeht, ist an sich nichts Besonderes. Dieses Mal jedoch war es eine eigentliche Revolution. Zig Millionen sassen vor dem Fernseher oder dem Computer um mitanzusehen, wie der legendäre Sportwagen, dessen Erstproduktion auf die frühen 50er Jahre zurückgeht, auf 2020 vom Front- zum Mittelmotorsportwagen mutierte. Das heisst, der Motorblock wird hinter die Fahrgastzelle verschoben, was die Fahrdynamik verbessert und das Kurvenverhalten neutraler macht. Diese scheinbare Kleinigkeit wurde von den Sportwagen Enthusiasten als Jahrhundertereignis gefeiert, denn bislang war die Corvette ein traditionelles Frontmotorauto. Ein Grund, warum dieser bewusste Traditionsbruch grossmehrheitlich positive Reaktionen hervorrief, liegt am Fetischobjekt «Mittelmotorsportwagen». Diese waren bisher meist nur bei europäischen Exoten wie beispielsweise Ferrari zu finden. Der Einzug des Mittelmotors beim einzigen und deshalb klassischen amerikanischen Sportwagen war deshalb eine Sensation. Es kann auch als Popularisierung einer teuren Bauform verstanden werden. Denn bisher waren selbst die leistungsstärksten Amerikaner im Vergleich zu ihren europäischen Konkurrenten immer relativ preisgünstig. Diese Tradition wird durch die Demokratisierung des Mittelmotorkonzepts fortgesetzt. Denn der Einstiegspreis der Corvette bleibt trotz ausgefallener Motorenplatzierung mit voraussichtlich 60 000 Euro im erschwinglichen Bereich. Dennoch gibt es für Puristen auch hier einen Wermutstropfen, das Getriebe. Schleichend hat sich in den letzten Jahren gerade bei den teuren europäischen Sportwagen, das Schaltgetriebe zugunsten von Automatikgetrieben mit Doppelkupplung verabschiedet. Der schaltende Mensch ist das schwächste Glied der Beschleunigungskette. Automatikgetriebe mit Doppelkupplung sind nicht nur präziser und schneller, sondern meist auch verbrauchseffizienter. Amerikanische Sportwagen waren bisher die letzte Bastion des traditionellen Handschaltgetriebes. Doch dies scheint mit der neuen Corvette auch Geschichte zu sein. Aller Voraussicht nach wird sie nur noch mit Doppelkupplungsgetriebe ausgeliefert. Für den Sekundengewinn auf der Rennstrecke wird damit auch einer der letzten Fetische geopfert: Fahrfreude durch selber Schalten.

Turbinen, Flügel und der «Schaltknall»

Da aufgrund der Strassenverkehrsgesetze und des zunehmend dichter werdenden Verkehrs Geschwindigkeit nur noch eine bedingte Exklusivität verspricht, müssen andere Alleinstellungsmerkmale hervorgehoben werden, wie Aussehen und Motorenklang. Das Design verlässt schon kurz nach dem Zweiten Weltkrieg die Sphäre des Notwendigen,

als sich die Fahrzeuge optisch immer mehr an den Jetflugzeugen orientierten. Flügel und Turbinenattrappen dienten erstmals nicht der Verbesserung der Aerodynamik, sondern waren ausschliesslich dem Design geschuldet.

Selbst über den Atomantrieb für das Auto wurde schwadroniert. Spätestens in den 1960er Jahren verabschiedete man dies jedoch ins Reich der Utopie, wie man mit einem kurzen Blick in die Automobilmagazine jener Zeit feststellen kann.[15] Auch die Gasturbine war im Fokus einiger Automobilhersteller. Das bekannteste Beispiel ist sicherlich der «Turbine Car» von Chrysler aus dem Jahr 1963. Doch auch hier blieb der Erfolg aus. Gasturbinen waren im städtischen Stop-and-Go-Verkehr schlicht ineffizient, so dass diese spezielle Antriebstechnik nie den Weg in die Grossserie gefunden hat. Und dennoch hielt die Turbine Einzug in die Serie, wenn auch an einem ungewöhnlichen Ort. Automatikgetriebe mit den klingenden Namen wie «Super Turbine 300» oder «Jetaway» sollten fortschrittliche Turbinentechnik, gekoppelt mit Alltagstauglichkeit, assoziieren. Später kommt auch noch der Turbolader dazu. Beide Techniken sind tatsächlich auf das Turbinenprinzip zurückzuführen. Das Automatikgetriebe, weil der Drehmomentwandler im hydrodynamischen Getriebe ein Schaufelrad beinhaltet, das die Kraft zwischen Motor, Getriebe und Rad koppelt. Der Turbolader, weil er durch ein Drehrad Luft verdichtet und dem Motor zuführt. Auch wenn in Getrieben und Ladern die Luftfahrttechnik im Automobil Einzug hält, bleiben diese Bauteile im Innern verborgen und sind deshalb nur bedingt statusrelevant.

Andere, bisweilen die sichtbarsten, Referenzen auf die Flugzeugtechnik sind das Flügelwerk oder die Heckflosse der Fahrzeuge. Obwohl in ihrer physikalischen Funktion weitestgehend wirkungslos, finden sich im Design der meisten Automodelle der 50er und 60er Jahre Andeutungen an dieses Hauptmerkmal eines Flugzeugs. Die metonymische Verschiebung von der Flugzeugtechnik zum Automobildesign ist nicht nur Zeuge der Vorstellung von Beschleunigung und Geschwindigkeit. Das Flügeldesign blieb nicht nur Sportwagen vorbehalten, sondern hielt Einzug in klassische, wenn auch luxuriöse Automobile. Von den amerikanischen Luxuskarossen wie dem Cadillac Fleetwood, dem Mittelklassewagen Plymouth Fury bis hin zu den deutschen Derivaten wie Opel Kapitän oder Mercedes Benz W 110 wird ein unerreichbarer Traum angesprochen, der Traum vom Fliegen.

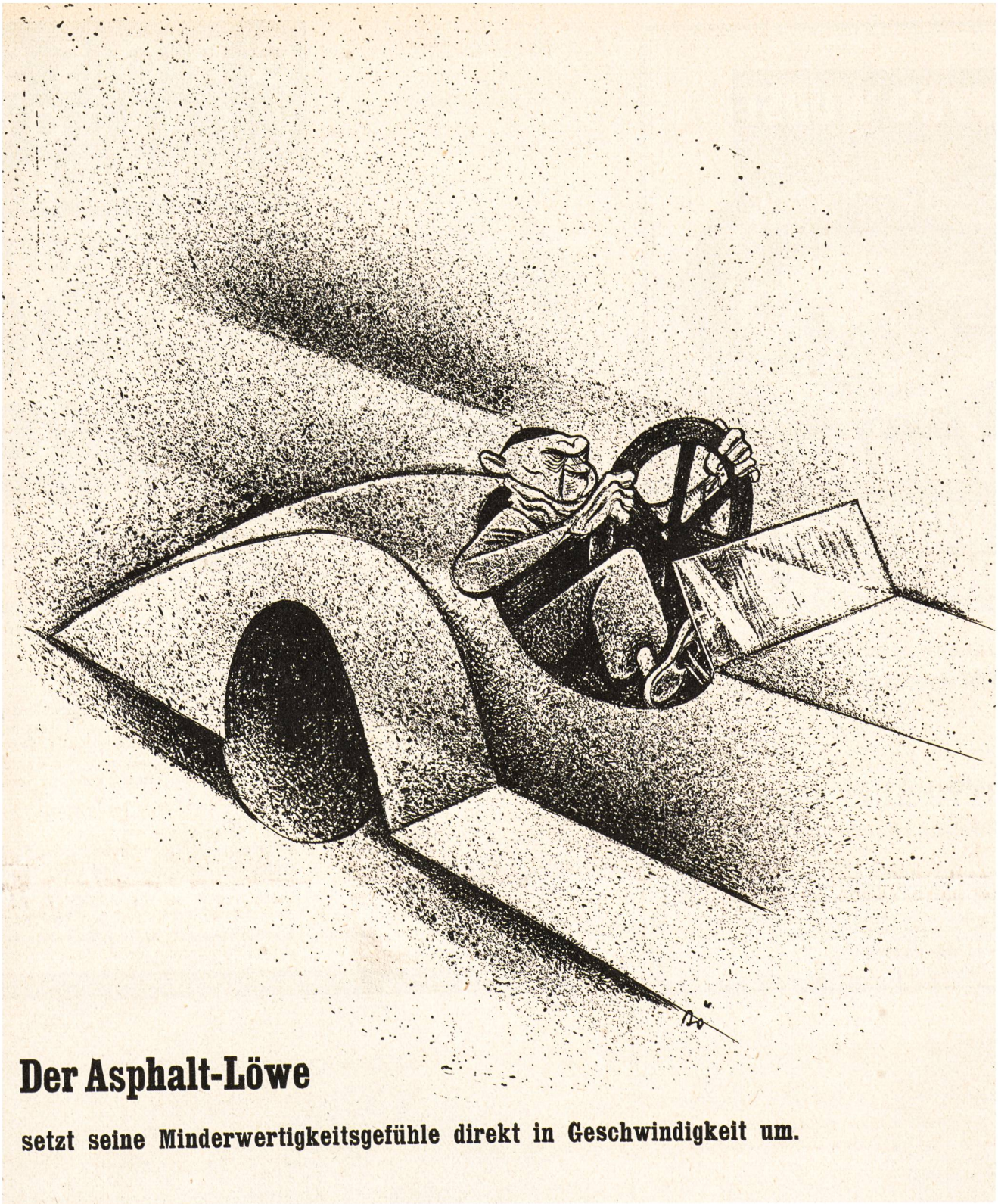
Was die Flügel der 50er und 60er Jahre waren, sind heute Massnahmen zur Klanggestaltung der Fahrzeugmotoren. Noch stärker als die Flügel ist der Sound eines Automobils ein extrovertiertes Merkmal, das sich aber in den vergangenen Jahren gewandelt hat. Ursprünglich waren Sportwagen lauter, weil weniger Schalldämmung schlicht mehr Leistung einbrachte. Heute wird der Klang oftmals künstlich hergestellt, teilweise mit Lautsprechern. Damit beispielsweise der raue Klang der Dieselmotoren vom Wohlklang eines vielzylindrigen Benzinmotors übertönt wird. Um verschärfte Umwelt- und Verbrauchsvorgaben zu erfüllen, haben viele Sportwagen in den letzten Jahren eine drastische Hubraum- und Zylinderreduktion hinter sich. Es ist eine alte Weisheit, dass weniger Zylinder und damit Hubraum meist nicht allzu eindrücklich klingen. Deshalb wird anstelle des lauten Klangs eines vielzylindrigen Motors ein Schaltknall initiiert. Das heisst, beim Schaltvorgang wird die Zündung ganz kurz unterbrochen, unverbranntes Benzin gelangt somit in den Auspufftrakt und entzündet sich dort spontan, was eine Art Überschallknall imitiert. Vielleicht ist die Flugzeugreferenz doch noch nicht ganz ausgestorben. Näherliegend ist jedoch, dass damit eher die Aufmerksamkeitsökonomie bedient wird. Der Fetisch soll schliesslich rundum hörbar bleiben.

Sportwagenfetisch und der Exzess

Das Marxsche Diktum von der Ware als «sinnlich übersinnliches Ding» manifestiert sich im Sportwagen in mehrfacher Hinsicht. Einerseits ist in ihm die Tradition der totalen Aufhebung vernünftiger Mobilität eingeschrieben. Sportwagen waren nie als reines Fortbewegungsmittel gedacht. Andererseits lässt der teure technische Fortschritt, der meist zuerst im Sportwagen zur Anwendung kommt, von der Zukunft der schnellen Mobilität träumen, dem Traum vom Fliegen. In diesem Sinne verbindet der Sportwagen Sinnliches und Übersinnliches. Mit dem nötigen Kleingeld ist der Traum realisierbar, sind die Flügel sinnlich berührbar und, wenn auch nicht im legalen Rahmen der modernen Strassenverkehrsgesetze, auch erfahrbar. Der Sportwagen deutet aber auch das Übersinnliche an. Seine Fahrer und Fahrerinnen werden in ihrer Vorstellung zu Piloten und Astronauten und ihr Fahrzeug schwebt über der Normalität des alltäglichen Verkehrs.

Das «sinnlich übersinnliche Ding» stellt schliesslich auch einen Exzess dar. Ein Exzess, der seit den ersten käuflichen Sportwagen kritisiert wurde, weil er auf Kosten der anderen Verkehrsteilnehmer und Verkehrsteilnehmerinnen geht. Wer das Potenzial der Hochleistungsmotoren auf den öffentlichen Strassen auslebt, gefährdet nicht nur sich selbst, sondern auch andere. Das Versprechen nach ungebundener Kraftentfaltung, das sowohl durch das aggressive Design als auch durch ein kerniges Motorengeräusch unterstrichen wird, insinuiert gleichzeitig, dass die physikali-

15 Auto, Motor und Sport, Nr. 5 (1955) und Möser, S. 234.



«Der Asphalt-Löwe», Nebelspalter, 61. Jahrgang, Nr. 22 (Sondernummer Auto), 31. Mai 1935, S. 3. Staatsarchiv des Kantons St. Gallen, P 799.

schen und verkehrsrechtlichen Grenzen jederzeit überschritten werden können. Der Raserverdacht ist eine logische Konsequenz, obwohl man auch in einem Sportwagen theoretisch gemächlich fahren könnte. Obwohl in der aktuellen Klimadebatte eher die SUV im Fokus der Aufmerksamkeit stehen, reizt der Sportwagen mit seiner zur Schau gestellten «Sportlichkeit». Viele neuere Fahrzeuge versuchen Sportlichkeit mit Geländegängigkeit zu kombinieren. Und gerade diese Fahrzeugkonzepte stehen in der Kritik, besonders umweltschädlich zu sein. Geländegängigkeit erfordert schwere und robuste Bauteile. Um dennoch eine gewisse Agilität zu gewährleisten, muss die Motorenleistung entsprechend angehoben werden. Dies führt zwangsläufig zu einem ineffizienten Fahrverhalten und in der Folge zu einem übermässigen Emissionsausstoss. Doch die Kritik, gerade in Zeiten des Klimawandels, geht noch weiter. Die Automobilität als solche wird in Frage gestellt. Sie wird zum Symbol eines exzessiven Lebensstils, der für den zukünftigen Weltuntergang mitverantwortlich gemacht wird. Deshalb wird nicht nur über Effizienz und Emissionswerte von Fahrzeugen diskutiert. Insbesondere die urbane Bevölkerung verzichtet immer häufiger auf ein eigenes Fahrzeug. Carsharing und öffentlicher Verkehr werden als ressourcenschonende Alternativen angepriesen. Nicht mehr der Besitz eines Fahrzeuges, sondern der zelebrierte Verzicht wird zum Statussymbol. Das Versprechen unbeschränkter Freiheit wird abgelöst durch den bewussten Verzicht darauf.

So wie die Sportwagen ein exzessives Distinktionsobjekt darstellen, scheinen nun «Nichtfahren» und «Nichtbesitzen» die «feinen Unterschiede» zu bilden. Hat sich in der Vergangenheit um Sportwagen ein Fetischkult entwickelt, scheint nun der niedrige ökologische Fussabdruck zum Statussymbol in den progressiven Kreisen zu mutieren. Der Verzicht auf die Ware «Auto» wird zum neuen Fetisch, der aber nichts daran ändern wird, dass das Auto, zumindest im aussereuropäischen Kontext, weiterhin ein wichtiger kultureller und wirtschaftlicher Faktor bleibt.

Literatur

Automobil Revue, Nr. 52, 1965.

Auto Motor und Sport, Nr. 5, 1955.

DeMouro, Doug. YouTube Kanal. https://www.youtube.com/channel/UCsqjHFMB_JYTaEnf_vmTNqg/videos

Gill, James. Leaked viewing figures show just how valuable The Grand Tour is to Amazon. https://www.radiotimes.com/news/on-demand/2018-03-16/amazon-prime-video-viewing-figures-the-grand-tour/

Hogan, Michael. The Grand Tour vs Top Gear: how do they compare? https://www.telegraph.co.uk/on-demand/0/the-grand-tour-vs-top-gear-how-do-they-compare/

Hoovies Garage. YouTube Kanal. https://www.youtube.com/channel/UCdEczn3MVkx_4PnMZ10MVFA

IMBd, Comedians in Cars Getting Coffee. https://www.imdb.com/title/tt2314952/

JP Performance. YouTube Kanal. https://www.youtube.com/channel/UC1-VOKyTJrgLiBeiJqzelUQ

Marx, Karl und Engels, Friedrich. Das Kapital, in: Werke, Band 23. Berlin 1968 (Erstveröffentlichung: 1867).

Möser, Kurt. Geschichte des Autos. Frankfurt am Main 2002.

Poschardt, Ulf. Über Sportwagen. Berlin 2002.

Ruppert, Wolfgang. Das Auto, «Herrschaft über Raum und Zeit», in: Wolfgang Ruppert (Hrsg.). Fahrrad, Auto, Fernsehschrank: zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge. Frankfurt am Main 1993. S. 124–142.

Sachs, Wolfgang. Die Liebe zum Automobil: ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche. Reinbek 1984.

Top Gear Car Show. http://www.topgear.com/uk/

World Health Organization. Global Status Report on Road Safety. https://www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2018/en/