

Eine psychologische Betrachtung zum Thema Auto:

Das Auto - unser liebster Kind?!

Das Auto sollte ein Gebrauchsgegenstand sein. Wie kann es dann aber sein, daß die Automobilindustrie jedes Jahr durch intensive Werbung und Ankündigung in Autozeitschriften schon neugierig erwartete neue Modelle absetzt, obwohl an der Transportfunktion im Grunde nichts geändert wurde? Warum sitzen Leute lieber täglich in ihrem Fahrzeug im Stau, als öffentliche Verkehrsmittel zu benutzen? Und letztlich, woher kommt es, daß die Diskussion um die Zukunft des Autoverkehrs derart heftig geführt wird?

Wir haben uns inzwischen so an das Auto gewöhnt, daß es vielen schwerfällt, dem Auto einen Stellenwert als Gebrauchsgegenstand beizumessen. Denn neben der „reinen“ Transportfunktion erfüllt das Auto viele Nebenfunktionen: Bequemlichkeit, Abgrenzung, Unabhängigkeit - vom Erleben eines „Freiheitsgefühls“ und dem Besitz eines Statussymbols bis hin zum Gefühl der Macht und Stärke oder gar als gehätscheltes „Familienmitglied“. Häufig fehlt ein sachliches, abgeklärtes Verhältnis zum Auto - um das Auto rankt sich ein von vielen Seiten geförderter Mythos (siehe Bildergeschichte).

Nach dem Krieg wurde das Auto im Zuge des Wirtschaftswunders zu einem Symbol des wieder neu erwachten Selbstwertgefühls. Neben großen Limousinen im Besitz weniger Personen, konnten sich nach und nach immer mehr Familien einen Kleinwagen leisten - und damit auch ihren sozialen Aufstieg dokumentieren. Rasch kam der Wunsch nach einem größeren und schnelleren Auto hoch: Nach dem Kleinwagen folgte der Mittelklassewagen, bei genügender finanzieller Kapazität ein Modell der Spitzenklasse. Immer mehr Deutsche kaufen sich ein Auto, das schneller als Tempo 200 fahren kann. Erstmals überstieg 1990 die mittlere Höchstgeschwindigkeit aller zugelassenen Pkw diese Marke, was vor Jahren noch reinen „Sportwagen“ vorbehalten war.

Viele Menschen sind seitdem mit dem Auto aufgewachsen und haben die Attraktivität des Autos, jederzeit an jeden Ort fahren zu können, frühzeitig kennengelernt. Während Autofahrten zur Arbeit, zur Ausbildung und Versorgung prozentual eher etwas rückläufig sind, wächst der Anteil des Freizeitverkehrs an.

Autofahren ist zum Selbstzweck geworden, denn Autofahren bringt vielen Menschen Spaß. „Spaß-Verkehr“ in Autos, die Spaß machen oder Sportlichkeit vortäuschen sollen: im Kabrio, im allradangetriebenen Jeep oder tiefgelagertem Flitzer!

Kinder - insbesondere Jungen - werden recht bald mit dem Auto „vertraut“ gemacht: Autos als Spielzeug in jeder Variation (zuerst aus Holz, später als schnelle Wagen mit Fernsteuerung), Autoquartett, Shampoo-Flaschen und Lollis in Autoform, Autorennen im Fernsehen, Schaukel-Auto vorm Supermarkt, Auto-Skooter auf dem Jahrmarkt, der Vater in vielen Familien als Fahrzeugführer und letztendlich die Wertschätzung, die in vielen Familien - verstärkt durch den chromputzenden und lackpflegenden Vater - dem Auto entgegen gebracht wird. Dies alles bestätigt dem kleinen Jungen, daß ein Auto für viele Erwachsene etwas „Besonderes“ ist.

Durch das Hin- und Hergefahrenwerden im Auto (vom Kindergarten, Festen. Sportveranstaltungen nach Haus etc....) und durch Sonntagsausflüge mit dem Auto lernen Kinder, daß es neben dem Auto kaum andere Transportmittel gibt. Was Kinder durch ihre



Eltern häufig nicht mehr lernen, ist die Benutzung und der selbstverständliche Gebrauch von öffentlichen Verkehrsmitteln.

Für viele Jugendliche assoziiert der herbeigesehnte Besitz eines Führerscheines den Eintritt in das „unabhängige“ Erwachsensein.

Das eigene Auto vermittelt private Atmosphäre: Musik, bequeme Sitze, individuelle „Einrichtungsgegenstände“ von der umhäkelt Klorolle über den am Rückspiegel baumelnden Talisman bis hin zum Aufkleber verstärken den Eindruck der abgeschlossenen (!) eigenen vier Wände, in denen man sich frei bewegen darf und sich ungeniert schminken oder sogar in der Nase bohren kann. Das Mitnehmen der eigenen vier Wände karikiert sich selbst bei der Betrachtung von Wohnmobilen: Einst als billige und flexible Reisevariante mit selbstausgebautem Kleinbus, kommen heute viele Reise „mobile“ dem Fassungsvermögen und der Einrichtung einer Wohnung auf vier energie-intensiven Rädern gleich.

Für den Teil der FahrzeugbesitzerInnen ist das Auto ein Wertgegenstand des Haushaltes. Für einen anderen Teil wird dem Gebrauchsgegenstand Auto zum Hobby mit Garagenplatz, wöchentlicher Pflege und Inspektionen, denen mehr Aufmerksamkeit entgegengebracht werden als den körpereigenen. Daneben gibt es die Gruppen, die sich stark über ihr Fahrzeug definieren: dem persönlichen vierrädrigen Aushängeschild werden die Lebenshaltungskosten untergeordnet. Sollte das Geld nicht reichen, steht ein verlockendes Darlehen von Banken und Sparkassen für „den nächsten Autokauf“ zur Verfügung. Zahlreiche Auto-Zeitschriften klären über die neuesten Modelle und ihre Leistungen auf. Das gepflegte, mit Spoiler, Breitreifen oder dem höchsten Stand der Technik ausgerüstete Fahrzeug wird als kostbarer Besitz betrachtet, der Stolz, Macht und Stärke vermittelt - beides Gefühl und Fahrzeug dürfen unter keinen Umständen angekratzt werden...

Die Autowerbung im Fernsehen macht sich den Mythos um das Auto zunutze: Teils steckt sie voller Anspielungen, die unter die Gürtellinie gehen, teils vermitteln durch bizarre Landschaften fahrende Fahrzeuge den Eindruck von Freiheit und Fernweh, teils wird das Fahrzeug als ein hochtechnisches und stilistisches Kunstwerk für den gehobenen Geschmack angepriesen.

Häufig wird die Wahl des Transportmittels Auto mit dem scheinbar größten Zeitgewinn begründet. Der größte Anteil der Strecken, die in der Stadt mit dem Auto gefahren werden, liegen jedoch unter 4 Kilometer. Abgesehen von der Umweltverträglichkeit geht auch bei einem zeitlichen Vergleich der Transportmittel das Fahrrad bei den Kurzstrecken als deutlicher Sieger hervor.

Quelle: Der Artikel ist dem Materialienheft „Autoverkehr und Umwelt“ der Umweltbehörde Hamburg entnommen:

Umweltbehörde Hamburg, Referat Umwelterziehung/Umweltberatung: „Autoverkehr und Umwelt“, Heft 12/93, S. 4 ff.