

Automobile

„VERDAMMT, ER GRINST“

Der Ausstieg aus der Autogesellschaft kommt / Von Dirk Maxeiner

Maxeiner, 40, bis Anfang dieses Jahres Chefredakteur der Zeitschrift *Natur*, lebt als Autor in der Nähe von München.

Der Blick in Meinungsumfragen belegt: In Deutschland leben 80 Millionen unschuldige Autoopfer, verzehrt von der Sorge um das Klima und den Wald, gepeinigt vom Bodenzon und dem Lärm der Ausfallstraße. Ein Blick in die Zulassungstatistik belegt ferner: Verantwortlich für den Terror ist ein Heer von 38 Millionen motorisierten Ignoranten. Ein Abgleich beider Zahlen schließlich offenbart: Kläger und Beklagte sind in unbekümmerter Tateinheit dieselben.

Omis, Opus, Minderjährige und hartnäckige Aussteiger einmal abgezogen, schlendert so ziemlich jedes unschuldige deutsche Autoopfer früher oder später in die Tiefgarage. Dort verwandelt es sich in jenen röhrenden Zombie, vor dem es immer gewarnt hat.

Die Lage ist ernst: Die meisten Deutschen lieben das Auto. Viele Deutsche leben vom Auto. Und außerdem würden alle gemeinsam das Auto ganz gern noch ein bißchen abschaffen. Vielleicht nicht gerade jetzt, sondern erst, wenn es uns wirtschaftlich wieder bessergeht. Also: Wir müssen die Autoindustrie schnellstens retten, um das Auto danach um so wirkungsvoller abschaffen zu können.

Wir können natürlich auch gleich ganz ehrlich sein: Nichts wird abgeschafft. Schon gar nicht das Auto. Und schon gar nicht in diesem Leben.

Der Aufsichtsratsvorsitzende von BMW,

Eberhard von Kuenheim, fand dazu mit sensiblem Gespür für den Zeitgeist eine der schönsten Formulierungen, seit es Ökologie gibt. Kuenheim bekannte sich auf der letzten BMW-Hauptversammlung nachdrücklich zur „Verantwortung“ für den „Lebensraum des Automobils“.

Der Konkurrenz von Greenpeace bleibt da nur eine intelligente Form der Kapitulation: der Öko-Aufkleber für die Heckscheibe. Es ist nun mal leichter, einen Atomfrachter nach Japan zu verfolgen als 38 Millionen Kraftfahrer auf dem Weg zum Supermarkt.

„Wir können langfristig nicht mit unserem Stern umgehen, als ob wir noch

einen zweiten im Kofferraum hätten“, erklärte Mercedes-Benz 1990 in Anzeigen und bildete dazu eine schöne Weltkugel ab. Inzwischen gilt firmenintern eine modifizierte Parole: „Wir können langfristig nicht mit unserem Stern umgehen, wenn wir kurzfristig Pleite machen.“

Auch Daniel Goeudevert, ehemaliger VW-Vorstand und ökologischer Grüß-August der Autoindustrie, hat ausgedient. Ihm war mit nachdenklichen Äußerungen die intellektuelle Lufthoheit unter Deutschlands Automobilmanagern zugefallen. Goeudevert geißelte „lineares Wachstumsdenken“ und forderte „Verkehrssysteme, die im Einklang mit der Natur stehen und

nicht gegen sie wirken“. Sein kürzlich erfolgter Rauswurf erspart ihm das tragische Schicksal, an seinen Worten gemessen zu werden.

Die Menschheit schwankt ja ganz gern von einem Extrem zum anderen. So folgte auf den Schah von Persien der Ajatollah Chomeini. Auf Goeudevert folgen Ferdinand Piëch und Ignacio López. Die beiden Fundamentalisten, heilige Krieger gegen die japanische Gefahr, lassen in Wolfsburg die Köpfe rollen. Ihr Ziel ist von der schlichten Sorte: mit viel weniger Menschen viel mehr Autos bauen. Punkt.

Wer diese Autos kaufen soll? Wo diese Autos fahren sollen? Die beiden Manager fühlen sich nicht für Welterklärungsmodelle zuständig.

Das Delikate an der Sache: Von ihrem Standpunkt aus betrachtet haben sie womöglich recht. Auch der Ökologe muß sich nicht sofort vom VW-Hochhaus stürzen. Piëch und López würden



da schon lieber erst mal das Drei-Liter-auf-hundert-Kilometer-Auto auf die Räder stellen. Allerdings nicht, um die Umwelt zu retten, sondern um der Konkurrenz eins auszuwischen – mithin aus niedrigen Beweggründen. Dürfen wir das gut finden?

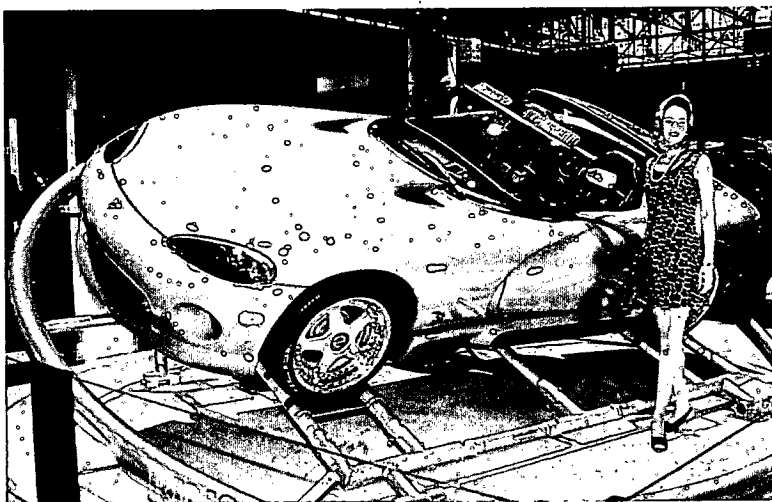
Nun wissen wir alle, daß wir mit dem Drei-Liter-Auto nicht ins ökologische Paradies fahren. Weniger Autos müßten es sein. Auf den Podien wird von grundsätzlichem Umdenken geträumt. Wobei natürlich jeder an seinen Nachbarn denkt. Man selbst sucht sich derzeit eine hübsche Nische, in der die eigene Person sich freundlich von der grauen Masse der Öko-Dumpgummis abhebt.

„Sogar die sandalentragenden Alufolien-sammler, die sich in der Kompostgruppe des Quartiers engagieren, denken nicht global, solange sie zu ihrer persönlichen Selbsterfahrung drei Indienreisen buchen“, schreibt die Zürcher *Weltwoche* und macht eine einfache Rechnung auf: Ein Flug Zürich–New York und zurück entspricht, was den Ressourcen-Verbrauch anlangt, einer Distanz von 10 000 Kilometern, die mit eigenem Automobil zurückgelegt wird. Der Autoaspekt mit der indischen Lebensweisheit und der kleinbürgerliche Opel-Besitzer stehen einander unterm Strich sehr nahe.

Selbst der Vorteil des Bahnfahrens besteht in erster Linie darin, daß das Auto noch mehr Energie frißt (vier- bis fünfmal soviel). Ein ICE bringt es sogar auf einen Energieverbrauch von umgerechnet dreieinhalb Liter Sprit auf 100 Kilometer pro Fahrgast. Merke: Tempo kostet nicht nur auf der Autobahn Energie.

Die Forderung nach weniger Autos greift also irgendwie zu kurz. Es geht wohl eher darum, überhaupt weniger unterwegs zu sein. Wie wäre es mit weniger Verkehr? „Es besteht kollektiver Handlungsbedarf“, ulkte die *Weltwoche*. Für den Anfang wäre es schon ganz schön, wenn wir diejenigen Transporte unterließen, die weder Sinn noch Spaß machen.

Es ist ja noch einzusehen, daß jemand mit seinem Renner unbedingt die Schwie-



Autosalon (in Genf): „Das Auto wird zur Straßenbahn . . .“



... und keiner hat's gemerkt“: **Autoentsorgung**

germutter in Taormina besuchen muß. Laut einer Untersuchung des „Wuppertal-Instituts für Klima, Umwelt und Energie“ legen allerdings auch die Ingredienzen eines Fruchtjoghurts 7695 Straßenkilometer zurück, bevor er auf unseren Tisch kommt.

Ein besonders schwachsinniges Beispiel dafür, wie Verkehr produziert wird, liefern die deutschen Parlamentarier. Die unbefristete De-facto-Aufteilung der Hauptstadt zwischen Berlin und Bonn eröffnet absurde Perspektiven: das Häuslein im Bergischen Land, ein Appartement in Berlin, ein bißchen Parlament hier, ein bißchen Regierung da, dazwischen Dienstwagenkolonnen, Hubschrauber-Shuttles, Sonderzüge und Bundeswehr-Jets. Die deutschen Parlamentarier kurven so sinnlos herum wie skandinavisches Mineralwasser, mexikanisches Bier und italienischer Balsamessig.

Es wird also auch in Zukunft weder weniger Verkehr noch weniger Autos geben. Es werden auch in Zukunft viele Leute unterwegs sein. Und sie werden

es, time is money, eilig haben. Es wird deshalb auch weiterhin eine Diskussion ums Tempolimit geben. Die Selbstbeschränkung auf 250 km/h Spitzengeschwindigkeit, die große deutsche Autohersteller ihren Zwölfzylindern verordnet haben, macht ja eher für den geübten Lufthansa-Piloten Sinn.

Verkehrspolitik, das ist auch klar, bleibt Mischkalkulation aus Gefälligkeiten nach allen Seiten. Immer knapper wird allerdings der Raum, auf dem die Veranstaltung Verkehr stattfindet. Was zwangsläufig dann dazu führt, daß es mit dem Verkehrsraum ebenfalls so kommt wie mit dem Wohnraum: Die Quadratmeterpreise steigen.

Statt sich in guten Zeiten Schreibmaschinenfabriken oder Rüstungskonzerne andrehen zu lassen, hätten die Chefs der Automobilkonzerne besser Parkhäuser und Autobahnen gekauft. Ein freier Parkhausplatz für jeden Mercedes-Fahrer in jeder deutschen Innenstadt: Das wäre ein

Verkaufsargument (Toyota? Wir müssen draußen bleiben).

Vielleicht muß sich die Automobilindustrie den Verkehrsverbund, den sie immer fordert, selbst zusammenkaufen. Das hätte den Vorteil, daß ein solcher Verbund auch funktionieren würde. Wir wären dann eben mit Mercedes unterwegs, egal ob im Taxi, im Bus, mit der Bahn; auf der Autobahn oder im Flugzeug: mit dem Mercedes-Jahres-Abo durch Deutschland.

Dann würde der Transport auch plötzlich kosten, was er wirklich kostet, nämlich viel, viel mehr (womit eine alte Forderung der Ökologen erfüllt wäre).

Ganz so unsozial wird es wohl nicht kommen, aber schrittweise immer teurer und stärker reglementiert. Der Autokauf als Akt sozialer Selbstverteidigung, um sich beispielsweise auf dem Arbeitsmarkt keine Nachteile einzuhandeln. Wirklich privilegiert wird sein, wer es sich leisten kann, ohne Auto auszukommen.

Es ist ja längst abwegig, den Autoverkehr als „Individualverkehr“ zu bezeich-

nen. In der Bundesrepublik ist der Anteil des Autos am Personenverkehr gut sechsmal so hoch wie der aller anderen Verkehrsmittel zusammen. Straßenbahnfahren ist also überaus individuell, zu Fuß gehen grenzt ans Elitäre. Wer sich lieber in der Masse versteckt, ist hingegen im Autostau richtig.

Der Stau soll nun mit intelligenten Steuersystemen automatisch umfahren werden. Angesichts der zentralen Fernsteuerung mit Taktzeiten, Warteschleifen und Endstationen könnten aufgeweckte Geister natürlich fragen: Worin, bitte schön, besteht eigentlich noch der Unterschied zum öffentlichen Verkehrsmittel?

Im Grunde ist der Schritt genial: Das Auto wird zur Straßenbahn, und keiner hat's gemerkt.

Die Autoindustrie wird weiter und weiter Autos bauen. Nur daß diese Autos irgendwann keine Autos mehr sind, sondern hübsche Einzelteile einer republikumspannenden Vorortbahn.

Der Vorgang erinnert ein wenig an die Erfahrung jenes Jesus-Schnitzers aus Oberammergau, der auf Geheiß seines Kunden immer mehr Schmerz ins Gesicht seines Heilands schnitzen muß. Bis er zuviel nachgebessert hat und flucht: „Verdammt, jetzt grinst er.“

Kosmetik

Eyn Schlack in die Luft

Die Schönheitsindustrie preist „AHA“-Kosmetika als Wundermittel für die Haut. Doch die Wirkung ist minimal.

Seit langem sind die Wortschöpfer und Werbetexter der Kosmetikbranche gefürchtet für die Gewalt ihrer Sprache und die Kraft ihrer Poesie. Doch selten waren die Produktnamen phantastischer, die Versprechen kühner als in diesem Sommer.

„Hält die Zeit an und streift die Vergangenheit ab“: So preist die Firma Juvena ihr „Time Stop Gel-AHA Plus“. Nichts weniger als „eine richtige Wiedergeburt für Ihre Haut“ verheißt die Konkurrenz von Chanel bei Verwendung ihres „Formule Intensive“, während Estée Lauder die Wirkung eines „Triple ReActivating Complex“ namens „Fruition“ bejubelt: „Meßbar geschmeidiger und gleichmäßiger“ werde die Haut; auch viel „klarer“ und „strahlender“.

Mit solchen Sprüchen wirbt die Kosmetikindustrie für eine neuartige Produktgruppe, von der sie sich weltweit Umsatzzuwächse in Milliardenhöhe erhofft – die sogenannten AHA-Kosmetika sind in den letzten Monaten zu Bestsellern geworden. „Ein Boom“, staunt Ursula Ackermann von der Parfümeriekette Douglas: „So etwas haben wir noch nicht erlebt.“

Der Enthusiasmus der Kunden wie der Konzernvertreter gilt den Alphahydroxysäuren, Dermatologen seit Jahren unter dem Kürzel AHA bekannt. Der angebliche Superwirkstoff der neunziger Jahre ist synthetisch herstellbar, wird aber meist aus Früchten wie Zitronen, Äpfeln, Trauben, Papayas, Birnen oder aus Zuckerrohr und Sauermilch gewonnen.

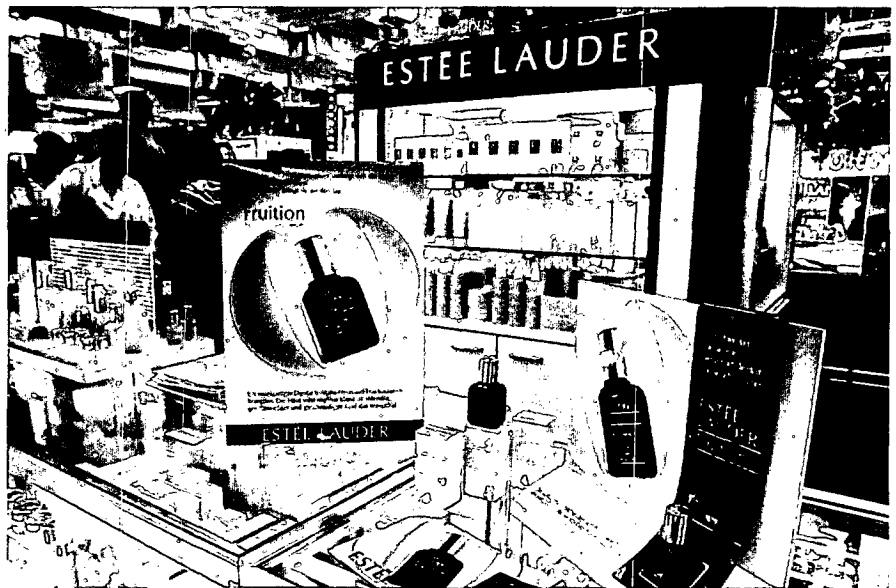
Nahezu alle Kosmetikhersteller haben mittlerweile Cremes, Fluids oder Gels mit diesen AHA-Ingredienzien auf den Markt gebracht. Fieberhaft suchen ihre Laborchemiker nach immer neuen

sichtbar zarter, kleine Fältchen verschwinden, und Altersflecken bleichen aus – allerdings nur, solange die Therapie anhält.

Die Wirkweise des Früchtezaubers: Alphahydroxysäuren beschleunigen den Abschälungsprozeß der Haut. Bei dieser „Exfoliation“ werden die verhornten Zellen der obersten Hautschicht abgestoßen und durch von unten nachwachsende Zellverbände ersetzt; beim jungen Menschen bis 25 geschieht dies innerhalb eines Monats, beim älteren hingegen nur alle 40 bis 60 Tage.

Dann wird die Hornhautschicht so dick, daß die darunterliegenden Blutgefäße nicht mehr durchschimmern, weshalb die Lichtbrechung, welche der Haut den Schein der Jugendfrische verleiht, nicht länger funktioniert.

„Peeling“ nennen es die Kosmetiker, wenn die Epidermis vorzeitig abgeschliffen wird – entweder mechanisch, durch Rubbeln, oder auf chemischem Wege wie bei den Alphahydroxysäuren.



Parfümerie (in Hamburg): Phantastische Verheißungen

(und damit patentierbaren) Kombinationen der zehn gängigsten Alphahydroxysäuren.

So entschied sich die amerikanische Firma Linique bei ihrer „Turnaround Cream“ (Werbeslogan: „Die Runderneuerung für Ihre Haut“) für Salizylsäure, die auch in Anti-Pickel-Produkten enthalten ist – wo sie nicht sonderlich viel bewirkt, wie aknegeplagte Jugendliche wissen.

Schon 1978 fand der britische Dermatologe Eugene Van Scott heraus, daß die Alphahydroxysäuren nicht nur als Aromaverstärker etwa im Zitronenpuding ihre Wirkung tun, sondern auch auf die Hautoberfläche einwirken: Bei AHA-Applikation bessern sich Akne, Schuppenflechte und Ekzeme, die behandelten Hautpartien werden

Doch damit der erwünschte AHA-Effekt in deutlich sichtbarem Maße eintritt, müßte der Fruchtsäureanteil so hoch sein, daß die entsprechenden Präparate (AHA-Dosis: bis zu 70 Prozent) der Rezeptpflicht unterlägen – sehr zum Leidwesen der Kosmetikindustrie, die seit jeher mit dem Arzneimittelgesetz hadert.

Denn dieses verbietet ihr die Verwendung aller Substanzen, die nicht nur oberflächlich auf die Haut einwirken (wie etwa Fett oder Wasser, die nahezu alleinigen Bestandteile aller Schönheitsmittel): Eine Creme, die tatsächlich die in der Werbung verheißene „Tiefenwirkung“ hätte, wäre illegal und würde außerdem bei vielen Anwenderinnen zu Allergien führen – der Grund, weshalb die meisten solcher Salben, gesetzlich