

# ZEITREISE – DER SPIEGEL VOR 50 JAHREN

Automobiltechnik

## Der Nasenbär

Nur ein einziges Mal in der Geschichte des SPIEGEL hat es ein einzelnes Automodell auf den Titel geschafft: Mit dem VW 411 erhielt ausgerechnet ein veritabler Flop eine geradezu verstörende Lobeshymne. Wie konnte es dazu kommen?



Ausgabe 21/1968

Unverkennbar vereinige sich »in der sportlich anmutenden Karosserielinie germanische Solidität mit einem Hauch von romanischer Styling-Grandezza«, der 411er biete seinen Insassen »gleichsam Volks-Royce-Komfort«, kalauerten die Kollegen. An »allen Ecken und Enden« hatten die VW-Ingenieure den Neuen mit »technischen Finessen« wie Standheizung und »bequemen Einzelsitzen« ausgestattet. Aus gleich zwei schwenkbaren Mischduschen wurden »seine Gäste mit Kühlluft und Wärme« umfächelt, geht es im PR-Jargon weiter. Nur noch eine Handspanne sei der Wagen von der Länge des Mercedes-Benz 250 entfernt, gerade so als ob es allein auf die Länge ankäme. Mit 145 km/h erwies sich der heute als Typ 4 bekannte Pkw als »spurtstarker Beschleuniger«. Das Titelstück gipfelt in der geraunten Überschrift: »Er ist da«.

Doch die automobile Erlösung der Deutschen ließ auf sich warten. Bei Lichte betrachtet kam da ein fulminanter Flop auf den deutschen Markt. Gerade einmal 368 000 Exemplare wurden verkauft, gut die Hälfte davon in der ein Jahr später nachgelegten Kombi-Variante. Der Käfer hatte sich bis dahin der 15-Millionen-Schwelle genähert. Unbeeindruckt von romanischer Grandezza taufte die Bundesbürger das Gefährt aufgrund seines langgezogenen Frontkofferraums auf »Nasenbär« – das Fahrzeug war unzweifelhaft ein »reinrassiges Erzeugnis niedersächsischer Autobaukunst«.

Tatsächlich konnte Europas größter Auto-

mobilerhersteller auf eine Reihe von Neuerungen verweisen: Erstmals setzte man auf eine selbsttragende Karosserie, es gab serienmäßig Gürtelreifen, und auch die Achsen entsprachen endlich dem, was Porsche und BMW seit Jahren praktizierten. Doch der luftgekühlte Vierzylinder-Boxermotor basierte letztlich noch immer auf dem in den Dreißigerjahren entwickelten KdF-Wagen. Der Motor – so hatte es der sechs Wochen zuvor verstorbene VW-Patriarch Heinrich Nordhoff bestimmt – blieb im Heck. Entsprechend lahm blieb »Nordhoffs Vermächtnis«, von Spurtstärke konnte keine Rede sein. Massive Korrosionsprobleme trugen ebenfalls nicht zur Popularität bei.

Dafür eine Titelgeschichte? »Er ist da«? Nun ließ und lässt der SPIEGEL seine Ge-



VW-Anzeige für den 411

schichten nicht von Anzeigenkunden diktieren, hatte da also jemand zu lange am Benzintank geschnuppert? Gut möglich. Vielleicht hatte der redaktionelle Fauxpas aber auch mit der ungeheuren Erwartungshaltung zu tun: Seit mindestens einem Jahrzehnt harrte die Autowelt dem großen Wurf aus Wolfsburg, denn seit dem Käfer war kein einziger wirklich neuer Pkw vorgestellt worden. Der 1500 von 1961 war letztlich »trotz moderner Karosserie nur ein aufgeblähter Käfer«, der »nicht die geringste technische Novität« aufgewiesen hatte. Über ein Jahrzehnt blieb Nordhoff bei seiner Eintypen-Baurezeptur, der Welt »für das wenigste Geld das am meisten vollwertige Auto zu liefern« – ganz so, wie es der Führer 1937 verkündet hatte: »Es kann nur einen Volkswagen geben, und nicht zehn.«

Natürlich hatte auch Nordhoff, 20 Jahre lang Werksherr in Wolfsburg, erkannt, dass ihm mit steigendem Wohlstand die Kunden zur Konkurrenz davonliefen, »weil ihnen die Hersteller des letzten Autotyps mit Trittbrettern kein Aufstiegsmodell anbieten konnten«.

Volkswagens Marktanteil war in nur sechs Jahren von über einem Drittel auf kaum mehr als ein Viertel herabgesunken. Es war auch nicht so, dass die Entwicklungsabteilung bei Volkswagen keine Alternativen entwickelt hätte. Doch die 36 fertigen Prototypen, die Nordhoff noch ein Jahr zuvor dem SPIEGEL als Beweis Wolfsburger Kreativität im werkseigenen »Mausoleum« gescheiterter Modellideen präsentiert hatte, wurden alle vom Konzernherrn »als zu teuer, zu modisch, zu wenig marktgerecht oder einfach nicht gut genug« verschmäht.

Nun endlich sollte es soweit sein: »Der Große aus Wolfsburg« – so ein Werbeslogan – war da. Die jahrelangen Spekulationen fanden ein Ende. Was kam, war ein Nasenbär. Die eigentliche VW-Revolution, die Entwicklung von Passat und Golf, ließ noch mehr als fünf Jahre auf sich warten. Dem zunächst EA 337 getauften Golf, mit 30 Millionen verkauften Fahrzeugen noch erfolgreicher als der Käfer, widmete das Magazin später gerade mal zwei Spalten. SPIEGEL 21/1968: Er ist da Zum Inhaltsverzeichnis der Ausgabe 21/1968