

Autoindustrie

Nie ohne Bescheißen

Roland Barthes hatte recht: Die Autoindustrie produziert Mythen.

Von **Thomas Assheuer**

26. Juli 2017, 17:01 Uhr / Editiert am 27. Juli 2017, 15:22 Uhr / 113 Kommentare

AUS DER ZEIT NR. 31/2017 [<http://www.zeit.de>



/2017/31?wt_zmc=fix.int.zonpme.zeitde.wall_abo.premium.packshot.cover.zei&utm_medium=fix&utm_source=zeitde_zonpme_int&utm_campaign=wall_abo&utm_content=premium_packshot_cover_zei]



Baukastensystem: Unten die Technik, darüber der Mythos
© photothek/imago

Fahrzeuglenker, die das Vergnügen am Automobil nicht gänzlich verloren haben und die Delikatessen der Ingenieurskunst zu würdigen wissen, erinnern sich noch gut an die Zeit, als der Volkswagen-Konzern seine Produktion auf die Plattform-Strategie umstellte. Auf einer einheitlichen Bodenplatte, so die Idee, sollten mehrere Fahrzeugtypen montiert werden, die sich weniger durch ihre inneren technischen Werte als durch ihr äußeres Markengesicht unterschieden: durch Auftritt und Anmutung, durch Optik, Haptik, Prestigefaktor und Gefühl. Škoda verbaut den Kofferraumgriff zum Zuziehen in Standardausführung mit

Plastikbezug für den preissensiblen Normalverbraucher. Audi liefert ihn in Mambaschwarz mit exklusiven Kontrastnähten in Messinggold-Ambiente.

Die Plattform-Strategie war genial, denn bewusst oder nicht: Zum ersten Mal machte ein Hersteller Ernst mit der These des französischen Kulturtheoretikers Roland Barthes, dass es bei einem Auto nicht auf sein technisches Wesen ankommt, sondern auf seine äußere Erscheinung. Der Kunde kauft kein Fortbewegungsmittel, er kauft einen Mythos, ein magisches Objekt, ein humanisiertes Artefakt – er kauft das Wunder der Form. Wie es unterm Blech aussieht, ist fast egal.

Folgen die Geheimabsprachen der deutschen Autoindustrie nicht exakt der These von Roland Barthes? Wie der *Spiegel* herausfand, haben Volkswagen, Audi, Porsche, BMW und Daimler in 60 geheimen Arbeitskreisen und in mehr als 1000 Sitzungen gemeinsame Sache gemacht und alle möglichen technischen Details abgesprochen, sogar die Fahrzeuggeschwindigkeit, bei der sich ein Cabrio-Verdeck noch per Knopfdruck schließen lässt (siehe auch Wirtschaft, Seite 21). Allein bei der Ästhetik des Fahrzeugs, oder wie der 1980 bei einem Autounfall ums Leben gekommene Roland Barthes gesagt hätte: bei seiner Mythisierung, konnten die Hersteller frei schalten und walten.

Wenn das alles stimmt, dann handelt es sich bei dem Kartell um eine Plattform-Strategie im nationalen Großformat. Die Big Five der Autoindustrie inszenieren sich in der Öffentlichkeit als erbitterte Konkurrenten und versprechen dem Endverbraucher Fahrzeuge, die im Stahlbad eines mörderischen Wettbewerbs geboren wurden. "Das Beste oder nichts." Tatsächlich, so der *Spiegel*, konnte von Wettbewerb kaum die Rede sein, die wichtigsten technischen Kennziffern waren vorab ausgehandelt worden – der Rest ist Mythos.

Derzeit ist es in Mode gekommen, den Kapitalismus vor der wachsenden Schar seiner Kritiker in Schutz zu nehmen und dabei "die Linke" auf den Mond zu wünschen. In der Tat, vielleicht bedarf es solcher Kritiker derzeit gar nicht, denn der Kapitalismus, wenn man diesen grobschlächtigen Begriff verwenden will, entzaubert sich in einer Geschwindigkeit selbst, die sogar die Wohlmeinenden um Fassung ringen lässt. Dass der Markt einen natürlichen Hang zur Kartellbildung zeigt, hat schon Karl Marx erkannt; verblüffend allerdings ist der ungebremste Eifer, mit dem Autohersteller das Allerheiligste der klassischen ökonomischen Lehre, die innere Vernunft des Marktes,

verschrottet haben. So beweist das Darknet ihrer Absprachen, was Kritiker seit jeher behaupten: Wenn man den Markt nur lange genug mit sich allein lässt, dann erzeugt er mit unsichtbarer Hand eine Art Planwirtschaft, die die Konkurrenz außer Kraft setzt.



[\[https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/31\]](https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/31)

Dieser Artikel stammt aus der ZEIT Nr. 31/2017. Hier können Sie die gesamte Ausgabe lesen.

[\[https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/31\]](https://premium.zeit.de/abo/diezeit/2017/31)

Und nicht nur das. Blamiert ist auch die kapitalistische Romantik, wonach das niedere Eigeninteresse stets einen höheren gesellschaftlichen Nutzen abwirft und von Natur aus vernünftig ist. Im Fall der deutschen Autoindustrie bestand diese Rationalität offensichtlich in der arglistigen Täuschung bei der Abgasreinigung unter Inkaufnahme der Schädigung von Leib und Leben. Die Hersteller minimierten die platzraubende Entgiftung, um Raum für überteuerte Soundsysteme zu gewinnen, die dann einen schönen Extraprofit abwarfen. Das war ökonomisch rational, aber

es war, um es in den Worten einer betagten philosophischen Kritik zu sagen, eine Art Vernunft, die von gemeingefährlicher Verrücktheit nicht mehr zu unterscheiden ist. Auch hier ist der nachbürgerliche Kapitalismus verblüffend ehrlich. "Ganz ohne Bescheißen", so ein Manager, werde man nicht über die Runden kommen.