

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 4 (1991)  
**Heft:** 6

**Artikel:** Das Auto : ein Panorama der Sinne  
**Autor:** Lohbeck, Wolfgang / Waldner, Erich / Egli, Daniel E.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119420>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

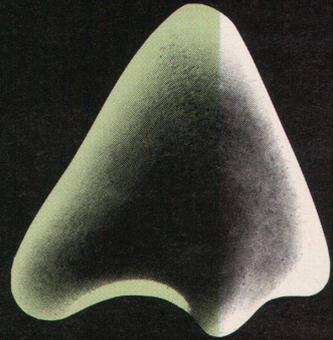
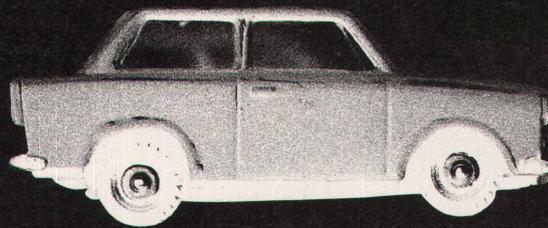
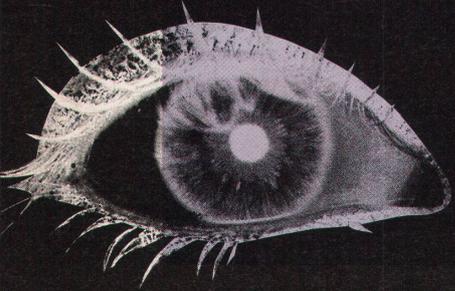
### **Terms of use**

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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 30.01.2025

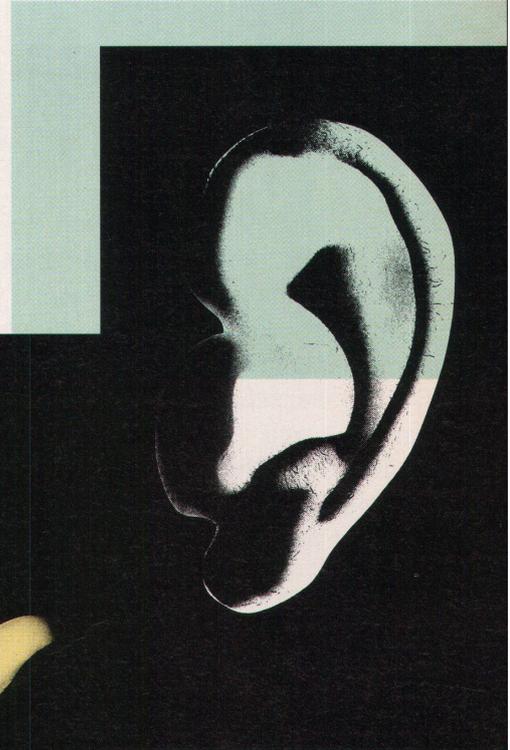
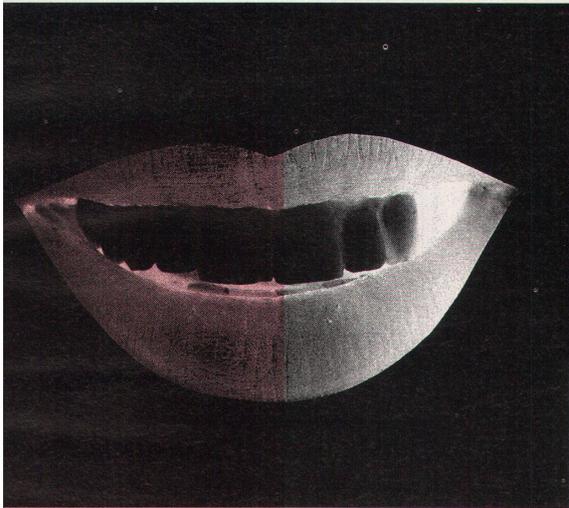
**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

BILDER VON ROTH UND SCHMID



**Das**  
**Auto: Ein**  
**Panorama**  
**der**  
**Sinne**

Wer über Gestaltung redet, denkt oft nur mit dem Auge. Wir tun aber gut daran, mit allen fünf Sinnen wahrzunehmen. Da keine Maschine unsere Lebensweise stärker prägt als das Auto, haben wir uns gesagt, dass eine Kritik am Auto vom Auge, von der Nase, den Lippen, der Hand und dem Ohr ausgehen muss. Und so haben wir eine Autorin, vier Autoren und zwei Fotografen gebeten, ausgehend von je einem Sinn, über das Auto nachzudenken. Entstanden ist ein Panorama der Sinne – eine lebendige, widersprüchliche Collage.



# Man zeigt Hinterteil

**Warum sehen eigentlich nicht alle Autos gleich aus? Aber vielleicht sehen sie ja, wenn man sie richtig ansieht, gleich aus. BMW-Designer Reich meint: «Mit dem Autodesign ist es wie mit dem menschlichen Gesicht: die Elemente sind immer dieselben. Trotzdem sind die Individuen unverwechselbar. Eine Automarke muss ihr unverwechselbares Gesicht finden.»**

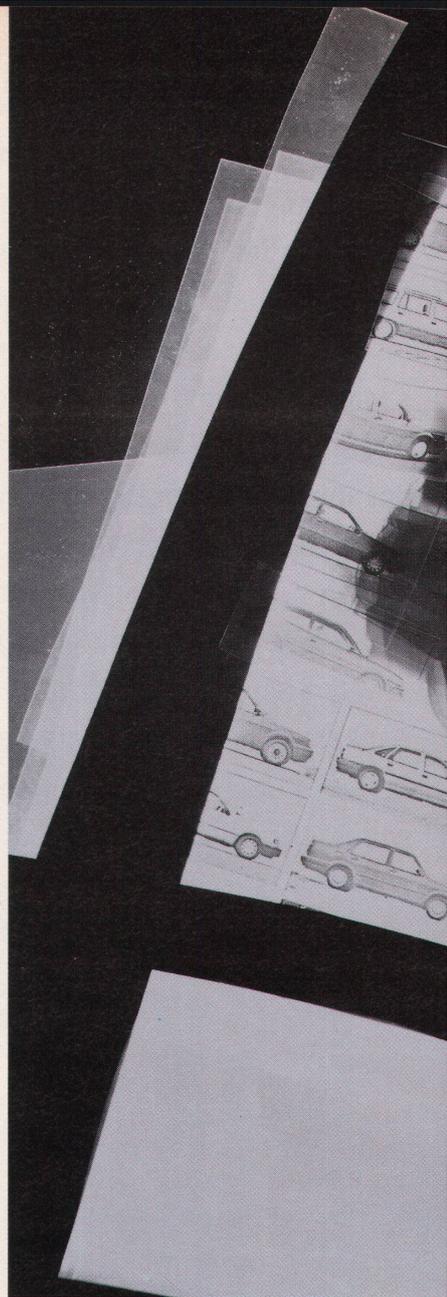
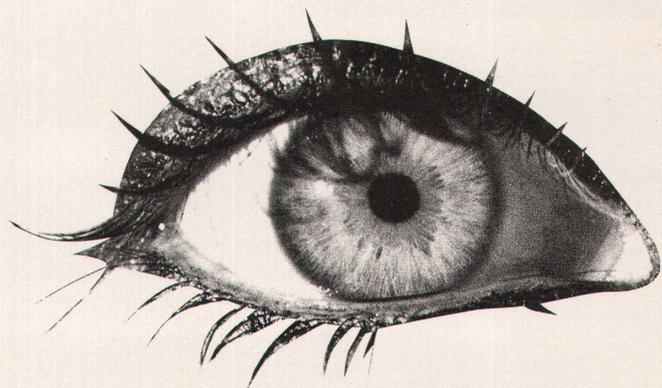
VON WOLFGANG LOHBECK

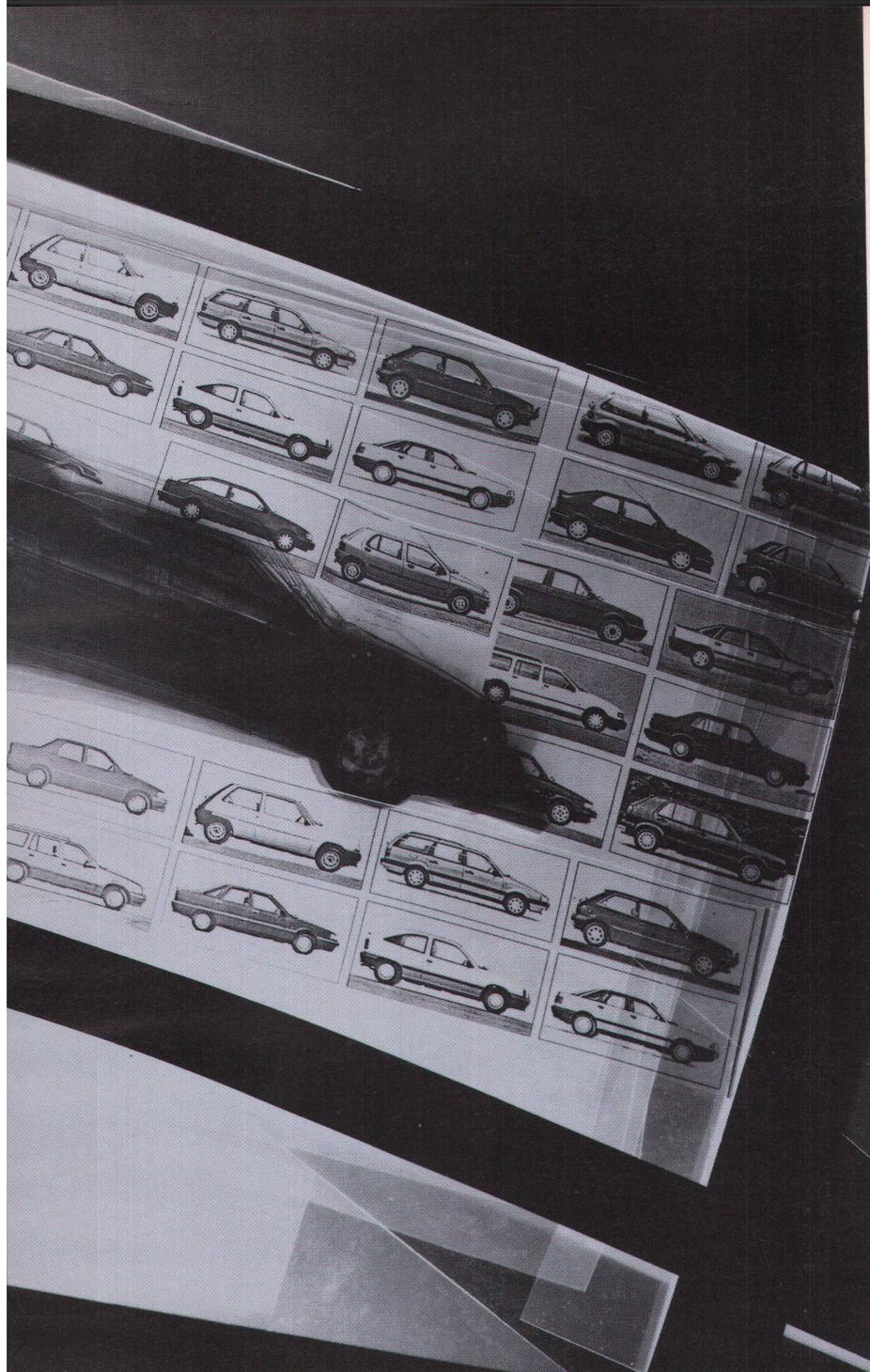
Auf der Suche nach einer nicht nur unverwechselbaren, sondern auch erfolversprechenden Physiognomie findet BMW zu der Erkenntnis: «Ein Auto wird für die Gesellschaft entwickelt, und diese hat auch ihre Wertvorstellungen.» Mercedes schreibt: Ein Auto hat «auch Funktionen zu erfüllen, die mehr im psychologischen Bereich der Wahrnehmung liegen». Psychologie und die Wertvorstellungen der Gesellschaft gehen also ein in die Suche nach dem «Gesicht»: Aber was sind das für Wertvorstellungen? Man muss nicht Soziologe sein, um zu sehen, dass Statusdemonstration und Machtgelüste bestimmende Elemente unserer Erfolgsgesellschaft sind. Kaum anzunehmen, dass so wichtige Merkmale an der Gestaltung eines so wichtigen Alltagsbestandteils spurlos vorbeigehen. Um im Bild zu bleiben: Auch Gesichter sind das Ergebnis der gesellschaftlichen Kräfte, die auf sie wirken. Mercedes: «Es ist unbestritten, dass mit dem Äusseren des Autos auch Werte wie Souveränität, Freiheit, Prestige oder aber schlichtweg Erfolg verbunden werden.»

Die Erscheinung der Autos wird aggressiver. Bedrohlich tief gezogene Frontpartien springen einen an. «Sprungbereit wie eine Raubkatze» ist für Chefdesigner Bruno Saco sein neuer Mercedes SL. Kein Wunder, dass sich die Vorderseiten der Autos zu einem einzigen Frontspoiler auswachsen, bei einigen Modellen bedrohlich nahe über der Strasse. Die biedere Stosstange ist auch nicht mehr, was sie einmal war. Aus dem vertrauten Aufprallschutz mit offensichtlicher Funktion wurde ein mächtiger, selbstbewusst vorgereckter Unterkiefer. Wer für Vergleiche empfänglich ist, mag

sich an durchsetzungsfähige Kinnpartien unserer Erfolgsmenschen erinnert fühlen. Tröstlich immerhin, dass (laut Mercedes) aus der Summe dieser aggressiven Details «ein erhöhter Fussgängerschutz im Falle einer Kollision» resultiert. Gemeint ist die starke Neigung der schrägen Frontpartien. Fussgänger werden nicht mehr überfahren, sondern unterfahren, «auf die Schippe genommen».

Das Bemerkenswerteste aber: Man zeigt «Hinterteil». Heckpartien werden höher, und mit jedem Modelljahrgang schwellen sie weiter. Die hinteren Radläufe nehmen die maximale Breite ein, und dahinter geben die «starken, aber weich einflussenden Einzüge in der Heckpartie einen kraftvollen Charakter» (Mercedes). Die Keilform, von Vorläufern wie dem Citroën DS 19 oder dem RO 80 vorausgeahnt und vom VW Golf, wenn auch in eher zaghafter Andeutung, durchgesetzt, feiert Triumphe. Fiel bei früheren Automobilen die Heckpartie hinter der rückwärtigen Karosserie-Dachverbindung (C-Säule) sanft ab und entsprach damit der Bedeutungslosigkeit dessen, was sich darunter verbarg (dem Kofferraum), so setzen sich nun die aufsteigenden Linien durch. C-Säulen sind nicht mehr Zäsur zwischen Vorder- und Hin-





terteil, sie sind integriert in eine Linienführung, die die Heckpartien zum Höhepunkt und «Symbolträger» aufbaut. Hierhin strömen alle Linien aufwärts, hier ist der gestalterische Abschluss, dahinter nur noch scharfer Abbruch. Die Heckpartien sind – scheinbar – noch etwas: das Kraftzentrum. Sollte man meinen. Darunter ist aber nichts. Das «Kraftpaket» entpuppt sich genau wie früher als schlichter Kofferraum, das «Kraftzentrum» ist eine Luftblase. Waren früher «die Beine Ihres Autos» (Continental-Reifenwerbung) von offenbar faszinierender Ausstrahlung, so ist es inzwischen der «Hintern Ihres Autos». Man könnte die geradezu aufregend überdimensionierten Heckpartien für erotisch halten. In allen Dimensionen ausladend, markant und mächtig – ein neuer

«cul de Paris». So verwundert es kaum, dass sich die Karossen fast so gern von hinten präsentieren wie von vorn. Immer mehr aufgebläse Mittelklassewagen strecken einem in der Werbung provozierend ihr Hinterteil entgegen. Die Wertvorstellungen, für die das Auto entwickelt wird, sind offenkundig: stärker, schneller. Das Pendant in der Gestaltung: Der «Krieg auf der Strasse» schafft sich seine Waffen, auch seine Formen. In diesem Licht erscheinen die dicken Hecks schon weniger erotisch, eher schon die formgewordene Geringschätzung gegenüber allem, was sich hinter einem befindet: Verlierer.

An dieser Stelle können Fachleute nur den Kopf schütteln – alles Unsinn. Angela Knoop, Designerin bei VW, bringt die Sache auf den

einfachen Nenner: In der Formgebung eines Autos muss «Spannung sein» – gemeint ist die Keilform. Niedrige oder abfallende Heckpartien sind schlicht langweilig, «spannungslos». Tatsache ist auch, dass die Keilform einen nicht zu leugnenden Effekt hat: das Energiesparen. Zweifellos eine einleuchtende und populäre Begründung. Die Keilform senkt den Luftwiderstandsbeiwert ( $C_w$ ) und damit den Benzinverbrauch.

Der  $C_w$  als Begründung für so ziemlich alles – Designqualität lässt sich «wissenschaftlich» messen. Hans Kerschbaum, Chefaerodynamiker bei BMW, gerät denn auch ins Schwärmen. Auf dem Rücken liegend, zeigt er stolz auf einen unscheinbaren, 10 Zentimeter kleinen Plastikwinkel, an unsichtbarer Stelle, am Unterboden vor dem Hinterrad, ganz simpel angeschraubt: «Dies ist unser wertvollstes Einzelteil. Es bringt volle zwei Hundertstel  $C_w$ .»

Von 10 Prozent Energieeinsparung bei einem um 30 Prozent verringerten  $C_w$  ist die Rede. Der Anteil des überhöhten Hecks, etwa beim VW Passat, bringt, grob gerechnet, 3 Prozent. Dies allerdings in Abhängigkeit von der Geschwindigkeit, denn der  $C_w$  ist bei 140 Stundenkilometern nicht doppelt, sondern viermal so wirksam wie bei 70. Im Stadtverkehr, wo Autos die meiste Zeit verbringen, spielt er überhaupt keine Rolle. Gedunsene Hinterteile, wie mit der Axt abgeschlagene Kofferraumpartien und messerscharfe Frontpartien mit Unterbiss: Ob sich hier nicht doch die Wertvorstellungen aus der Werbung durchsetzen?

Das Argument Benzinsparen stösst denn auch dann auf, wenn man den sonstigen Trend unter die Lupe nimmt: Übermotorisierung ist Normalfall. Auch Mittelklassewagen haben heute locker über 100 PS, der neue 600-er SEL von Mercedes bringt es auf 408 PS, 21 Liter Benzin im Stadtverkehr. Kein Wunder, wenn man, um seine 80 Kilo fortzubewegen, fast zweieinhalb Tonnen Blech mit sich herumschleppt. Energiesparen als Designmaxime ist ein Alibi. Vom sachlich kühlen Unterordnen der Formgebung unter technische Sachzwänge, Aerodynamik inklusive, kann kaum die Rede sein. Die Form ist Ausdruck von Wunschdenken. Wenn schon nicht wirklich, dann wenigstens als Abbild. Nicht ein Gebrauchsgegenstand wird gestaltet, sondern ein Wunsch. Der Wunsch heisst: «Du kannst mich mal.»

# Den Duftmarken auf der

**Die Kultmaschine Auto sticht vielen in die Nase – aber das ist nicht das Thema dieses Beitrags: Hier geht es um das Auto als Erlebnis für das Sinnesorgan Nase.**

VON ERICH WALDNER

«Das Auto bleibt, was es immer war, die Weihnachtsgans staatlicher Schuldenmacher.» Das Zitat stammt aus der gleichen deutschen Fachzeitschrift, die über den Hoffnungsträger von BMW, W. Reizle, schreibt, er habe «als gnadenloses Talent mit dem Fünfer, dem 850i und dem Dreier Duftmarken gesetzt». Über solche verbalen Ausrutscher soll im folgenden nicht philosophiert werden. Aber das Auto als duftende Weihnachtsgans und als Duftmarke führen zu unserem Thema: die Kultmaschine Auto als Erlebnis für das Organ Nase.

Das Auto kann nämlich als eine geballte Ladung von Düften erlebt werden. Abgesehen von all denen, welche das Auto nur als stinkenden Umweltverschmutzer sehen, ist seine ausgeprägte Duftwelt wenig beschrieben worden. Ideologie hat halt beim Thema Vorfahrt.

Doch versuchen wir einmal, das Auto mit der Nase zu erleben. Wer hat sich nicht schon über den Gestank vorbeifahrender Autos geärgert? Wie freut sich aber die/der gleiche Frau/Mann auf den Tag, an dem er/sie ihre/seine mobile Neuerwerbung heimführen darf! Neue Autos überraschen durch eine Fülle von angenehmen Düften. Der unnachahmliche Geruch frischer Farbe, der betörende Duft des Neuen, alles riecht noch ungebraucht. Besonders Glückliche, die eine Lederpolsterung bestellt haben – sie dürfen sich einige Zeit an deren angenehmem Geruch erfreuen. Dabei spielt es offenbar keine Rolle, dass der Innenraum wie frisch gewichste Schuhe duftet. Schliesslich ist das Auto ja nicht viel mehr als eine technisierte Form von Schuhwerk.

Die erste Fahrt bringt dann schon die ersten duftenden Enttäuschungen. Das angenehme Kitzeln der Nase wird bald abgelöst von einem muffigen Geruch, der dem Kunststoff, im Volksmund auch Plastik genannt, zugeschrieben wird. undefinierbar, penetrant, im Luxuskreuzer wie im billigen Stadtflitzer. Wehmütig erinnern wir uns an die Zeiten, in denen das Auto mit wenig bis keinem Plastik gebaut wurde. Jeder Wagen hatte damals seine Duftnote. Der Engländer roch anders als der Deutsche, der Franzose anders als der Italiener. Der Duft der Technik, Öl, Schmiermittel, Benzin, wurde noch nicht von dem muffigen Plastikgestank übertönt. Die Autos zeigten da-

mals eben nicht nur im Äusseren Charakter. Früher war ohnehin alles anders und besser – aber das wäre eine andere Geschichte.

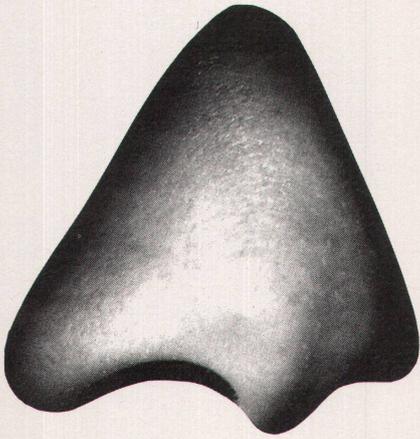
Fahren wir also mit unserem neuen Auto weiter. Probieren wir die Heizung. Da wird uns ein Geruchsgemisch zugemutet, das mit Duft oder gar Parfüm nun rein gar nichts zu tun hat. Erstaunlich, wie klaglos wir uns das alles gefallen lassen. Und diese Stinkorgie darf man jedesmal wieder erleben, wenn die Heizung nach längerem Nichtgebrauch neu angestellt wird. Nur kommt dann meist noch der staubige Mief eines ganzen Sommers dazu.

Und wie der Wagen «duftet» nach den ersten Parforcefahrten, wenn er richtig warm bekam? Wenn wir angstvoll das Auto inspizierten, ob es irgendwo brenne. Eine Wolke von verbranntem Öl, Schutzfilmen, stinkendem Plastik lässt Schlimmes vermuten.

Tagtäglich Überraschungen duftender Art. Am Morgen beginnt es beim Anlassen. Unüberreichbar meldet sich der Motor. Seit der Einführung des Katalysators haben sich die Duftkomponenten der Abgase verändert. Neben den klassischen Gerüchen nach Benzin oder Diesel kommen neuerdings manchmal faule



# Spur



Eier hinzu. Ein undefinierbares Gestankwunder. Beim Einsteigen empfängt uns wieder der allgegenwärtige Plastikmief. Woraus diese sich stetig ändernde Duftzusammensetzung besteht, ist schwierig zu sagen und wohl auch noch nie untersucht worden. Lassen wir es also bei der landläufigen Meinung, es seien die bösen Weichmacher. Es ist so schön, falschen Vorurteilen nachzuhängen.

Fortschrittliche Garagen haben den Hang zur Sauberkeit entdeckt. Je weniger es wegen der vielen Elektronik am Wagen beim Service zu tun gibt, um so intensiver wird er saubergemacht. Nach einer solchen Putzete duftet das Gefährt nach dem unvermeidlichen Einheitsparfum der Reinigungsmittel: künstliches Plastikblumen- oder Fruchtaroma der ganz billigen Sorte. Fast vergessen hätte ich die Scheibenwaschanlage. Auch sie beglückt uns jedesmal mit dem gleichen billigen...

Kaum ist dieses nasenbetörende Erlebnis abgeklingen, wer kommt dann wieder: natürlich der Plastikmief.

Damit hätten wir die dem Auto eigenen Dufteffekte eigentlich abgehandelt. Wechseln wir zu den unverwechselbaren Duftmarken des Besitzers, der Besitzerin. Jedes Auto nimmt mit der Zeit den charakteristischen Duft seines Betreibers an. Ich denke dabei weniger an die parfümierten Kartonbäumchen, dezent «car freshener» genannt. Diese zeugen weniger vom erlesenen Geschmack des Käufers als von seiner Schwäche, alles und auch wirklich alles zu kaufen, um den Wagen zu verunzieren – ausser Dinge für die Sicherheit. Speziell Autopolster – die herrlichen Lederpolster natürlich ausgenommen – haben die fatale Eigenschaft, fremde Düfte aufzunehmen, um sie alsdann mit enerzierender Langsamkeit wieder abzuströmen.

Das Auto ist mittlerweile fast der einzige Ort, an dem ich ohne Reklamationen meine Zigarre

oder Pfeife schmauchen darf. Dafür nehme ich gerne den typischen Rauchgeschmack oder auch Gestank in Kauf.

Aber auch das Gefährt eines Nichtraucher besitzt seine unverwechselbare und vor allem undefinierbare Duftnote. Hunde im Auto, zum Beispiel nach einem längeren Spaziergang im Regen, hinterlassen ihre Duftspuren für einige Tage.

Auch die Düfte der Umwelt lässt uns das Auto intensiv erleben. Fahren Sie einmal im Schritttempo durch einen längeren Tunnel. Für Motorradfahrer wird bei viel Verkehr die Durchfahrt gesperrt, nicht aber für den Automobilisten: Vermutlich ist der Automobilist duftgehärteter. Ein Erlebnis ganz besonderer Art ist die Fahrt in einem Auto oben ohne. Wo können Sie in so kurzer Folge die verschiedensten Duftnoten derart intensiv miterleben: ein frisch gejauchtes Feld, ein Narzissenfeld im Frühjahr, eine gemähte Wiese mit antrocknendem Heu, die lockenden Düfte von Grossstädten oder Industrien, das Duftgemisch eines Weindorfes usw. Diese Aufzählung ist nicht vollständig, sie soll nur anregen.

Das Umwelterlebnis mit der Nase ist auch in einem züchtig hochgeschlossenen Wagen möglich. Sie brauchen nicht einmal jenseits der Geschwindigkeitslimite zu fahren, sondern müssen nur das Fenster ein wenig öffnen. Besitzern einer Klimaanlage ist das allerdings verwehrt. Sie haben dafür das Vergnügen, duftlos zu frösteln.

Ich habe versucht, unser Kultobjekt als Dufterlebnis zu schildern. Nicht mit der Nase eines hochspezialisierten Parfümeurs, sondern mit dem Riechorgan eines ehemaligen Chemikers, der auch heute noch von Düften aller Art fasziniert ist. Der zudem, es sei gestanden, auch heute noch ein Autonarr ist und in diesem Sinne sein Auto auch riechen kann. Das Auto duftet sicher nie nach Guerlain-Kompositionen, die für mich zum Grössten zählen, was auf dem Gebiet der Parfümerie kreierte wurde. Auch dies ein absolut subjektives Urteil.

Wer versucht, sein Gefährt subjektiv mit der Nase zu erleben, wird ebenso viele Überraschungen erleben wie mit den grossen Parfums und ihren Trägerinnen oder Trägern. Allerdings nur, wer die charaktervollen den perfekten vorzieht (wie ich dies auch bei den Menschen tue). Ich fahre zurzeit einen Lancia Thema 16V Turbo und einen Y10. Und die Parfums, die ich vorziehe, habe ich erwähnt. Oder muss ich noch erwähnen, dass auch rot-haarige Frauen für mich – selbstverständlich subjektiv – interessant sind?



# Essen kann man es nicht

Eine Sache ist sicher: Essen kann man das Auto nicht. Ausser es ist aus Schokolade.

VON DANIEL E. EGGLI

Autos sind aus Blech, und darum kann man sie nicht essen. Man kann höchstens im Auto essen. Eine richtige Auto-Esskultur, die man testen könnte, gibt es zwar nicht. In Amerika soll es Eat-drive-ins geben. Man fährt mit dem Auto an den Schalter und dann hopp...

Die Auto-Esskultur in der Schweiz ist eine Servelakultur. Bei einer Metzgerei haltmachen, zwei Servelas kaufen und im Auto lustvoll schlingen, schlingen, schlingen, bis nur noch zwei Servelahäute hinter dem Sitz an diesen Rückfall zu proletarischen Wurzeln, an den Seelentrost by Servela, an eine kurze konzentrierte Fressorgie im Auto erinnern.

Fressorgien sind möglich, für richtige Orgien ist das Auto etwas zu eng. Dagegen ist es noch praktisch, um Liebe zu machen. Sofern man ein Auto mit Liegesitzen hat. Es gibt nichts Sinnlicheres als ein Auto im Wald im Sommergewitter, wenn Blitz und Donner die Spannung entladen und der warme Regen aufs Autodach und ans Seitenfenster trommelt zum Geruch nach feuchter Walderde. Das Auto ist also gleichzeitig ein sinnliches und ein unsinniges Ding. Es zerstört mit seinen Abgasen unsere Wahrnehmungsfähigkeit mit der Nase und schafft mit seinen Formen neue Wahrnehmungen. Es ist nichts als kalte Technik, nichts als Blech und Kunststoff, und doch kann es eine sehr sinnliche Ausstrahlung haben. Es ist wie bei einem schönen Menschen: die Autos, die man selbst hat, erlebt man nicht als erotisch – sinnlich begehrt man nur die Autos der andern, die Autos, die unerreichbar sind.

Natürlich kann Essen auch Ersatzlust sein, Ersatzbefriedigung für unterdrückte Wünsche. Sind die Frustesser keine sinnlichen Menschen, weil sie ihre Sinnlichkeit mit dem Magen statt mit dem Gaumen ausleben? Lustbefriedigung durch den Mund statt Lutschbefriedigung mit den Lippen? Ein so sinnliches Unding wie das Auto bietet sich dann als Ersatzobjekt, als Streichelobjekt an, spätestens am Samstagnachmittag bei der langen Autowäsche...

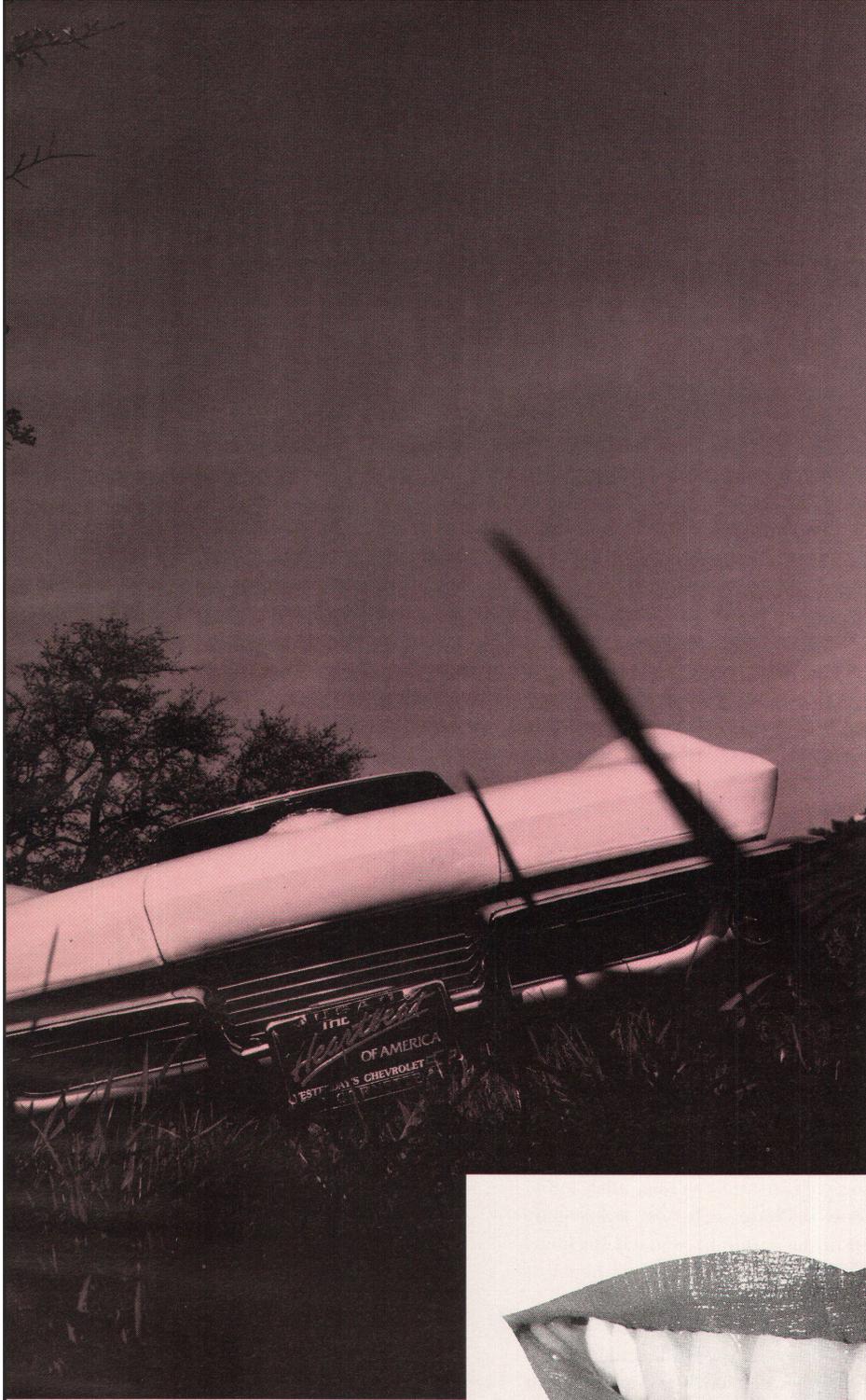
Ist ein Auto sinnlich, ist es erotisch? Einmal habe ich einen Corvette Stingray mitten in mein Restaurant gestellt. Etwas Amerikanisches hätte es sein sollen, als Unterstützung der US-food-Wochen, zur Ergänzung der Sternbannerfähnchen und Indianerköpfe mit gefärbten Hühnerfedern. Eigentlich suchten wir einen Cowboyküchenwagen aus dem Wilden Westen. Und weil das nicht zu finden war, war dann eben der Corvette Symbol für die amerikanische Küche.

In einem Corvette kann man zwar nicht kochen, aufessen kann man ihn nicht, und weil er so niedrig ist, lässt sich darin nicht einmal auf vertretbare Weise Liebe machen. So liegt der Verdacht nahe, dass er ein unsinnliches Auto sein könnte. Doch das sagen nur Leute, die noch nie einen Corvette Stingray mitten in ihr Restaurant gestellt haben. Der Wagen erschien mir symbolhaft für die amerikanische Küche mit ihren protzigen Steaks und den Cabbage Salads mit Marshmallows. Und da stand er nun, dieses Produkt einer verrückten Idee, und nichts erinnerte an den spektakulären Transport über die Wiese, über die Gartenwirtschaft millimetergenau durch den Hochzeitseingang und das endlose zentimeterweise Manövrieren, bis er endlich mitten im Restaurant stand, als Symbol für freie Strassen, freie Fahrt und freies Amerika oder was der Lügen mehr sind.

Da stand er nun im dunklen Restaurant mit den milden Farben und dem sanften Kerzenlicht grellrot und protzig beleuchtet. Ein starker Hauch von James Dean und Disneyland in der braven «Linde» Derendingen – und er passte wie eine Faust aufs Auge. Im Innern wurde er mit einem Spot rot beleuchtet, so ein sündiges Rot, das Leder so rot, dass die Leute rot wurden vom blossen Denken an ihre unkeuschen Phantasien. Es war so deutlich, dass dieser Corvette kein Auto für brave Helvetier, dass dieser rote Corvette ein Nutten- und Zuhälterauto war, eine Provokation für einen anständigen Menschen. Da stand er nun, dieser untermotorisierte Macho aus den Staaten, und zeigte seine Potenz unter dem geschwungenen Polyesterchassis mit dem Seitenauspuff. Wie ein junger Mann, der zu enge Jeans trägt, verwa-

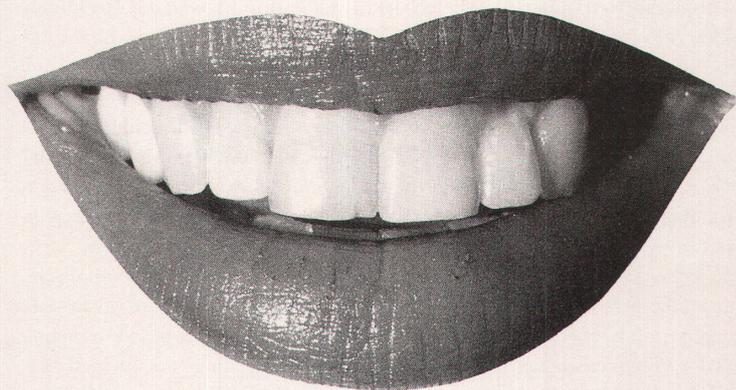
schene Jeans, die eine Ahnung von seinen Muskeln, eine Ahnung von seinem Genital geben. Und wie es bei einem jungen Mann eben doch nur der Zigarettenanzünder ist, der an strategisch wichtiger Stelle für ausgewaschene Beulen an den Jeans sorgt, so hatte auch der Corvette unter seinem imposanten Imponiergehabe nur ein vergleichsweise schlaffes, aber laut röhrendes Motörchen versteckt. Mein Corvette harmonierte mit den Sirloin-Steaks, den T-bone-Steaks, den Tenderloin-Steaks, diesem marmorierten Fleisch, vollgestopft mit Maismast und Hormonen, auf dem Lavasteingrill gebraten, im Innern noch roh und blutig, mit einem Rand von Fett, diesem göttlichen Fett,





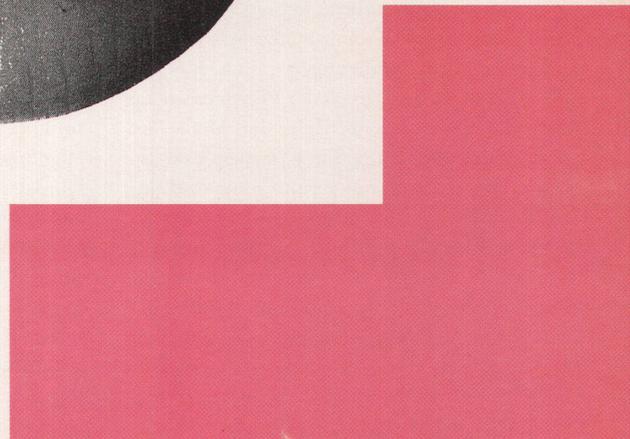
Potenz- und Penissymbol, und war nur noch schön, stahlte nur noch aus. Man müsste träumen und in diesem Auto sitzen als Szenenbild für den Film «La grande bouffe». In diesem sündigen Rot sitzen und dann bei hundertzwei Stundenkilometern auf dem Highway ein in Butter und Rosmarin gebratenes Hähnchen mit fettigen Fingern verschlingen und Champagner. Orgasmus, Totalschaden und Abdankung in einem.

Am nächsten Tag, als die ersten Gäste zum US-food-Festival eintrafen, stand ich stolz und erwartungsvoll in meinem Restaurant, um mich in der Gunst meiner Gäste zu spiegeln... Wie wenn es der Teufel gewusst hätte, liess er ausgerechnet die Frau Dr. Sturzenegger als ersten Gast eintreten. Diese Frau, die mit einem Satz mein ganzes Selbstwertgefühl zerstörte, mein Gesabber von der Sinnlichkeit des Autos, von der Erotik des Corvette Stingray ins Land der dreisten Lügen verdrängte. Die Frau Doktor setzte ihr biederstes Hausfrauengesicht auf und sagte: «Hier stinkt es nach Benzin...»



das so gut schmeckt wie Rindermark. Ein Steak eben für die harten Männer, die wir alle nicht mehr sind, sowenig wie der Corvette ein Er ist – vielleicht ist eine Corvette auch eine Sie?

Natürlich war es Kitsch, dieses elegante, aber doch leicht rustikale Dorfstaurant mit den amerikanischen Fahnen und den Touristen-Indianern aus Plastik und dem Polyester-Sportwagen aus den USA. Aber es war doch schöner Kitsch, sinnlicher Kitsch. Nachts, spät nach der Polizeistunde, bin ich noch zu meinem Corvette gegangen, die Lampen heruntergedämmt, um den Raum in eine weiche Dunkelheit zu tauchen, und mitten drin stand ER unter dem erotischen Scheinwerferrot, dieses



# Das fahrbare Einfamilienhaus

**Die Autofabrikanten überstellen den öffentlichen Raum mit ihren Plastiken. Und sie haben auch die Einfamilienhäusleinbauer längst abgelöst. Wer fragt, weshalb das Auto als Plastik so dauerhaft attraktiv ist, muss fragen, wie die Mobilität mit der Immobilie zusammenhängt.**

VON UTA BRANDES

Seit Carl Benz am 3.7.1886 mit seinem dreirädrigen Benzinfahrzeug seine erste öffentliche Fahrt unternahm, der Gottlieb Daimler kurz darauf, 1887, vierrädrig folgte, ist mehr als ein Jahrhundert vergangen. Gemessen aber an anderen technischen Erfindungen und Entwicklungen, hat sich das Automobil seitdem strukturell nicht sonderlich sensationell verändert. Auch über Geschwindigkeitsrausch, Rücksichtslosigkeit der Automobilisten, über Todesfälle und die «Stinkkarren», die Natur, Strassen und Menschen schädigten, wird bereits seit den Anfängen dieses Jahrhunderts geklagt. Der brave Kampf gegen das Auto konnte dessen weltweit unaufhaltsamen Aufstieg aber nicht verhindern.

Sehr viel komplizierter ist die Frage, warum das Automobil kaum etwas von seiner Attraktion verloren hat, die nahezu jenseits rationaler Kritik und diesseits wachsender Schreckens- und Immobilitäts Erfahrungen andauert. Daran ändert auch nichts, dass der Personenwagen heute die überwiegende Zahl der Menschen mindestens zweimal am Tag frustriert und aggressiv macht: Stop and go und Stau statt dahinfliegender Geschwindigkeit. Der deutsche Kulturkritiker Peter Sloterdijk interpretiert die Auto-Neuzeit als postmoderne Mobilmachung; der französische Philosoph Paul Virilio erläutert sein Lieblingsthema Geschwindigkeit am Autofahren als Kriegsspiel, wo der Fahrer zum Führer wird. In diesen militärischen Metaphern steckt zweifellos ein wahrer Kern.

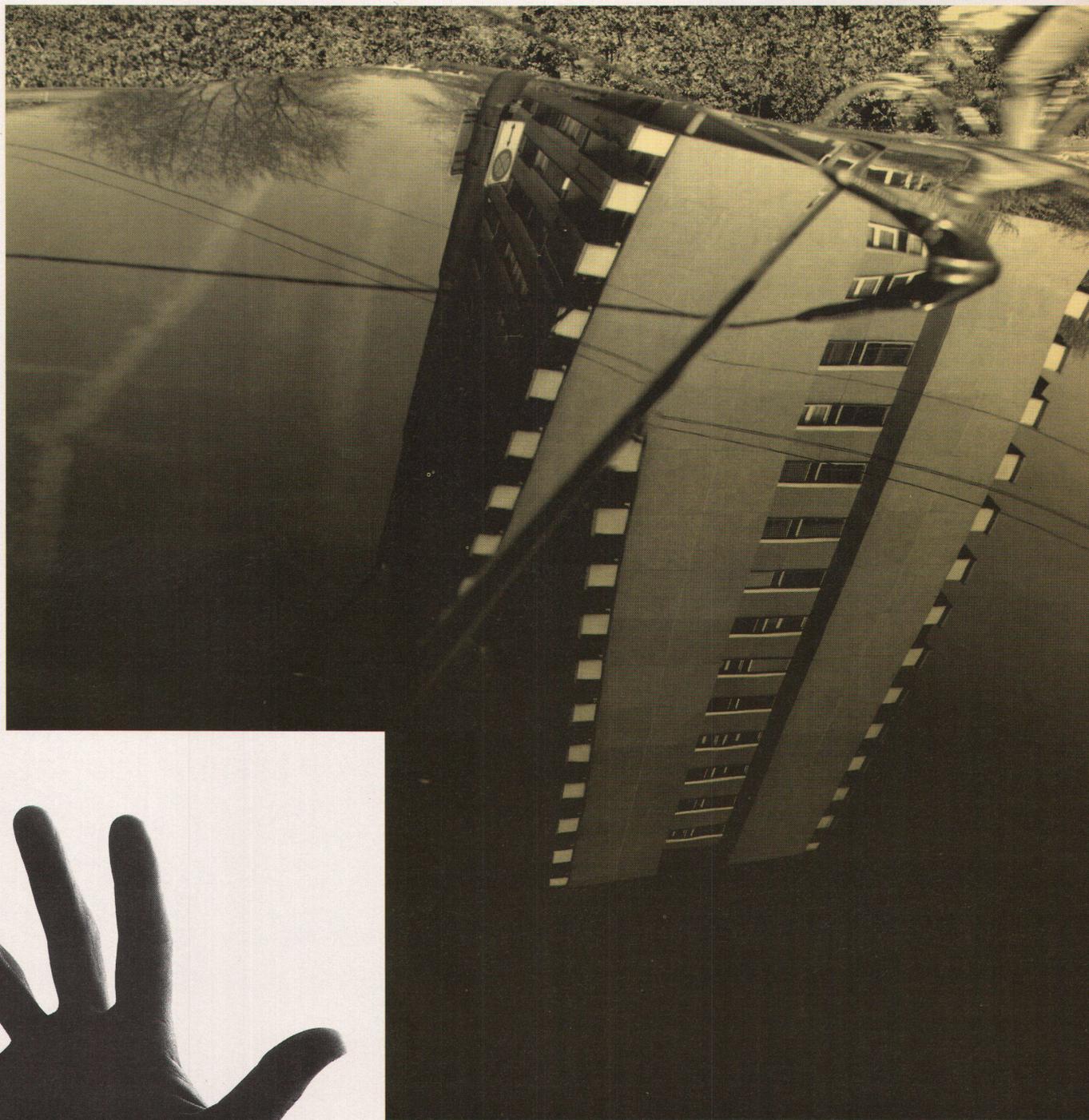
Bereits im 1. Weltkrieg und besonders fatal im deutschen Faschismus entfaltete das Auto seinen materiellen, funktionalen Gebrauchswert. Schliesslich herrschen auch in Friedenszeiten kriegsähnliche Zustände auf den Strassen.

Einer der wichtigsten Gründe für die unverwundliche Attraktivität des Individualverkehrs ist die Inszenierung auf den Strassen, in der das Auto Requisit und Hauptdarsteller in einem ist. Einmal abgesehen von der Ausnahme sehr reicher Menschen, ermöglicht allein das Auto dem Durchschnittsmenschen den individuellen aktiven Eingriff in die Inszenierung – Steuern und Lenken, die Entscheidung, nach eigenem Willen anzuhalten oder weiterzufahren, der selbstgewählte Entschluss, diese oder jene Route zu nehmen. Auch wenn die praktische Erfahrung zeigt, dass die vermeintlich individuelle Entscheidung sich als massenhafte Gleichförmigkeit entpuppt, weil das Drehbuch gesellschaftlich vorgeschrieben ist – allein die Einbildung der Freiheit, sich selbständig und selbsttätig anders entscheiden zu können, reicht. Der Wunsch nach selbstbestimmter Aktivität verbindet sich mit dem nach Privateigentum: Was mir gehört, untersteht meiner Verfügungsgewalt, damit kann ich machen, was ich will. Auch Besitz suggeriert Freiheit.

Erst das «auto» am Auto macht verständlich, warum es nach wie vor derart attraktiv ist, obwohl aus dem Mobil zunehmend eine Immobilie wird. Diese ist allerdings erschwinglicher und deswegen leichter zu bekommen als sonstige Immobilien.

Die Idee des Autos als bewegliches Haus, als zweite Schutzhülle, ist in den USA schon länger und selbstverständlicher in den Köpfen. Nicht nur die Tradition der Wohnmobile stammt von dort, sondern auch die Containerhäuser, die bei Bedarf (oder bei finanziellem Ruin) fortgeschleppt werden. Und es ist sicher nicht zufällig, dass die amerikanischen Personenwagen schon immer mehr an weicher, möglichst auto-

matischer Bequemlichkeit und Geräumigkeit orientiert waren. Gefragt ist wohnliche Ausstattung des Inneren zwecks privater Abschottung und aufwendiges Styling zwecks Demonstration des Privatbesitzes. Das Auto als ortsungebundene Wohn- und Arbeitsstätte oder als Mittler zwischen den beiden nimmt immer deutlicher Gestalt an. Die Vorstellung, das Auto könnte zum halbwegs mobilen Zuhause werden, ist weniger exotisch, als sie klingt. Morgendliche Beobachtungen in einer Grossstadt: An Verkehrsknotenpunkten mit langen Ampelphasen, an denen sich der in die Stadt hineinwälzende Berufsverkehr täglich staut, lässt ein findiger (Noch-)Kleinunternehmer grosse Tüten mit dem Aufdruck «Guten Morgen Frankfurt» mit einem kompletten Frühstück verkaufen.



# Eine fette, träge Musik

VON DANIEL MOUTHON

Am Karfreitagmorgen an der Schreibmaschine, das Fenster ist einen Spaltbreit geöffnet, um die Lautsphäre der Stadt für einmal nicht vom Arbeitsplatz zu verbannen: Rufe von Vögeln, Läuten von Kirchenglocken, die Geräusche von Autos und Flugzeugen und – tief hinten am akustischen Horizont – ein feiertäglich kleines Rauschen der Stadt.

Diese Aufzählung könnte die Besetzung in einer Makro-Komposition sein: Traditionellen Instrumenten wie Flöte oder Trommeln entsprechen nun Vögel, Kirchenglocken und Motoren. Im Hinterkopf habe ich noch die Lautklassifizierungen aus Murray Schafers anregender Kulturgeschichte des Hörens «Klang und Krach»: die Geräusche der industriellen-elektromechanischen Revolution nennt er darin den «Grundton» der Stadt.

Man möchte diejenigen Automobilisten umarmen, die diesen Grundton nicht in den Osterverkehr auf die Nationalstrassen verschieben und die dazu beitragen, dass frühere oder ländliche Signale wie Vogelruf und Glockenschlag ereignishaft werden.

Österlich jeder Laut also; ein Ereignis, das hilft, den mich umgebenden Stadtraum akustisch abzustecken, gar zu definieren; das Knattern eines Mopeds sagt: so steil und kurvig ist diese Strasse, so eng die Häuserschlucht. Das Quartier erscheint in den Klangschatten dieses Geräusches.

A la recherche de l'enfance und darüber hinaus.

Stehen Sie – noch besser: Liegen Sie zu verschiedenen Tages- und Nachtzeiten an verschiedene Strassen.

Hören Sie Autos.

Imitieren Sie Autos mit Ihren stimmlichen Möglichkeiten. Suchen und erfinden Sie Tätigkeits- und Eigenschaftswörter für das, was Sie hören.

## Petite piece (pour voix solo)

**schschsch...** (stimmhaft, mit langsamem Verändern der Mundöffnung; tief und eher leise)

**wwwwww... mmm... www...** (Verändern von Tonhöhe und Intensität; gelegentliche Akzente)

## (Rettungshelikopter überfliegt die Szene)

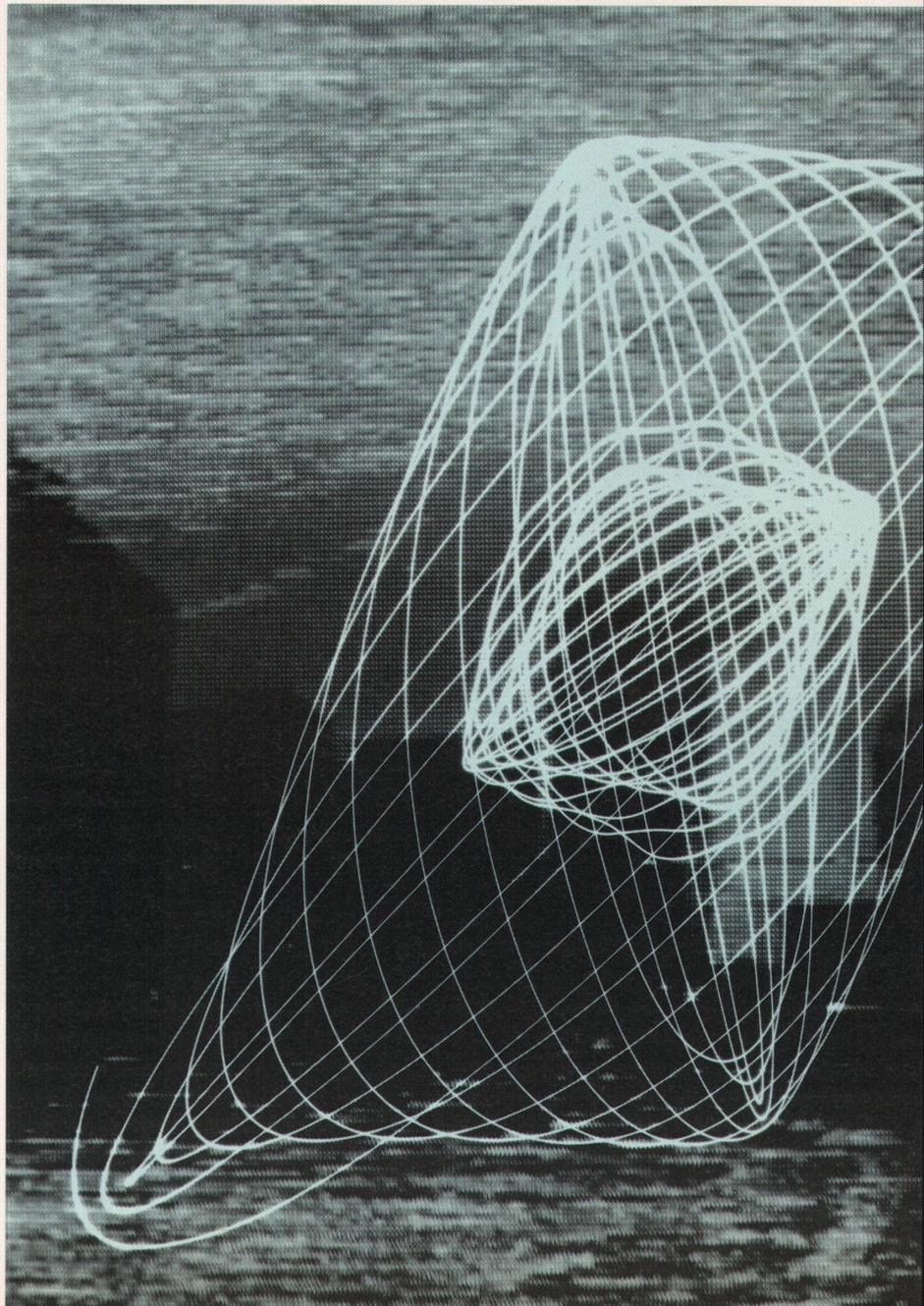
**chIchIchIchIchI...** (stimmhaft; das Ch tief in der Kehle und die I so schnell wie nur möglich mit der Zungenspitze an die oberen Schneidezähne gestossen)

Einmal mehr: Das Lautmalende der Stimme kann es nicht fassen und die konventionelle

Sprache noch weniger; sie setzt eher Zeichen dafür: das Auto «tönt/brummt/rauscht». Am ehesten gelingt es ihr noch im Extrembereich: der Wagen «heult auf/donnert daher»; der alte VW «knattert» – aber den gibt's kaum mehr. Das markenspezifisch geprägte Geräuschspektrum scheint durch Dämpfung nivelliert. Zumindest höre ich in urbaner Gegend das Knattern und Tuckern kaum mehr: das Rauhgelächter ist weg; geblieben ist noch das mensch-

ähnliche Aufbrausen beim Schalten. Weiter: die Geräusche beim Rollen, wenn das sattfeuchtglatte Schleifen der Pneus den Anteil des Motors fast überwiegt: Gewalt und Macht dann nicht als verweltlichtes Orgeldröhnen, sondern alltäglich und gefährlich: leise. Was unter dem Strich bleibt, summiert als Vielstimmigkeit: Autorauschen tief, künstlich und unnatürlich kontinuierlich.

Geräusch ist Tongemisch aus vielen Einzeltö-





nen, deren Frequenzunterschiede sehr klein sind; es beruht nicht ausschliesslich auf periodischen Schwingungen und harmonischem Klangspektrum, was Schwankungen im Wahrnehmen durch das Trommelfell ergibt.

Geräusche haben Tonanteile und Klangfarbe, aber keine eindeutige Tonhöhe – so wie umgekehrt jeder Ton eines Instrumentes einen Geräuschanteil hat, der die subjektiv empfundene Klangfarbe mitprägt.

Ähnlich zeigt sich diese Unschärfe in der Unterscheidbarkeit beim Begriffspaar von Konsonanz und Dissonanz: Schönberg hat zu Beginn dieses Jahrhunderts erklärt: Es gibt keine Dissonanz, keinen Missklang. Er hat sich dabei noch auf die Instrumente des Orchesters bezogen, aber die Emanzipation des Geräusches in Neuer Musik, Jazz und Pop hat die Forderung dieses Vaters von musikalischer Moderne nur bestätigt.

Wasser also auf die Mühlen derjenigen, die rufen, Motorenlärm sei Musik in ihren Ohren? Ja, was quasi den rein akustischen Stoff anbelangt. Aber träge, fette Musik ist das: Selbst das Aufheulen einer Formel-1-Bolide ist zögernd, verglichen mit dem gespannten Anspringen einer Cello-Saite. Sukzessive nur können sich bei einem Autogeräusch Lautstärke, Tönung oder Körnung verändern; dieses Prinzip des Allmählichen und Steten rückt Motorenlärm auch in die Nähe des Heiligen, zumindest der Macht und des Imperialen.

Die Klangwelt der neuen klassischen Musik ist seltsam unberührt geblieben von der Lautsphäre der Strasse, böten doch *Musique concrète* und Elektronik genügend Mittel. Dies im Gegensatz zum Film, wo das Road-Movie eine Gattung geworden ist. Ich vermute: Das Auto

und sein Lärm sind für die Tonschöpfer dieses Jahrhunderts eher verdrängte Voraussetzung und stilles Stimulans für ihr Schaffen als Objekt ausdrücklicher Gestaltung.

Dann eher noch die Eisenbahn: Sie ist wohl als kollektives Verkehrsmittel auch eher Träger von Mythos: gleichnishafter, wenn auch weniger schicksalsträchtig als das Auto mit seinen Emissionen: Für mich wäre es schlecht vorstellbar, das jüdische Schicksal der Zirkulation und Verfolgung mit dem Fluchtmittel Auto zu assoziieren und nicht mit der Eisenbahn, wie es Steve Reich in «*Different Trains*» eindrücklich getan hat. Regelt ein ähnliches Misstrauen das Verhältnis der Musiker zum Thema Auto wie dasjenige der Dramatiker zum Thema Eifersucht: kleiner, höchstens zur Komödie taugender Topos?

Dabei hat das mit der Technik so gut angefangen bei den Futuristen um 1911: Da war davon die Rede, dass man «den Unterseebooten, den Kreuzern, den Automobilen, den Luftschiffen eine musikalische Seele geben», die Herrschaft der Maschine und der Elektrizität zu den innersten Motiven der musikalischen Gestaltung hinzufügen müsse.

Aspekte der Akustik vertiefen meine Verachtung dem Automotor gegenüber: Die Rede dieses Fürsten der Schöpfung ist grau, schal, hoch redundant, wenig informativ und ein lautmässiger Popanz: viel Ein- und Ausschwingen, kleiner Körper und Charakter. Die blecherne Rede narzisstischer veranlagter Herren, die ohne Sensorium sind für den Radius ihrer schallmässigen Abstrahlung. Kleines Rechenspiel: Der gesundheitsgefährdende Lärmpegel des Verkehrs von 65 Dezibel ist mehr als eine Million mal schallintensiver als Laute am untersten Rand unserer Hörschwelle.

«Nach meiner Vorstellung ist Musik ökologisch», sagte John Cage. Schafer postuliert am Ende seines Buches das Akustikdesign, den Akustikdesigner. Zum Pflichtenheft einer solchen Disziplin würde unter anderem gehören: das Bewerten und Verbessern der Prinzipien, Respekt vor Ohr und Stimme, Bewusstsein für Lautsymbolik und Kenntnis der Rhythmen und Tempi der natürlichen Lautsphäre.

Weiter: «Der Designer plant aber nicht eine Gesellschaft neu; er zeigt dieser Gesellschaft lediglich, was ihr entgeht, wenn sie sich nicht selber neu entwirft.»

Einüben in Selbstbeschränkung wäre da wichtig – im Gegensatz zu einem wachstumsorientierten Verständnis von Design. ■