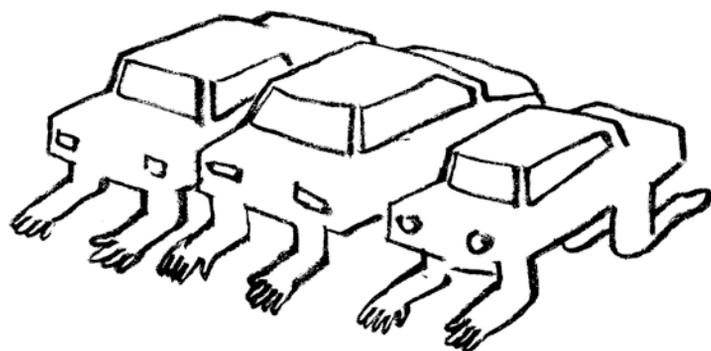




«Ich bin dort drüben» → von Christoph Pfluger



Hand aufs Herz: Was sagen Sie, wenn Sie zeigen wollen, wo Sie Ihren Wagen geparkt haben? Die meisten Menschen sagen: «Ich bin dort drüben». Sie sind zwar da, aber ihr Auto ist dort. Sie sind – ihre Sprache beweist es – zu ihrem Fahrzeug geworden. Der Begriff griechischer Herkunft mit der Bedeutung «selbst» hat sich verwirklicht: Wir sind Auto.

Das sind einfach so Redensarten, die nichts weiter bedeuten, mag man da einwenden. Aber das ist ein Irrtum. Die Sprache ist oft erstaunlich genau, wenn sie komplexe Vorgänge in einfache Bilder fasst. Wenn das Herz bricht, ist nicht nur der Kummer so gross, dass es fast nicht auszuhalten ist. Dann ist auch das Herz geschädigt und ein Infarkt statistisch wahrscheinlicher. Wir müssen kein Arzt sein, um eine Diagnose zu stellen. Wir brauchen nur genau hinzuhören.

Die verräterische Seite der Sprache ist so präzise, dass damit sogar komplexe Kriminalfälle aufgeklärt werden. Einer der bekanntesten Sprachprofiler ist Raimund Drommel, der in seinem 2011 erschienenen Buch «Der Code des Bösen» zeigt, wie sich Kriminelle durch ihre Sprache offenbaren. Selbst wenn wir lügen, lügen wir nicht – wenn wir denn die Sprache wirklich verstehen.

Die innige Verbindung zwischen uns und unserem Fahrzeug ist natürlich auch der Automobilindustrie bekannt. Gemäss einer repräsentativen Umfrage des Nürnberger Marktforschungsinstituts Puls bejahen rund 50 Prozent der unter 30-Jährigen folgende Aussage: «Meine Automarke muss auch Ausdruck meiner Persönlichkeit sein und zu mir passen.» Entsprechend gross sind die Investitionen der Industrie in das Design und den Charakter der Autos. Im autoverrückten Deutschland wird die Abholung eines Neuwagens als Event inszeniert. «Ein Neuwagenkauf ist bei vielen Leuten nach wie vor eine Art Familienzuwachs – häufig geht die ganze Familie zur Abholung mit und nimmt das neue Familienmitglied auf,» sagt etwa Carsten Ascheberg, geschäftsführender Gesellschafter der auf Autos spezialisierten deutschen Marktforschungsgesellschaft «Sigma».

Die Identifikation von Maschine und Mensch lässt sich auch aus Erzählungen über Unfälle heraushören. Einfache Parkschäden wirken wie körperliche oder seelische Verletzungen, der Verlust des Autos ist auch ein Persönlichkeitsverlust.

Es ist wenig hilfreich, das Auto wieder als blosser Maschine zu behandeln. Diesen kalten Entzug werden wir nicht schaffen, als Individuen vielleicht, aber als Kollektiv mit Sicherheit nicht.

Wie weit wir als Gesellschaft bereits Autos geworden sind, zeigt auch der Raum, den diese Persönlichkeitserweiterung eingenommen hat und vor allem unsere kollektive Unfähigkeit, diesen Raum zu beschränken. Die Veränderung der zivilisierten Gebiete durch das Auto ist unvorstellbar. Wir opfern ihm unglaublich viel Zeit, Geld, Raum, Umwelt, Gesundheit, Leben. Strassen sind Zonen direkter Lebensbedrohung geworden – wie Junkies geben wir uns den goldenen Schuss.

Was lässt sich da machen? Ich glaube, es ist wenig hilfreich, das Auto wieder als blosser Maschine zu behandeln. Diesen kalten Entzug werden wir nicht schaffen, als Individuen vielleicht, aber als Kollektiv mit Sicherheit nicht. Es braucht einen leichten Zwischenschritt, den wir ohne Verlustangst gehen können. Geben wir unseren Autos Namen – Chärel, Fröschi, Rakete, Schnufi, Brumli – was auch immer. Indem wir dem Gerät einen Namen geben, schenken wir ihm einerseits Identität, machen andererseits aber auch klar, dass es nicht unserer eigene Identität ist. Ich bin hier, das Auto ist dort – ein kleiner Schritt für den Menschen, ein grosser für die Menschheit. ■