

Menschenverstand festgeschrieben: Die SUVs sich der Welt. So geschehen bereits mehrmals durch den Autolobbyclub ADAC, der in vorausseilendem Gehorsam beispielsweise zur manuellen Verbreiterung von Straßen aufrief, damit SUVs keine Platzprobleme haben. Fehlendes Problembewusstsein kann man diesen Leuten also immerhin nicht vorwerfen, doch hier zeigt sich, dass nicht nur im ideologischen Bereich mehr und mehr sagbar wird, was eigentlich unsagbar sein muss.

"Wir müssen uns Gedanken machen über unsere Parkplätze und Straßen", sagt der Leiter des CAR-Instituts Ferdinand Dudenhöffer. Er hält zwei Lösungen für denkbar: Entweder die automatische Einparkfunktion setzt sich schneller durch, so dass der Fahrer aussteigen und das Auto selbstständig auch in engste Lücken fahren kann. Oder die Parkhausbetreiber müssen über Parkplätze in verschiedenen Breiten nachdenken. 'Wer mehr Platz braucht, muss dann aber auch mehr zahlen', sagt der Experte. Ein Vorschlag, der bei SUV-Besitzern nicht gut ankommen dürfte." (WELT, 19.04.2018)

Es gibt natürlich auch eine Gruppe von Menschen, die SUVs ausschließlich als Status-Symbol anschaffen und diese Dynamik bewusst affirmieren. Da diese allerdings weder von Natur noch Kultur aus auch nur einen Deut Problembewusstsein verinnerlicht haben werden, denke ich, dass es, wenn auch sicher nicht uninteressant, zumindest nicht pragmatisch ist, ihre Motive zu analysieren.

Über Massenproduktion, irrwitziges Marketing und eine dahinterstehende Einheitsfront von Autolobby und deutscher Politik hinaus ist also zu sehen, dass das ideologische Gebilde des Sicherheitsfanatismus stets fruchtet: Bietet ein Produkt Sicherheit (was auch immer das heißt), ist alles andere egal, vor allem moralische Erwägungen; das kennen wir bereits unter anderem aus der Sparte Überwachung.

Es geht aber auch ums Mitmachen, ums kollektive Verwirklichen der



Pyrttaari CC BY-SA 3.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>)

selbsterfüllenden Prophezeiung: der SUV hat, wenn alle daran mitarbeiten, durchaus die Chance, zum Volksauto zu werden; nicht umsonst liegt der lupenreine Volkswagen-Konzern weit vorne in den Rankings.

Wir haben außerdem gesehen, dass das Anbieten von SUVs vor allem mit dem deutsch-bürgerlichen Zeitgeist korrespondiert, wobei das Riesenauto sicherlich auch alle möglichen Defizite in der Persönlichkeitsstruktur auszugleichen hat. In einer Welt, in der Menschen zunehmend zur Entmenschlichung und Selbstausschöpfung gedrängt oder auch nur genötigt werden, ist es nur folgerichtig, dass die Autos, die solcherlei kompensieren sollen, größer, stärker und breiter werden. Immerzu.

Dass dieser Aspekt der Autoindustrie mehr als bewusst ist, zeigt sich in der Wahl des Namens der SUV-Reihe der Firma BMW, die mit dem X5 ins SUV-Geschäft eingestiegen war und mittlerweile Fahrzeuge zwischen X1 und X7 anbietet, wobei eine höhere Zahl höhere Werte in Bezug auf Größe, Verbrauch, Preis und Umweltschädlichkeit bedeuten. BMW hätte auch bei X9 beginnen und abwärts zählen können. Sie konnten aber natürlich darauf bauen, dass im Kapitalismus beim Wachstum immer Luft nach oben ist. Und zwar unendlich viel.

Der Autor lässt seiner (vernunftbasierten) Verachtung für Autofahrer und das Leben im Kapitalismus regelmäßig auf diesem Blog freien Lauf: <https://grillmoebel.github.io>

Fußnoten:

[1] SUVs – die Abkürzung steht entlarvenderweise für Sport Utility Vehicle – sind Geländelimosinen, also sehr große und breite Autos, die wie Geländewagen aussehen und deren Fahrkomfort dem einer Limousine ähnelt. Sie zeichnen sich aus durch eine erhöhte Sitzposition und ein ebensolches Unfallrisiko sowie durch einen höheren Kraftstoffverbrauch im Vergleich zu sämtlichen anderen PKWs, was auch mit einer deutlich ungünstigeren CO2-Bilanz einhergeht. Viele tanken übrigens Diesel und einer der größten Hersteller ist ... na? ... der Volkswagen-Konzern.

Wegen aller dieser Verlockungen sind SUVs seit einigen Jahren in Deutschland sehr beliebt (vgl. auch Zitat auf dieser Seite).

[2] Die folgenden Gründe für den SUV-Kauf sind zum Teil aus eigenen Erhebungen und zum Teil aus der Reklame gewonnen. Meine Sorge, wichtige „Argumente“ dabei zu übersehen, hält sich in Grenzen.

[3] Obwohl nur ein Teil der Modelle tatsächlich geländetauglich ist. Es geht eben doch mehr um Schein als Sein.

**Kohle gegen Kohle!**

**Solidarität mit der Klimabewegung!**

**Spendet!**  
Stichwort: Klimaproteste  
Rote Hilfe e.V.  
IBAN: DE25 2605 0001  
0056 0362 39  
BIC: NOLADE21GOE  
ROTE HILFE E.V.