



**Matthias Horx**, *Trend- und Zukunftsforscher*

# Adieu, Autowahn

Warum das Automobil an einer evolutionären Kreuzung angelangt ist. EIN GASTKOMMENTAR VON MATTHIAS HORX.

**N**un ist sie wieder vorbei, die IAA, die weltgrößte Automobilausstellung. 850 neue Modelle wurden präsentiert, und diesmal glänzte der Lack in Blümchen-Grün – selbst 400-PS-Boliden retteten die Umwelt sofort und nachhaltig, denn sie hatten alle möglichen Zusatz-Aggregate eingebaut, wie Elektromotoren, Hyperkatalysatoren und Feinfilter für Zigarettenrauch. Ein Triumph des guten Willens.

Keine Angst, das wird nicht die in Deutschland so übliche Mahn- und Drohtirade für die sofortige Verzichtserrettung des Planeten. Was wir technologisch, ökonomisch, auch psychologisch dem Auto zu verdanken haben, ist kaum zu ermessen. Das Auto hat uns die moder-

ne, demokratische Zivilisation gebracht. Dass man sich einfach von Punkt A nach Punkt B bewegen kann, nach eigenem Ermessen, mit Oma, Hund oder Gepäck, das ist eine unglaubliche Freiheit. Dass man lustvoll aufs Gas tritt und damit ein wohlgedesigntes Tonnen-Gefährt bewegt – das bietet ein Macht- und Kontrollerelebnis, das uns wahrscheinlich Kriege erspart. Das Problem des Automobils ist weniger die „Umweltfrage“, die sich, da bin ich sicher, technologisch und systemisch lösen lässt (der Menschheit ist immer etwas eingefallen, wenn es darauf ankam). Das Problem ist die Kultur des Autos, die sich seit etwa 100 Jahren nicht wirklich verändert hat. Bei meinen vielen Vorträgen und Consultings habe ich nie

eine männlich-selbsteingenommene Kultur erlebt als im Auto-Management. Der triumphale Erfolg hat diese Branche besoffen gemacht (was man bei VW unlängst wieder besichtigen konnte). Das eigentliche Problem liegt im Mindset dieser Industrie – im linearen, rein technizistischen Denken.

Praktisch alle meine Freunde, allesamt Mitglieder der „kreativen Klasse“, sind oder waren begeisterte Autofahrer. Aber etwas Entscheidendes ändert sich gerade: Man muss die Dinger nicht mehr unbedingt besitzen. PS-starke Autos sind ein integraler Teil einer männlichen Selbstbehauptungskultur, die sich langsam in Luft auflöst, weil es Besseres und Spannenderes zu tun gibt. Erstens, weil die Frauen – endlich – stärker werden. Zweitens, weil die Wissensgesellschaft andere Muskeln fördert und trainiert. Fette Audis, Mercedes, BMWs kaufen im Grunde die Verlierer der Old Industries, diejenigen, die ihre letzten sicheren Gehälter noch einmal in Statussymbole anlegen müssen. Das Auto verändert also seinen sozialen Kontext, und es „re-kombiniert“ sich in Zukunft mit anderen Formen der Mobilität. Wir laufen mehr, wir fahren wieder Zug, wir kommunizieren per iPhone, dem kommenden Prestige- und Statusprodukt, wir spielen mit unseren Kindern artifizielle Computerspiele. Das ist das Prinzip der Re-Kombination, wie wir es auch in der Natur beobachten können, wenn starke Umweltveränderungen stattfinden. Neue Synthesen entstehen, wenn das Alte in eine Sackgasse fährt. So – und nur so – entsteht Zukunft. ■

## ← zur person

■ **MATTHIAS HORX** zählt zu den renommiertesten Trend- und Zukunftsforschern im deutschsprachigen Raum. Er gründete 1998 das Zukunftsinstitut, einen Think-Tank für strategische Zukunftsberatung, mit Sitz in Kelkheim bei Frankfurt a.M. und in Wien. Aktuell ist im Zukunftsinstitut von Matthias Horx der „Trend-Report 2007 – Soziokulturelle Schlüsseltrends für die Märkte von morgen“ erschienen.  
**INFO UND BESTELLUNG:** [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)