

"Auto-Bild" - ein Männermagazin

Gehrmann, Thomas

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gehrmann, T. (1987). "Auto-Bild" - ein Männermagazin. *Psychologie und Gesellschaftskritik*, 11(4), 43-55. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-250006>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

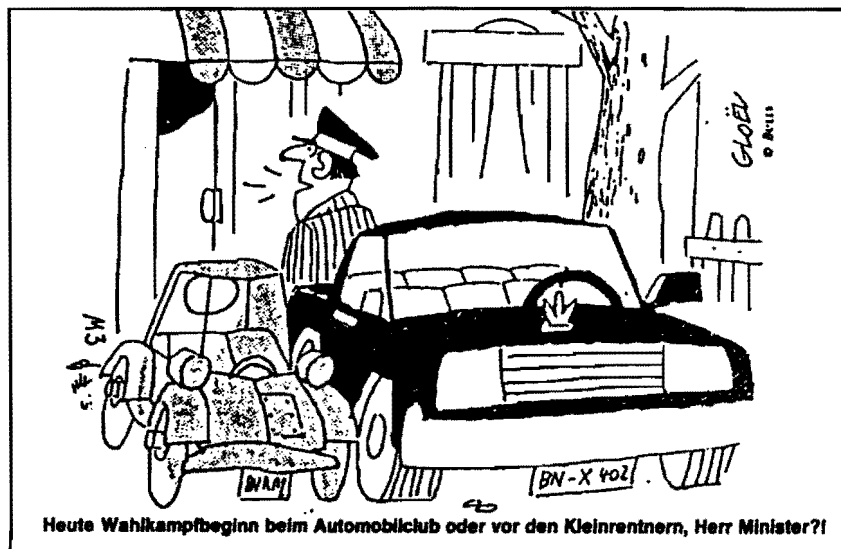
"AUTO-BILD" - EIN MÄNNERMAGAZIN

THOMAS GEHRMANN

Mit großem Werbeaufwand lancierte vor etwa einem Jahr der Springer-Verlag einen neuen Bildzeitungs-Ableger. Billig, für 1 Mark, und wöchentlich (wie schon *Bild der Frau*) zog das Blatt am engen Markt der Auto-Fachzeitschriften vorbei und etablierte sich relativ rasch mit Millionen-Auflage, quasi als *Bild des Mannes*. Diese Charakterisierung von *Auto-Bild* ist jedenfalls die Unterstellung, die der Autor im folgenden begründet.

Die Zeichnung der sozialen Unwirklichkeit

Affirmativ ist die *Bild-Zeitung*, und *Auto-Bild* ganz genauso, nicht dadurch, daß die Reichen und Mächtigen im Lande belohndelt würden, oder daß die Geschiedenheit der "kleinen Leute" von "denen da oben" gelehnet würde. Der Witz vom Fuhrpark des Herrn Ministers spricht klar die Erfahrung an, stets der Betrogene und Unterlegene zu sein. Das aggressive Unterlegenheitsbewußtsein des berüchtigten "kleinen Mannes" ist es, dem auch *Auto-Bild* sich andient.



Dazu gehört beispielsweise die Geschichte vom "Schwarzwaldklinik-Doktor Hehn". Sie stammt gleich aus der ersten Ausgabe der Zeitschrift, wie die meisten folgenden Zitate - das Strickmuster ist bei allen folgenden Heften das gleiche. Hehn also war "mit seinem schwarzen Jaguar in eine Radarfalle geraten, hatte einem Polizisten den Vogel gezeigt". Das beigegefügte Foto zeigt Hehn "hier mal charmant" mit einer Blondine im Bikini. Wäre es eine Nachricht aus dem Straßenverkehr, wären blonde Frauen und schwarzer Jaguar sinnleeres Ornament; sie sind aber umgekehrt der zentrale Gegenstand der Nachricht, die Sache mit der Radarfalle nur ein Vehikel. Ihre Aussage: Dieser Mann ist einer, der solche Autos und solche Frauen haben kann - und zwar im Gegensatz zu dir, lieber Leser! Erst dadurch bekommt der Fortgang der im Grunde denkbar belanglosen Affäre eine Pointe: "Und das (gemeint ist der 'deutsche Gruß' an einen Polizeibeamten) bei 17 Punkten in Flensburg. Bei 18 ist der Schein weg." Bemerkenswert ist noch ein Teil der Formulierung: Heißt es normalerweise 'einen Vogel zeigen', so ist es hier 'der Vogel' - als ob er seinen Penis vorgezeigt hätte.

Der Wahnsinn Psychiatrie

„Der schönen Worte sind genug.
Mehr solcher Bücher!“

Carmen Thomas, WDR

Uwe Heitkamp verschaffte sich durch selbst veranlaßte Zwangseinweisung Zutritt zu psychiatrischen Anstalten. Er zeigt den Wahnsinn, der sich tagtäglich in der Psychiatrie abspielt: Behandlungsmethoden, die Menschen eher zerstören, als ihnen helfen.

Uwe Heitkamp

Wahnsinn

Meine Reise durch die Psychiatrie
der Republik

288 Seiten. Broschur. DM 28,-

Luchterhand
für leidenschaftliche Leser

Jedenfalls, die Kastrationsdrohung ('Lappen weg') ist schon da, der provozier- te Neid des Lesers kann sich in Hämie wandeln: Da wird er bei seiner Braut aber keinen Eindruck mehr schinden!

Auch Artikel wie "Wo Staus sind! Alle Schleichwege über die Grenzen" setzen auf die Schlaueit des kleinen Mannes, der sich individuell durchlügt und den Sta- tus quo bestätigt. In die gleiche Rubrik gehören die "besten Ausreden vor Ge- richt" mit dem Titel: "So habe ich meinen Führerschein gerettet."

"Heute neu" wird der Leser informiert über den neuen Opel Omega, die Tricks der Gebrauchtwagenhändler und auch über "alle Autos über 40.000 Mark". Welche Funktion hat das Lesen über so teure Autos für Leute, die Schutz und Schild von *Auto-Bild* brauchen, um im harten Lebenskampf wenigstens dem Gebrauchtwagen- Höker entgetreten zu können? Es ist unschwer auszumachen, daß einerseits dem Leser geschmeichelt wird, es ginge ihn etwas an, wie "sich der Porsche (fährt), der 420.000 Mark kostet"; fiktiv wird er sozial erhöht. Andererseits gibt sich *Auto-Bild* auch betont als auf dem Boden der Realität stehend: "Ge- brauchter Ford Escort - wo seine Mängel versteckt sind." Die Konturen des so- zialen Machtgefälles werden verwischt. Hier wird ein Amalgam aus phantasierter Macht und erfahrbarer Ohnmacht gemischt, aus Angst und Begierde. Was aber macht gerade das Auto zu dem Medium, über das Männer die inneren Widersprüche ihres gesellschaftlichen Lebens (und Erlebens) vermitteln?

Offensichtlich t u n sie es. "'Aus Spaß und Langeweile' fährt Ulrich Jagusch mit seinem weißen Ford 15 M durchs Ruhrgebiet" - ja was nun: Spaß oder Langeweile? Beides, wirklich beides. Und offensichtlich sind s i e es, Männer, die es tun. Denn:

Frauen werden marginalisiert

a) *Die Anhalterin*. Besagter Ulrich J. etwa, einer von den Leuten, die "sonst nie Anhalter mitnehmen", sammelt eine 14jährige auf und gibt ihr "im Auto erst mal eine Standpauke: 'Trampen ist für so junge Mädchen viel zu gefährlich!'. Er vergewaltigt sie nicht, stattdessen heiratet er sie Jahre später. So oder so, das Thema heißt in *Auto-Bild* immer wieder Anhalter i n n e n . Der Mann ist der Machthaber über das Auto und dadurch auch Herr der Situation, wenn die Geschlech- ter sich begegnen. "Am Anfang trafen sie sich. 'Ob er denn zufällig in ihre Richtung führe? Vielleicht könne sie ja mit...?' Roswitha durfte."

b) *Die Beifahrerin*. "Heidi Bornemann (29) von Mitsubishi: 'In diesem Fach unter dem Beifahrer-Sitz verstauen die Japaner ihre Autoschuhe. Ich benutze es für

Krimskrams" - womit gesagt ist, daß Frauen und Krimskrams auf bzw. unter den Beifahrersitz gehören. Dortselbst könnte sie ihm vielleicht während der Fahrt "mit der Aroso-Kaffeemaschine" einen Kaffee machen?

c) *Die Nicht-Fahrerin*. "Rennfahrer-Witwen - Wann trocknen die Tränen?" ist gleich für eine Artikelserie gut, aber ein Beispiel reicht hier völlig: Sie ist für ihn da ("Er hat das gebraucht, daß ich hinter ihm stand und ihm den lästigen Kleinkram abgenommen habe"), dafür hat er ihr von Anfang an die Entscheidungen abgenommen. Er war "das Wichtigste in ihrem Leben", aber umgekehrt war es nicht so: "die Rennerei war Stefans Leben - und damit auch meins." Nun, da er sich totgefahren hat, ist sie gar nix mehr, hat nicht mal mehr einen Namen: "Mademoiselle Langner?" Damit kann der Portier des noblen Appartement-Turms nichts anfangen. 'Madame Bellof' - das ist ihm ein Begriff."

d) *Die Polizistin*. Selbst da, wo Frauen eine Uniform anhaben, werden sie als (Repräsentantinnen staatlicher) Macht nicht von Männern anerkannt, eher als Provokation aufgefaßt. Dabei kann man auf ihre weibliche Einfühlsamkeit rechnen. "Falschparker beschimpfte Politesse - Hochzeit." In der Geschichte unter diesem Titel heißt es: "Er schimpfte und drohte. Die Polizei-Angestellte erinnert sich: 'Es war ganz übel. (Aber) als er mich damals sah, hat er einfach die Nerven verloren. In Wirklichkeit ist er furchtbar nett'." Der Konflikt war entschärft, indem das als normal empfundene Machtverhältnis Frau - Mann in ein normal empfundenes Besitzverhältnis Mann - Frau umgewandelt wird.

e) *Die Mechanikerin*. In der Rubrik *Zubehör* wird ein Luftsack empfohlen, der sich über einen Schlauch mit Auspuffgasen füllt und dann, als pralle Kugel, den defekten Wagen anheben kann. "Endlich ein Wagenheber, der keine Muskelkraft verlangt. Vor allem Frauen werden sich freuen." Das erinnert mich an die Haushaltsgeräte wie das elektrische Messer, mit denen mein Vater ungebeten Weihnacht für Weihnacht meine Mutter beschenkt hat. Gönnerhaft wird zugebilligt, auch Frauen seien bei einer Reifenpanne imstande, sich selbst zu helfen - bei einem Akt, der soviel Kraft und Geschick erfordert, wie zwei volle Einkaufstaschen zu tragen und eine Konservendose zu öffnen. Dabei lauert das männliche "na, laß mich mal!" schon um die Ecke.

Wie aber, wenn Frauen sich im Männerberuf (Beruf soll ja von Berufung kommen) des Automechanikers versuchen? Hierbei geht es dem (noch zu erklärenden) männlichen Bedürfnis, sich der Herrschaft über die Maschine als spezifisch männlich zu versichern, an die Substanz. Aber auch hier vermeidet *Auto-Bild*, sich in sturer Opposition zu verrennen, sondern akzeptiert - auf vernichtende Weise.

"Die hübsche Automechanikerin Marion Kiddler" stellt *Auto-Bild* mit zwei Fotos

vor: ein kleines, schwarz-weiß, das sie bei irgendeiner Arbeit zeigt, und ein großes in bunt, auf dem sie mit nacktem Oberkörper vor einem Porsche posiert. Der Text dazu lautet: "Im Beruf steht sie ihren Mann. Das Foto beweist: Marion ist eine tolle Frau", sie ist "bildhübsch und sexy und 'auf keinen Fall eine Emanze'. Trotzdem hat sich Marion Kiddler für einen Männerberuf entschieden ... Probleme mit den Kollegen? 'Nee', sagt Marion, 'alles, was mich stört, sind die schmutzigen Fingernägel'. Die Kunden nicht. Sie stehen bei Marion Schlange." Von welchem Ort gilt, daß dort die Kunden bei einer Frau Schlange stehen? Ganz recht, von einem Bordell. Auch hier ist die Beunruhigung für das patriarchale Selbstverständnis des Lesers neutralisiert; selbst wenn man einmal einer Kfz-Mechanikerin begegnen sollte: keine Bange. Männerberuf bleibt Männerberuf, und Frauenberuf bleibt Frauenberuf.

Prostitution & Vergewaltigung

Prostitution wird keineswegs nur in verklausulierter Form angesprochen, auch wenn das Automobil als vordergründiges Objekt der Betrachtung zur Legitimation des Interesses erhalten muß: "Autos der Sünde". Auf einem doppelseitigen Buntfoto sieht man, vor einem Düsenflugzeug stehend, einen Mercedes-Sportwagen, davor den Zuhälter Peter, der sein Auto buchstäblich besitzt: mit dem Hintern auf den Kotflügel gestützt, eine Hand in der Hosentasche und die andere vor seinem Geschlechtsteil, den Kopf herausfordernd im Nacken. Der Artikel über dieses Auto und "die Mädchen, die sie im Schlaf finanzieren", beginnt so: "Neuerdings ist es mit den Autos vom Kiez so wie mit den Huren. Spitzenmodelle sind rar. Die Mehrheit ist Mittelklasse. Schade eigentlich." Schade, daß man den Schreiber solcher Zeilen nicht dafür ins Gefängnis bringen kann, solange es ein Antidiskriminierungsgesetz nicht gibt. Aber blättern wir zunächst weiter.

Auf der nächsten Seite wird der Leser mit der Parole "Zur Sache, Männer" aufgefordert, sich am Zeitungskiosk mit "Mädchen so viel, wie Sie mögen - Abenteuer so hart, wie Sie es vertragen" zu versorgen. - eine Anzeige für die Zeitschrift Cover. Wieder umgeblättert, folgt eine Auto-Reklame, doppelseitig, schwarz-weiß: Auf dunkler Straße zwei supercoole junge Leute, Er & Sie. Er dreht seinen Kopf zu ihr, sie (mit Reitstiefeln und Gerte) entfernt sich; über ihr der Text: "Sie tat nur so, als hätte sie ihn nicht gesehen. Wenn sie ihn gleich in ihrem MG Metro mitnehmen sollte, dann müßte er sich schon etwas einfallen lassen." Es gibt keinen Grund anzunehmen, dieser Mann warte auf ein Taxi oder sei ein Tramper. Auch die Formel: 'Sie tat nur so, als wollte sie nicht, eigentlich soll er ja' legt eine ganz andere Konnotation nahe.

Wer von einer Story mit dem Titel "Was Anhalterinnen erzählen" eine Vergewaltigungsgeschichte erwartet, hat recht geraten. Daß der Leser seine voyeuristische Begierde nicht mit Schuldgefühlen bezahlen muß, verspricht ihm der Untertitel: "Die Mädchen von der Straße" deutet an, daß es sich im Grunde um eine Art Straßenprostitution handelt. Auch das dazugehörige große Bild spricht die gleiche Sprache: Zwei Frauen, die auf 'noch jünger' getrimmt sind, stehen an der Autobahnauffahrt; die eine in Shorts macht dem Jungmann im weißen Cabrio schöne Augen, die andere im hochgeschlitzten Rock zeigt dem Fotografen lächelnd ihre große Trampfahle mit dem verheißungsvollen Wort "Paris". "Der Rucksack ist gepackt, auf der Landkarte wird die Route festgelegt", steht unter einem kleineren Bild, "'aber oft bestimmen die Autofahrer unser Ziel', erklären Stefanie und Karen". Das sind die beiden, deren Erfahrungen "Hauptkommissar Johann Weckelmann (40)" mit "Glück gehabt" kommentiert; denn sie wurden, der Story gemäß, nie von Mitnehmern belästigt. Die Bemerkung über Autofahrer, die "das Ziel bestimmen" oder "die Reise zum Alptraum" werden lassen, erklärt sich also nur aus der Intention des Artikelschreibers, der sich langsam aber sicher auf die Vergewaltigungs-Szene am Ende hinarbeitet. Ein Schritt dahin ist auch das Zitat der "18jährigen Stefanie": "Zum Trampen muß man geboren sein"; an der Straße stehen ist also eine natürliche weibliche Eigenschaft. Was (der Geschichte zufolge) "die 19jährige Karen selbstbewußt" vom Stapel läßt, hat (wieder mal) Aufforderungscharakter: "Wenn was passiert, dann sei man selber schuld. Basta." Was da passiert, wird tunlichst im Nebel gehalten; die rothaarige Elisabeth "erwischte es". Der Leser wird immer haarscharf an einer konkreten Wirklichkeit vorbeigeleitet, die ihm abverlangen würde, diese Gewalt gegen Frauen als die Verbrechen von verantwortlichen Tätern anzusehen. Einmal sind die betroffenen Frauen zumindest mit schuld, zweitens vollziehen sich quasi Naturgewalten ("Ohne Umschweife fiel er über mich her und zerriß mir Rock und Bluse. Widerstand war zwecklos"), und drittens ist es halb so schlimm: "Elisabeth Metzner wurde von einem Autofahrer brutal vergewaltigt. Trotzdem steht sie weiterhin als Tramperin an der Straße." Eine Metze eben.

"Die Angst der Frauen vor der Tiefgarage" ist auch gleich für mehrere Artikel gut. Auch hier wird die Bedrohung der Frauen durch Männergewalt einerseits zum Thema gemacht, aktualisiert, andererseits so relativierend aufbereitet, daß es gleich wieder weggedrängt werden kann. "Laut hallen die Schritte von Ingeborg B. (36) durch das scheinbar menschenleere Parkhaus in der Innenstadt. Ängstlich blickt sich die Hausfrau um. Jedes Geräusch läßt sie zusammenfahren." Dabei schaut die Frau auf dem zugeordneten Foto weniger ängstlich als neugierig. Sie erklärt: "Allein in meinem engsten Bekanntenkreis gab es zwei schlimme Überfälle,

in einem Parkhaus: Eine 27jährige Nachbarin wurde beinahe vergewaltigt, und meiner 58jährigen Tante haben Räuber die Handtasche geklaut. Autoschlüssel, Papiere und über 200 Mark Bargeld weg!" Schon der Titel unterstellt, daß das Problem bei den Frauen selbst liegt: Es geht nicht um die Gewalt der Männer, sondern um die Angst der Frauen. "Scheinbar menschenleer" heißt: In Wirklichkeit ist doch jemand da, anscheinend hält sich jemand verborgen. Andererseits weiß man es nicht genau, und so genau will man es auch gar nicht wissen. Aber anders als bei den *Anhalterinnen*, wo "es" erst nach langem Spannungsaufbau und dann auf die Schnelle geschieht, wird hier ohne Umschweife von einer Vergewaltigung gesprochen. Oder? Nein, nur "beinahe". Die Bedrohung ist wohl doch nicht so groß. Sie verschwindet jedenfalls neben der detaillierten Beschreibung des Handtaschenraubes. Und das auch statistisch, wie der Leser erfährt: "200 Sittlichkeitsverbrechen und rund 1700 Autoeinbrüche oder Diebstähle registriert die Polizei pro Jahr."

"Jetzt will die Kripo endlich dafür sorgen, daß Parkhausbesucher (!) wieder ohne Angst ihr Auto abstellen können: Rotierende Überwachungskameras, gleißendes Licht und Alarmknöpfe auf jeder Etage sollen die Parksilos sicherer machen." Zunächst also wird der Konflikt vermännlicht: Besitzer werden geschädigt. Als Eigentumsdelikt wird die Sache überhaupt aussprechlich, als Zahlenverhältnis 'anfaßbar' - je abstrakter, desto geringer die Berührungsangst. Danach sind auch probate Mittel zur Hand, damit umzugehen, nämlich *Ordnungsmacht und Technik*. Der Fortsetzungs-Artikel sagt es auch gleich in der Überschrift:

"Dieser Mann nimmt Frauen die Angst vor dem Parkhaus." Dieser Mann ist der Architekt, der dem Berliner Kaufhaus KDW ein Luxis-Parkhaus konstruiert hat. "100 Stellplätze geopfert" - schon deshalb wird das Beispiel Episode bleiben. Er jedenfalls weiß, "welche Ängste gerade Frauen in Parkhäusern ausstehen". Welche Ängste, das bleibt unausgesprochen, nur: "Es gibt keinen dunklen Winkel, hinter dem sich Ganoven verstecken könnten." Der Begriff des Ganoven weist wieder eher auf Eigentumsdelikte, wie sie eher Männer untereinander ausmachen.

Frauen, um die bzw. deren Gefühle es in den Parkhaus-Artikeln ja angeblich geht, werden aus den Erwägungen eher herausgedrängt, die Bedrohung wird abgewiegelt und relativiert. "Auf dieses Parkhaus haben Autofahrer (und vor allem Autofahrerinnen) lange gewartet"; vor allem oder nicht, sie erscheinen an zweiter Stelle und in Klammern. Und schließlich tun Männer alles Menschenmögliche, nicht wahr, um die ängstlichen Häschen zu beruhigen.

Die bis hierhin aufgezählten Beispiele sind gewissermaßen in einer rohen Form

frauenfeindlich. Sowohl die redaktionellen Texte als auch die Werbung fordern mehr oder weniger offen auf bzw. rechtfertigen es, Frauen zu nehmen: nämlich in Besitz zu nehmen; eigentlich Sexuelles wird eher nicht angesprochen - außer eben in dieser Form. Hier möchte ich aber gerade auf die 'weniger offene' Sprache hinaus, die dem Wunsch des Lesers entgegenkommt, sich über sich selbst nicht bewußt zu werden und lieber zu verdrängen. Natürlich lügt *Bild* (und *Auto-Bild* genauso), jeder weiß es - oder wüßte es, wenn er es wissen wollte! Die meisten aber wollen nicht, und so können die unglaublichsten Verdrehungen widerspruchlos passieren.

Da ist zum Beispiel das Bild "Kühlerfigur" mit dem Text: "Auf der Auto-Ausstellung in Essen: Hunderte treten sich auf Füße, drängeln sich vor einem Bild - der fotografisch exakten Darstellung einer schönen Blondin, die sich sexy auf der Kühlerhaube eines Chevy räkelte." Tatsächlich aber zeigt das direkt darüber abgedruckte Bild ein ausgeglühtes Autowrack, auf dessen Kühlerhaube die verkümmerte Gestalt einer Frau mit entblößtem Unterleib hingeworfen ist. Genommen, benutzt, verbraucht und weggeworfen. Es drängt sich nicht nur die Frage auf, wozu diese Verdrehung dienen soll, sondern auch, wie sie möglich ist. Dazu noch ein Zitat aus der Bildunterschrift:

"Der Witz bei seiner Technik: Das Ergebnis sieht aus wie fotografiert. Das Thema Auto läßt ihn nun nicht mehr los. ... Die Chevy-Dame kostet 10.000 Mark." Das Faszinierende an dem Gemälde ist also für den Schreiber die fast perfekte Illusion, die einer Phantasie ein hohes Maß an Wahrscheinlichkeit zugesteht. Die Chiffre dieser Phantasie ist das *Auto*, das Thema *Auto* läßt ihn nicht los. Wirklich wäre der so präsentierte Frauenkörper ohne das Autowrack dem Betrachter schwer erträglich, erregend aber in der Verbindung. Beide Elemente verschmelzen sprachlich zur "Chevy-Dame", wobei das Kürzel Chevy für die Automarke Chevrolet eine gewisse Intimität andeutet, das Wort Dame hingegen eher Distanz.

Die Gleichsetzung von Frau und Auto

Solche Ineins-Setzungen oder zumindest doch gezielte Parallelisierungen begegnen dem Leser in *Auto-Bild* oft. Neben der erwähnten *Cover*-Anzeige, auf der eine Frau die Rundungen ihrer bloßen Brüste vorstreckt, versucht sich ein Porsche (das alte, runde 356-Modell) ähnlich zu machen. Oder noch mal die "Autos der Sünde". Da heißt es: "Im Clubhotel Grube ... locken die Mädels in diesen Rolls. Innen eine riesige Liegefläche, rote Schlummerlämpchen, Salzgebäck und Abstell-

möglichkeiten fürs Champagnerglas." Abgesehen von dem Auto drumherum, das für den Normalbürger so unerreichbar ist wie Caroline von Monaco, enthält das Interieur nichts, was man nicht auch zu Hause haben kann. Ein Besuch in diesem Puff wird jedenfalls in *Auto-Bild* als "Was ganz Besonderes für Autoliebhaber" angepriesen. Die Dame in Blau, die man auf dem Foto an den Rolls-Royce geschmiegt sieht, scheint mit demselben zur 'Rolls-Dame' zu verschmelzen. Ganz ohne sie geht die Chose auch für Autoliebhaber nicht. Das ist nicht nur eine nette, ironische Sprachspielerei, um die tölpelhaften *BILD*-Schreiber mal vorzuführen. Diese Vertauschung oder Verschmelzung ist kein Irrtum; dafür geschieht sie viel zu regelmäßig. Lesen wir weiter:

VW-Chef Hahn äußert sich im Interview mit *Auto-Bild*, in dem er auf den "Heide-Charme" des Volkswagen-Design angesprochen wurde, folgendermaßen: "Wir bauen bei VW nicht nur das Auto für eine Nacht, sondern das Auto für ein Auto-Leben. Es ist eben ein großer Unterschied zwischen einem Flirt und einer Ehe. Der Kauf eines Autos ist für den Normalbürger die größte Investition in seinem Leben, es sei denn, er baut sich noch ein Haus."

Bemerkenswert ist nicht nur, daß Hahn die Beziehung Besitzer - Auto allegorisch als Mann-Frau-Beziehung beschreibt, sondern auch, daß er sich darauf verlassen kann, verstanden zu werden - und zwar ohne daß jemand diese Allegorie als Peinlichkeit und Zumutung zurückweisen würde. Sie ist ebenso erschreckend (wenn man sie sich bewußt macht) wie normal; wie der 'Normalbürger' selbst.

Ein weiteres Beispiel, eine Reklame für den Opel Corsa. Auf ihr ist über das Bild des Autos das Porträt einer Frau montiert mit dem Spruch: "Mein neuer Corsa ist so chic, daß man mir immer hinterherpfeift." In dieser Konstruktion einer 'Corsa-Dame' liegt Widerspruch genug, daß die Werbefritzen auf die Aufmerksamkeit des stutzigen Lesers rechnen können; vor allem aber können sie gleichzeitig damit rechnen, daß diese Konstruktion überhaupt verstanden und der Widerspruch ertragen wird.

Es wäre sicher zu kurz gegriffen anzunehmen, eine vordergründige Begeisterung für ein bestimmtes Kraftfahrzeug hätte einfach eine Umwegfunktion für schüchterne Männer, die sich nicht getrauen, einer bestimmten Frau nachzupfeifen, die sie eigentlich erreichen wollen. Und so gesehen steht auch die oben zitierte Morris MG-Anzeige in einem etwas anderen Licht. Das "Wenn sie ihn gleich in ihrem MG Metro mitnehmen sollte ..." ist nicht einfach eine prüdere Umschreibung für "Wenn sie gleich mit ihm eine Nummer schieben sollte ...". Die Elemente, aus denen die Szene komponiert ist (hell gekleidete junge Frau in düsterem Ambiente wird von jungem Mann mit betont hartem Gesichtsausdruck ins Visier genommen),

lassen keinen Zweifel darüber, welche Schablone angesprochen ist und was nun zu folgen hätte - wäre nicht das Auto als Ausweichobjekt angeboten.

Das Auto als Mittel zur Abwehr der Frau

Nehmen wir diese doppelsinnigen Konstruktionen einmal als Witze; denn witzig sind sie gemeint. Und erinnern wir uns, daß das Lachen über Witze angstvolle Spannungen abführen soll - also auch indiziert, daß solche Ängste da sind. Was drängt dazu, solche 'Auto-Damen' zu bilden? Wenn die Verhältnisse zielstrebig so verunklärt werden, daß unser kühner Anmacher nicht mehr weiß, ob er einer Frau oder einem Auto nachpfeift (er wird geradezu aus der Not entlassen zu unterscheiden), wäre doch die Frage, ob ihn die Frau aus seiner Auto-Angst rettet oder das Auto aus seiner Frauen-Angst. Eine rhetorische Frage.

Das Auto mit Begriffen wie 'Potenz'- bzw. 'Penis-Symbol' erklären zu wollen, auch als 'vaginalen Pfühl' (ARMANSKI) zu beschreiben, führt auf Abwege. Denn ein solcher Symbolbegriff, der scheinbar keiner Erklärung bedarf, legt nahe, ersatzweise werde ein realiter verwehrt Geschlechtsakt erreicht. Mir scheint, das Gegenteil ist der Fall: Weibliches wird abgewehrt, durch Umwandlung in Technik handhabbar gemacht. Auch all das, was ich weiter vorne als eine 'rohe Form' von Frauenfeindlichkeit bezeichnet habe, geht in diese Richtung: daß *Machtausübung* und Umgang mit *Technik* frauen-frei gehalten werden, Frauen dort (zumindest ideell als *Auto-Bild*-Reportage) zu Ehefrauen oder Nutten gemacht werden müssen. Eine 'rohe Form' nenne ich es, weil es relativ leicht nachzuvollziehen ist, daß darin Frauen herabgewürdigt, verletzt und klein gemacht werden. Die Verwandlung von Frauen in Autos hingegen ist weniger sichtbar - obwohl die Beispiele zahlreich genug wären. Und je weiter diese Metamorphose gelingt, desto weniger scheint der Ton aggressiv. Fast liebevoll klingt es, wenn Hahn über Flirts und Ehen spricht; soviel Liebe die patriarchale Struktur eben zuläßt. Schauen wir aber zunächst noch einmal darauf, wie diese 'subtilere Form' der Frauenfeindlichkeit aussieht, die eine Zeitschrift wie *Auto-Bild* zu einer patriarchal-reaktionären Männer-Zeitschrift macht - nicht nur wegen peinlicher Beiwerke, sondern aus ihrem konzeptionellen Kern heraus.

Durchsexualisierung der Automobile

"Ein Auto für jedes Wetter" wird vorgestellt, ein Toyota Cabrio. Dies ist "kein Flitzer für Familien" - sondern? Bleiben praktisch nur Junggesellen, denn für Frauen ist er auch nichts: "Motor ohne Murren bis an die 6000 Umdrehungen. 150,

160, 170 ... Spätestens jetzt ist jede Fönfrisur am Ende." Zumindest Filmfreunde wissen den Topos 'ruinierte Frisur' wieder als Chiffre zu lesen: Sie haben gefickt! Das Cabrio ist eine Autoform, der ein Komplex erotischer Qualitäten zugesprochen wird: das körperliche Selbstgefühl im Fahrtwind, die (vermeintliche) verführerische Ausstrahlung des Fahrers/Eigentümers; hier aber löst der Komplex sich zu seinem Bestandteil 'Auto' hin auf, das an sich erotisch erscheint. Es ist "oben ohne am schönsten".

Tatsächlich können die kleinen Jungs (Alter tut nichts zur Sache) den Autos in den Ausschnitt gucken, und auch unter die Röcke! Wie in DEGENHARDTs altem 'Weintrinkerlied' werden in der Männerrunde die Motorhauben aufgeklappt. Wer beim Golf einen Blick ins Innere riskiert, findet "einen Leckerbissen fürs Auge: Unter der Motorhaube glänzt das Golf-Paradepferd mit feinsten Technik", nämlich 16 Ventilen. Die etwas gröbere Technik ist jedem technischen Halblaien (und welcher Mann wäre das nicht?) vertraut: Die Querschnitts-Zeichnung durch einen Vierzylinder-Zweitakt-Motor, in dem sich die Kolben auf und ab bewegen. Ob sich in dieser Mechanik ein Geschlechtsakt symbolisch vollzieht, das ist kaum mehr eine Frage. 'Liebevoll' sind im Bild die Details ausgeführt, das heißt: korrekt & exakt. Vielleicht erklärt sich von hier aus auch die Skepsis des interessierten (männlichen) Publikums gegen die Wankel-Technik: Ein Kreiskolben-Motor wäre 'nichts Genaues', nicht Männlein und nicht Weiblein. Etwas für Schwule.

Nach dieser Lesart verbirgt sich 'symbolisch' unter der Motorhaube der Komplex der weiblichen Geschlechtsorgane? Genau so! Schauen wir noch mal auf das Foto mit der halbnackten Automechanikerin, an deren Bauch vorbei man ins Innenleben eines roten Porsche linsen kann.

Gerade Porsche ist in *Auto-Bild* so regelmäßig präsent, wie es wohl den kanalisiert Phantasien seiner Leser, nicht aber ihrer realen Potenz, nämlich Kaufkraft, entspricht. Zum Beispiel so: "Den 959-Motor, so wie er in allen Einzelheiten aussehen wird, hält Porsche bisher hartnäckig zurück. Auch *Auto-Bild* durfte nur einen ganz kurzen Blick unter die Motorhaube riskieren" (wer mehr riskiert, muß dann auch heiraten). "Dann fiel sie wieder zu. Die Porsche-Ingenieure fürchten sich vor Kiebitzen, die es vor allem aus fernöstlicher Richtung gibt" (Was haben die denn, was wir nicht haben?). "Es sind Spezialisten, die schon nach einem kurzen Augenschein aus dem Gedächtnis konstruktionsreife Zeichnungen zu Papier bringen können." Verklausuliert mit der Chiffre 'Auto' mobilisiert jede einzelne Floskel männlich-patriarchale Ängste, hier zentral: "Die Ausländer nehmen uns unsere Autos/Frauen weg."

Beispiele liefert *Auto-Bild* beliebig viel, und wir können hier ruhig im Dunkeln lassen, was eine geplatzte Zylinderkopfdichtung mit einer Hochzeit zu tun haben oder was wohl ein "Auto-Schänder" sein mag (den ein Auto namens Christine durch den Film jagt). Festzuhalten bleibt, daß Frauen in diesem Bezugsrahmen gesellschaftlich marginalisiert und sexuell durch Autos substituiert, daß sie so und so tendenziell entwirklicht werden. *Auto-Bild* selbst repräsentiert diesen Rahmen nur - und verstärkt ihn damit auch praktisch. Diese *Bild-Zeitung des Mannes* repräsentiert nicht eine kleine Gruppe besonderer (Auto-)Perverser, sondern jenen furchtbaren Normalbürger. Das Auto als verwandelte Frau ist eine Chiffre, die jeder, zumindest jeder Mann ohne Nachdenken versteht.

"Meine Beifahrerin hat mir ans Knie gefaßt", wird im Artikel "Die besten Ausreden vor Gericht" ein Frank S. (51) zitiert. "Das elektrisierte mich so, daß ich die Kontrolle über mein Auto verlor." In Wirklichkeit, so heißt es, war er besoffen, was ihn vor Gericht aber den Lappen gekostet hätte. Sprichwörtlich ist ja eher der umgekehrte Fall, daß Autofahrer der Beifahrerin (versehentlich) ans Knie fassen. Dem Richter aber scheint die weibliche Chaos-Drohung glaubhaft gewesen zu sein.

Der 'Porsche-Dame' unter den Rock zu schauen, ist (wenn nicht gerade die Klappe zuknallt) relativ ungefährlich; Frauen aus Fleisch und Blut sind dagegen oft eine schwer erträgliche Beunruhigung. Auch wenn der patriarchal strukturierte Mann das Auto näher an sich heranläßt als eine Frau (eigentlich: sich näher herantraut), arbeitet er auch hier ständig gegen seine Angst vor dem Kontrollverlust. Wenn der "Lancia für harte Männer" (bei dem man, um an das Innenliegende zu kommen, "die ganze Heckpartie hochklappen" muß) "beim Tritt aufs Gaspedal wie eine Rakete abgeht", dann ist das nichts anderes, als einen 'unheimlich starken Abgang' auszureizen, zu Tode zu kommen beziehungsweise im Orgasmus die Selbstkontrolle zu verlieren.

Auf der Witzseite bringt *Auto-Bild* sich selbst so exakt auf den Begriff, daß dem analytischen Kritiker nichts bleibt, als zu betonen, daß es *kein Witz* ist. Nicht nur die Dummheit macht sich unsichtbar, indem sie sehr große Ausmaße annimmt.

Thomas Gehrmann
Mainzer Landstraße 691
6230 Frankfurt 80