

aus: Fernsehen verstehen
(Stephan Abashanell / Claudia Cipitelli /
Dietrich Kautaus (Hrsg.):
Bachmair Arnolds Laines Texte - Band 33 26

VOM AUTO ZUM FERNSEHEN - KULTURHISTORISCHE ARGUMENTE ZUR BEDEUTUNG VON MOBILITÄT FÜR KOMMUNIKATION

Ben Bachmair

1. Methodische Vorbemerkungen zum Verständnis kommunikationstechnologischer Dynamik

1.1 Empirie und Prognose - kommunikationstechnologisch interpretiert

Will man die Dynamik der medientechnologischen Entwicklung verstehen und nicht nur äußerlich in ihrer Aktualität beschreiben, will man mehr als nur eine isolierte Momentaufnahme aufgrund ungenannter Entwicklungsannahmen generalisieren, dann sind über die Empirie mit Untersuchungen der Medienmärkte, der Mediennutzung im Alltag usw. hinaus kulturhistorische Analysen notwendig. Soll der Empirie ein langfristiger Sinn zukommen, so ist über die deskriptive Beschäftigung mit den jeweils aktuellen Medieninnovationen der Blick auf die generelle Entwicklungsdynamik geboten. Nur ist das gar nicht so einfach, weil sich die Medien selber in den analytischen Vordergrund drängen. Die Entwicklungsdynamik reduziert sich dabei auf die historische Schilderung einer vordergründigen Mediengeschichte, die die Abfolge jeweils neuer Medien beschreibt: vom Buch über Rundfunk und Fernsehen zu Video, Satelliten usw.

Auch eine weniger medienorientierte, statt dessen kommunikations- und lebensweltbezogene Empirie kann ihre Daten nur prognostisch verwenden, wenn sie diese auf der Folie kulturhistorischer Entwicklungsdynamik interpretiert. Auch dabei tun sich theoretische Untiefen auf: Die kommunikationstechnologische Entwicklung hat sich ihre eigene Theorie geschaffen, die kulturhistorische Fragen gar nicht kennt bzw. gar nicht stellen kann. Sind historische Fragen angesagt, dann werden sie - wie gesagt - medienorientiert gestellt, z.B. als Geschichte des Fernsehens.¹ Der Grund dafür liegt in den Medien als des erlebbaren *Ausschnitts*

¹ Die technikgeschichtlichen Studien beschreiben zwar auch technische Frühformen z.B. der Bildübertragung, umfassen also einen erstaunlich langen Zeitraum, den wir aus unserer Alltagssicht dem Fernsehen nie zuordnen würden. Es bleibt jedoch nur Technikgeschichte ohne kulturhistorische Dimension; vgl. W. Bruch: Kleine Geschichte des deutschen Fernsehens, Berlin 1967.

von Kommunikationstechnologie und Massenkommunikation, die auch gleich ein Interpretationsmuster mitliefern, nämlich: die Medien selber seien schon das Wesentliche von Kommunikation. Unsere alltägliche, wie auch zumeist unsere theoretische Interpretation von Kommunikation folgt der kommunikationstechnologischen Entwicklung, die seit dem Telegrafen das Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation ist. Die allseits bekannte und von Lasswell Ende der vierziger Jahre formulierte Frage "Wer sagt was zu wem über welchen Kanal mit welchem Effekt?"² und die gleichzeitige kybernetische Formulierung (z.B. durch Shannon und Weaver mit dem Sender-Empfänger-Modell³) reduzieren Kommunikationstheorie auf Medienwirkung. Diese Reduktion ist nicht willkürlich; sie entspricht genau dem kommunikationstechnologischen Sachverhalt. Wie angemessen dieses Modell seinem Sachverhalt gegenüber ist, erleben wir tagtäglich, wenn wir technische Medien nutzen. Die kommunikationstechnologische Organisation und Interpretation von Kommunikation ist seit der Zeit des Telegrafen ein sich selbst bestätigender Zirkel von kommunikationstechnologischer Organisation, positivistischer Medien- und Kommunikationstheorie und Alltagserlebnis.⁴

1.2 Zwei ausgeblendete und trotzdem vordringliche Fragen

Welche Fragen werden nicht gestellt, können deshalb auch nicht beantwortet werden? Welche Phänomene bleiben damit ausgespart, weil es an theoretischer Sensibilität mangelt? Es sind die Fragen, die sich mit der qualitativen Veränderung von Kommunikation, d.h. mit ihren Strukturen und Themen beschäftigen, wenn diese in den medientechnologischen Sog geraten. Dabei scheinen mir zwei Problemkreise vordringlich zu untersuchen zu sein:

² H.D. Lasswell, D. Lerner, I. de Sola Pool: *the comparative study of symbols*, Stanford 1952.

³ C.E. Shannon, W. Weaver: *The mathematical theory of communication*, Urbana 1949.

⁴ Zur Kritik des positivistischen Kommunikationsmodells vom Informationstransport s. G.H. Mead: *Geist, Identität und Gesellschaft*, Frankfurt/M. 1973 (Original Chicago 1934); L. Bisky: *Zur Kritik der bürgerlichen Massenkommunikationsforschung*, Berlin 1976; W.R. Langenbucher, G. Räder, H.-J. Weiß: *Zur Notwendigkeit einer Neukonzeption der Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik*, in: M. Kiefer, K. Berg (Hrsg.): *Massenkommunikation*, Mainz 1978, S. 9-39; F. Dröge, R. Weißenborn, H. Haft: *Wirkungen der Massenkommunikation*, Frankfurt 1973⁷

- Kommunikation als symbolische Vermittlung von subjektiver Innenwelt und von Außenwelt, also von Subjekt und Realität, wird in spezifischer Weise medienförmig, z.B. fernseh förmig. Dabei handelt es sich um eine Dynamik, die von so unterschiedlichen Theoretikern wie Günther Anders, Horkheimer und Adorno oder auch von McLuhan betrachtet wurde.⁵
- Der zweite Problemkreis - und er soll im folgenden weiter ausgeführt werden - beschäftigt sich mit der Übertragung eines der Technologisierungsprinzipien, nämlich der Mobilität, auf Kommunikation. Sie wird exemplarisch untersucht am Verhältnis von Auto und Fernsehen. Zugrunde liegt die These, daß die niemand verblüffende, jedoch blitzartige Ausbreitung und Akzeptanz, ja die sozusagen symbiotische Verschmelzung unseres Alltagslebens mit dem Fernsehen nur möglich war, weil Fernsehen in eine kulturelle Infrastruktur hineinpaßte, gleichzeitig Trends aufnahm und diese forcierte. Zumindest in der Mitte des 20. Jahrhunderts erfüllt Fernsehen diese Funktion innerhalb kultureller und alltäglicher Dynamik besser als andere vorhandene Innovationen wie z.B. der Computer.

Die Verquickung von Fernsehen, kultureller und alltäglicher Dynamik gelingt, weil sich technische Medien dem Transportparadigma, konkret als Informationstransport, eingefügt haben. Fernsehen wurde erfolgreich, weil es die mit dem Auto verbundenen Lebensformen ausweitet und weiterführt: Mobilität als Gestaltungs- und Interpretationsprinzip für Kommunikation.

⁵ G. Anders: Die Welt an Phantom und Matrize. Philosophische Betrachtungen über Rundfunk und Fernsehen, in: G. Anders: Die Antiquiertheit des Menschen, Bd. 1, München 1976¹, S. 97-211; M. Horkheimer, T.W. Adorno: Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug, in: M. Horkheimer, T.W. Adorno: Dialektik der Aufklärung, Frankfurt 1971, S. 108-150; M. McLuhan, O. Fiore: Das Medium ist die Botschaft, Frankfurt/M. 1969. - Theoretische Versuche sind meine Beiträge: Entwirren - kulturhistorische Skizzen zur Funktion phantastischer und realistischer Darstellungselemente in grauenhaften und gewalttätigen 'Geschichten', in: D. Baacke, U. Sander (Hrsg.): Jugend und Neue Medien, München 1988; Mobilität und Medienförmigkeit - Kulturhistorische Skizzen zur Erziehung im Medien- und Konsumnetz, in: M. Mann, H. Zacharias (Hrsg.): Medien und Pädagogik 2001, München 1988.

1.3 Aspekte kulturhistorischer Entwicklungsdynamik

Der historische Angelpunkt: Eisenbahn und Telegraf

Das Medium Fernsehen mit dem Vehikel Auto zu vergleichen ist möglich, weil es im 19. Jahrhundert eine definitive technologische Verbindung von Mobilität und Kommunikation gibt. Die Logik der Eisenbahn brauchte ein dem Schienenstrang paralleles Steuerungs- und Kontrollsystem, bei dem ein eindeutig definierter Zeichenvorrat über einen ebenso eindeutig definierten Kanal von einem Sender zu einem Empfänger transportiert wird. Die Transportlogik des elektrischen Stromnetzes legte den Informationstransport parallel zu den Schienen nahe.⁶ Man braucht nicht viel Worte über diese Verbindung von Eisenbahn, elektrischem Strom und Informationstransport zu verlieren; sie ist heute evident und alltäglich, weil kulturell erfolgreich. Sie ist zudem selbstverständlich, weil sie ihre eigene Interpretation, das Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation bzw. deren Paradigma von der Kommunikation als Informationstransport, mitgeliefert hat.

Entwicklungen und Objektivationen: Die Metapher des kulturellen Erbes

Diese selbstverständliche Verknüpfung soll nun nicht mittels komplexer Ursache-Wirkungsannahmen auf ihre historische Qualität untersucht werden. Dann wären wir wieder viel zu nahe an der Grundlogik von Technologisierungsprozessen, als daß wir in der Lage wären, distanziert zu beobachten und zu reflektieren. Ich will deshalb die kulturhistorische Dynamik mit der Metapher des "kulturellen Erbes", also als Beziehung von Entwicklungen zu ihren Objektivationen interpretieren. Diese Metapher bietet die Möglichkeit, sowohl festlegende Strukturen und Funktionen als auch offene und neue Handlungsentwürfe und Handlungschancen zu verstehen und sie dabei auch als Wechselspiel, d.h. in ihrer Inter-

⁶ Die kulturhistorische Beschreibung und Analyse hierzu gibt W. Schivelbusch: *Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert*, Frankfurt/Berlin/Wien 1979. Die technikgeschichtlichen Zusammenhänge von Telegraphie und Eisenbahn stellt R. Oberliesen: *Information, Daten und Signal. Geschichte technischer Informationsverarbeitung*, Reinbek 1982, S. 98ff. dar: Von 1835 bis 1838 wurde die Einrichtung des Steinheil'schen Telegraphen an der ersten deutschen Eisenbahnstrecke von Nürnberg nach Fürth diskutiert, jedoch verworfen. 1837 wird der Fünfnadeltelegraph von Cooke und Wheatstone an der Eisenbahn London nach Birmingham erprobt. Der verbesserte Wheatstonesche Telegraph (Buchstaben sind direkt abzulesen bei nur drei Signalübertragungsleitungen) wird für praktische Eisenbahnzwecke zwischen Aachen und Ronheide installiert. 1844 wird entlang der Bahnlinie Washington-Baltimore eine Telegraphenlinie von Morse eingerichtet.

dependenz zu untersuchen.⁷ Ein gewichtiger Vorteil dieser Vorgehensweise liegt u.a. darin, daß der Denkwang, den eigentlichen und wirklichen historischen Beginn einer Entwicklung bestimmen zu müssen, der damit auch analytischer Ausgangspunkt sei, unwichtig ist. Die Interdependenz von Entwicklungsprozeß und kultureller Objektivation muß nicht bis zu einem erhofften Archimedischen Punkt zurückverfolgt werden.

Hinweise wie z.B. die, daß die Eisenbahn doch den Schifffahrtskanal voraussetze, das Morsealphabet das Semphor usw., müssen dann nicht notwendigerweise mit-untersucht werden. Der Gedanke des kulturellen Erbes, das sich im Auto und im Fernsehen objektiviert und das das Fernsehen vom Auto übernimmt, transformiert und weiterträgt, läßt sich an vier Punkten festmachen: Individualisierung, Egalisierung und Konsum, Systementwicklung und kompensatorische Phantasie. Diese vier Punkte werden im folgenden entwickelt.

Funktionale Äquivalenz von Auto und Fernsehen

Es schließt sich ein drittes methodologisches Argument an, das bekannte von der funktionalen Äquivalenz, demzufolge hier Auto und Fernsehen als funktional gleichwertig für alltägliche Lebensprozesse und kulturelle Entwicklungen interpretiert werden. Für die skizzierte Vorgehensweise heißt das: ein kulturelles Erbe wird vom Auto zum Fernsehen weitergegeben, weil Auto und Fernsehen die gesellschaftliche Entwicklungs- und Stabilitätsfunktion der Integration, der Öffnung und der Zivilisation (im Eliasschen Sinne) realisieren. Aus Platzgründen kann diese Argumentation hier nicht entwickelt werden. Dazu nur einige Vorbemerkungen. Auto und Fernsehen wurden zu Kristallisationskernen und zu Leitmedien gesellschaftlicher und subjektiver Integration und Öffnung, bei der der Entwicklungstrend des Zivilisationsprozesses verstärkt zum Tragen kommt. So ist die Integrationsfunktion von Auto und Fernsehen eine Folge der Zonung von Lebensräumen und darauf folgend von Lebensformen, die automobil und kommunikativ überbrückt werden. Daraus ergeben sich Anknüpfungspunkte für

⁷ Norbert Elias' Interpretation zivilisatorischer Entwicklung und Siegfried Giedions kulturhistorische Interpretation der Mechanisierung sind hier wegweisend; s. N. Elias: *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*, 2 Bde., Frankfurt/M. 1979⁶; S. Giedion: *Die Herrschaft der Mechanisierung. Ein Beitrag zur anonymen Geschichte*, Frankfurt 1987 (Original Oxford 1948).

die Integration von Bevölkerungsgruppen und Familienmitgliedern sowie die kulturhistorische Integration von Tradition und Fortschritt.

Die Öffnungsfunktion von Auto und Fernsehen betrifft die Ausweitung der Lebenswelt einmal als historische Entwicklung, also als räumliche "Überwindung" lokaler Begrenzung ("Aus der Enge in die weite Welt"), dann auch als biographische Entwicklung des Schrittes - per Fernsehen und Medien - ins eigene Leben. Hinzu kommt die medienverursachte Ausweitung von Tabugrenzen (die zur Zeit an der gerade wieder abflachenden Diskussion um die Akzeptanzgrenzen von Gewaltdarstellungen zu sehen ist).

Der Beitrag von Auto und Fernsehen für den Zivilisationsprozeß, in der Eliaschen Interpretation, liegt in der fortschreitenden und internalisierenden Disziplinierung, die in langfristige und weitgreifende Planung, Kontrolle und Homogenisierung bei gleichzeitiger Differenzierung einmündet. Wichtig ist, daß die Integrations-, die Öffnungs- und die Zivilisationsfunktion von der Mobilität auf Kommunikation übergeht. Dabei verliert Kommunikation ihren vorindustriellen Charakter der Gestaltung und der Poesie. Statt dessen wird sie durch eine generalisierte Mobilitätssystematik überformt.

2. Das kulturelle Erbe des Autos und der Schritt zum Fernsehen

Ein kulturhistorisches Moment läßt sich an Auto und Fernsehen als kultureller Objektivation feststellen, das typisch und herausragend ist für eine psychohistorische Entwicklung, die sich seit Ende des 18. Jahrhunderts herauskristallisiert: Die Subjektconstitution verläuft als Individualisierungsprozeß mit zwei widersprüchlichen Polen. Der eine Pol läßt sich narzißtisch als Aneignung feudaler Herrscherbilder beschreiben; der andere als Egalisierung, bei der diese Art narzißtischer Subjektconstitution bei allen Subjekten abläuft. Dieser Egalisierungsprozeß ist subversiv für eine feudale Hierarchie, jedoch konstitutiv im Rahmen einer republikanischen Verfassung. Dieser Prozeß der Subjektconstitution ist gerade wegen seiner Widersprüchlichkeit von Narzißmus und Egalisierung mit einer Fülle von handlungsleitenden oder kompensierenden Phantasien verbunden.

Diese drei dynamischen Elemente der Subjektkonstitution - narzißtische Individualisierung, republikanische Egalisierung und verbindende Phantasie - werden als integriertes und interdependentes Gefüge sowohl in ihrer biographischen wie auch in ihrer gesellschaftlichen Dominanz durch Auto und Fernsehen forciert. Dabei gibt es zwischen Auto und Fernsehen spezifische Schwerpunktverschiebungen, z.B. in der Bedeutung kompensatorischer Phantasie. Diese Interpretation von Subjektkonstitution als psycho-historische Bestimmung technologischer Innovationen greift auf die Interpretation Hainer Plauls zur psychohistorischen Funktion von Trivalliteratur zurück.⁸ In diesem Sinne wird eine Entwicklungslinie angenommen, die Individualisierung, Egalisierung und Phantasie - schon lange vor der Verbindung von Kommunikation und Mobilität - kommunikativ als dialektische Dynamik der Subjektkonstitution braucht.

2.1 Individualisierung

Von Eisenbahn und Telegraf als dem *Punkt*, an dem Mobilität zum Interpretations- und Organisationsparadigma für Kommunikation wurde - von der Gestaltung zum Informationstransport - führt, schlagwortartig formuliert, kein Weg zum Fernsehen. Das ist kein technisches, sondern ein kulturelles Argument. Nicht die Erfindung der Braunschen Röhre genügte, um Fernsehen zu entwickeln, es mußte eine spezifische Kommunikationsstruktur als gesellschaftliche wie subjektive Selbstverständlichkeit vorhanden sein. Das ist insbesondere die Selbstverständlichkeit des individuellen Handelns innerhalb oder mit technologischen Innovationen. Genau dieses Moment kann das Massentransportmittel Eisenbahn nicht erfüllen. Es war notwendig, um kalkulierbar die Segregationsfolgen von Arbeitsteilung zu überwinden, indem es Rohstoffe, Waren und Menschen transportierte. Es handelte sich um ein zentral gesteuertes Verfrachten, dessen Widerspruch zur individuellen Subjektivität adliger oder großbürgerlicher Fortbewegung immer erlebt und auch dargestellt wurde. In Karikaturen des 19. Jahrhunderts ist die narzißtische Kränkung des gleichmacherischen Verfrachtetwerdens sichtbar. Auch die städtische Gliederung der Eisenbahnwagen in Klassen und der adlige Luxus von Salonwagen kann nur retouchieren, aber nicht vermeiden, daß man nicht mehr oder noch nicht selbstbestimmt fährt wie mit der

⁸ H. Plaul: *Illustrierte Geschichte der Trivalliteratur*, Hildesheim 1983

eigenen Kutsche und dem eigenen Pferd: halten können wo und wann man will, das Tempo selber bestimmen, die Mitreisenden auswählen oder ausschließen.⁹

Den Motor in die Kutsche einzubauen und damit auf Straßen zu fahren, ist der notwendige kulturelle Gedanke. Kulturhistorisch formuliert heißt das: die adlige Selbstverständlichkeit subjektiver Mobilität, und das heißt individuell bestimmter Mobilität, braucht ihr mechanisiertes motorisiertes Vehikel. Deshalb beginnt die Bastler- und Versuchs/Irrtums-Anfangsphase der Autoentwicklung auch mit der Kutsche ohne Pferd, in die ein Motor eingebaut wird. Diese mechanisierte, motorisierte Kutsche wird schnell zum exklusiven Fortbewegungsmittel; es schließt sich eine Nobilitäts-Phase im Autodesign und der Autonutzung an die ersten und eher primitiven Auto-Kutschen an. Das Autodesign ist luxuriös, prachtvoll, repräsentativ.¹⁰ Neben dem Repräsentationsmoment gibt das Auto Möglichkeit zu einer zweiten Form aristokratischer Selbstinszenierung, dem sportlichen Wettkampf des Herrenreiters, der im Auto seinen narzißtischen Phantasien nachgeht und zum Herrn über Raum und Zeit wird. Die auf Großartigkeit gerichtete Verfügungsphantasie wird nun kultureller Bestandteil der individuell organisierten Mobilität (s. Punkt 2.4: Kompensatorische Phantasie).

Das Auto ist wegen seiner individualisierten Form der Fortbewegung Träger und Vehikel der Idee von Repräsentativität, Selbstbestimmung und Wohlstand, die die aristokratische Selbstbestimmung sowohl verfügbar, handhabbar und auch generalisierbar macht und sich so mit dem republikanischen Bedürfnis nach individueller Subjektkonstitution verbindet. Das Auto wird somit zur Objektivation eines allgemeinen kulturellen Musters, der individuellen Mobilität. Individualverkehr heißt, das eigene Fahrzeug kaufen, warten, Treibstoff beschaffen und bezahlen, das selbstgewählte Tempo zur selbstgewählten Zeit mit den selbstgewählten Beifahrern ansteuern: Das Auto gehört mir, ich bestimme, mit wem,

⁹ Karikaturen zum Vorrachten finden sich u.a. bei W. Sachs: *Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche*, Reinbek 1984, S. 110ff., W. Schivelbusch, a.a.O., S. 113ff. Bilder zur wenigstens städtischen Differenzierung der Eisenbahnwagen finden sich u.a. bei Giedion, a.a.O., S. 488ff.

¹⁰ Die Nobilitätsphase im Automobildesign läßt sich noch 1927 an einer Prunkkarosse eines englischen Fabrikanten feststellen, vgl. Bilder bei D.B. Tubbs: *Art and the automobile*, Guildford, London 1978, S. 71. Die Werbung greift dieses Design auf, macht es - notwendigerweise - bürgerlicher. So fällt der Chauffeur bzw. sein isolierter Platz weg. Dafür sitzt der Autobesitzer gepflegt im Kreise seiner Freunde am Steuer, vgl. z.B. Tubbs, a.a.O., S. 67.

wann und wohin ich fahre. Nur das Straßennetz ist öffentlich, ebenso das Versorgungsnetz (die Tankstellen); die Straßen staatlich, die Tankstellen privatwirtschaftlich. Das automobiler Transportwesen, als Individualverkehr organisiert, ist also Träger eines aristokratischen Erbes und aristokratisches Muster der individuellen Subjektkonstitution. Dieses aristokratische Erbe darf man auch bei der Frage nicht aus dem Auge verlieren, welche Kommunikationstechnologie das Auto fördernd und selegierend unterstützt hat.

Das Auto hatte eine wirre, verschlungene, inkonsistente Entwicklung hinter sich, bis es seine kulturelle Funktion eingenommen hat. Beim Lesen der Ingenieur- und Wirtschaftsgeschichte von Daimler-Benz bis Ford zeigt sich, daß sich die technische Entwicklungsseite in eine Systemlogik, wie gesagt die des Individualverkehrs, eingepaßt hat bzw. daß sich Technik und *Logik* interdependent entwickeln. Das gleiche gilt für die Geschichte des Fernsehens, die ein Erbe vorfindet und antrifft: es ist nicht das Erbe des Kinos. Das aristokratische Kulturerbe der Individualisierung ist über das Auto in den Bereich technologisch organisierter Kommunikation gelangt. Vom Auto läuft eine verschlungene kulturelle Entwicklungslinie erst zum Radio und dann zum Fernsehen. Fernsehen greift die Individualisierung auf; es wird wegen seiner Nähe dazu überhaupt erst gesellschaftlich relevant; d.h. Fernsehen verdrängt das Kino. Eisenbahn und Kino auf der einen Seite, Auto und Fernsehen auf der anderen entsprechen sich in ihrem öffentlichen bzw. in ihrem individuellen Charakter. Auto/Fernsehen ist individuelle Nutzung im Rahmen eines öffentlichen Netzes; Eisenbahn/Kino geschieht innerhalb eines öffentlichen Transport- bzw. Kommunikationssystems.

Der Gebrauch des Fernsehens findet analog zum Auto im privaten Bereich statt; in diesem Punkt entsprechen sich Auto und Wohnzimmer, zu dem Familie, Freunde, Bekannte Zutritt haben. Die Straßen korrespondieren mit dem öffentlich-rechtlich gesendeten Programm. Innerhalb des Programmangebots trifft man individuelle Zielentscheidungen: die Anschaffung, Wartung der Geräte, der soziale Kontext der Rezeption, die Umgangsweisen mit Fernsehen (vergleichbar Geschwindigkeit, Fahrstil usw.) bleiben in der individuellen Verantwortung.

2.2 Egalisierung durch Konsum

Das feudale Erbe individueller Auto-Mobilität war lange Zeit, in Deutschland bis nach dem Zweiten Weltkrieg, nur für Wohlhabende anzutreten. Das Auto war Ausdruck und Teil noblen Lebensstils. Das Autodesign - wir kennen es noch heute von Rolls Royce oder Mercedes und Szenen aus der Autowerbung - betonen gelegentlich noch heute das Repräsentative, den Wohlstand, die Macht, später auch die Modernität.¹¹ Das Auto in der Kunst, von der Jahrhundertwende bis in die dreißiger Jahre hinein, stellt dieses Moment des Noblen, des Wohlstandes am Auto besonders heraus.¹²

An dieser Stelle greift die Dialektik narzißtischer Subjektivitätsmechanismen: die subjektive, selbstbestimmte Einmaligkeit, die sich mit republikanischen Egalitätsvorstellungen bzw. -wünschen verbindet, braucht entsprechende gesellschaftliche Objektivationen, nämlich etwas Massenhaftes, das für jeden als Individuum erreichbar ist - das noble Auto für jeden. Da dieser republikanische Egalitätsanspruch als solcher schon gesellschaftlich politisch ist, ist das Wohlstandsobjekt oder das Wunschobjekt Auto auch immer politisch einsetzbar zur Ausweitung oder zur Begrenzung von Egalitätsmechanismen.

Fords Modell T, noch vor dem Ersten Weltkrieg produziert, paßt in andere politische Konstellationen als Hitlers VW. Bei Ford ist das Auto ökonomisches Objekt großindustrieller Produktion und Vermarktung.¹³ Für Hitler bzw. für den Nationalsozialismus ist das Auto als potentielles Konsumobjekt von eminenter gesellschaftlicher und politischer Bedeutung, wobei es auch noch weiterhin als "Führerauto" ebenfalls die repräsentative Herrschaftsfunktion der Kutsche erfüllt. Mit der Planung des Massenobjekts VW, als KdF-Wagen¹⁴ in das allge-

¹¹ Bei W. Sachs, a.a.O., finden sich Beispiele dazu: "Kultivierter Genuß", "Geist der Verschwendung"

¹² s. Überblick bei Tubbs, a.a.O.

¹³ Bei der großindustriellen Produktion mittels Fließband wird das Mobilitätsparadigma auch auf technologische Produktionsprozesse angewandt, also auch in der Produktion vertraut und selbstverständlich. Die kulturelle Verallgemeinerung von Mobilität ist damit ein wesentliches Stück vorangekommen.

¹⁴ KdF = "Kraft durch Freude" war ein System des Nationalsozialismus, seinen Anhängern zu Motivations- und Bestätigungszwecken Urlaub, Schiffsreisen, Erholung, Autos zu verschaffen - einen Luxus, der bis dahin den unteren Schichten unmöglich war

meine Motivations-, Konsum- und Befriedigungssystem von "Kraft durch Freude" integriert, gibt der Nationalsozialismus ein Versprechen auf Teilhabe am Wohlstand und auf individuell selbstbestimmte Mobilität ab. Dieses Versprechen gilt nur für angepaßte und politisch willenlose Volksgenossen. Es muß ein gewaltiges Versprechen gewesen sein, aus dem Luxus- und Feudalobjekt Auto das Massenobjekt VW zu machen! Dies beginnt 1933 mit Filmen wie "Mit Vollgas ins Glück", mit dem Rennfahrer Hans Stuck in der Hauptrolle. Beeindruckend ist auch das Foto eines einfachen Mannes (dieses *einfach* stellt das Foto deutlich heraus)¹⁵, der sich über den VW beugt, aufs Blech klopft und intensiv auf den Klang lauscht: Bildunterschrift: "Eine der meistgestellten Fragen: Ganzstahlaufbau? - Ja!" Selbstverständlich ist der VW-Prototyp der Nazis und seine Realisation, der VW der Bundesrepublik, ein vollwertiges Auto, kein Surrogat. Hier zeigt sich eine direkte Medienbeziehung des Konsum-Objekts *Auto*. Als Versprechen ist der VW nur ein Medienereignis. Der VW wurde von den Nazis nicht realisiert. Statt VWs wurden in neugebauten Fabriken Militärfahrzeuge produziert. Erst die Bundesrepublik machte aus dem Versprechen und dem Prototyp, also aus dem Medienereignis, das verfügbare Konsumobjekt. Ein Weihnachtsbild von 1950 zeigt noch den Konsumwunsch, den Wohlstandwunsch *Auto* in der rührenden Vorstufe des kleinen Auto-Vetters Motorroller: Ein Mädchen mit Stoppsellocken und Krönchen, als Weihnachtsengel verkleidet, fährt auf dem Motorroller mit Geschenkpaketen behängt im Schnee. Bildtext: "Das Christkind von 1950". Sachs schreibt dazu: "Geldgier, demonstrativer Konsum und Neid, in diesem Dreiertakt wandelte sich - Schicht um Schicht, Ware um Ware - langsam das deutsche Volk in eine Konsumgesellschaft. Das Auto hatte dafür die Leitfunktion übernommen".¹⁶ Vielleicht lassen sich die Zusammenhänge auch freundlicher darstellen, verstehender, was der Wohlstand, was der feudale Luxus mit der individuellen Mobilität für die Lebensgeschichte unserer Eltern und auch für uns bedeutet haben. Der Führerschein und das Auto waren und sind Symbole der Freiheit, das erste Auto heißt auch heute noch, sich selber versorgen können - auch wenn man sich dafür finanziell "krummlegen" muß.

¹⁵Die Bildquelle befindet sich bei T. Kunze, R. Stommer: Geschichte der Reichsautobahnen, in R. Stommer (Hrsg.): Reichsautobahnen - Pyramiden des Dritten Reiches. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos, Marburg 1982, S. 39.

¹⁶W. Sachs, a.a.O., S. 82f.

Das Auto ist historisch das Versprechen und das Angebot auf Teilhabe am Wohlstand; biographisch ist es das Versprechen auf das eigene Leben.

Mit dem Auto ließ sich und läßt sich Wohlstand, Konsum und Bewegung leben. Das Fernsehen als technisches Instrumentarium konnte sich durchsetzen, weil es sich in den Spurrinnen des Autos bewegt: Das Fernsehen verspricht - konsumtive - Teilhabe an einer Welt, deren Ausschnitte sich an mir vorbeibewegen; konsumtive Teilhabe am Leben, das als Abenteuer, als Show, als Politik, als Sport, als Sex an mir vorbeizieht.

Im Gegensatz zu den Nazis, die den VW nur als Wohlstands-Bild, als Freiheits-Bild in die Zukunft nach dem Krieg projizierten, hat die Bundesrepublik das Wohlstands- und Freiheitsversprechen eingelöst. Das Fernsehen dagegen bleibt immer nur Versprechen auf Teilhabe, kann nie in die historische Phase treten, dieses Versprechen zu realisieren. Mehr als die Teilhabe an der Fernseh-Gemeinde ist unmöglich. Der "Bericht aus Bonn" wird nie zum politischen Handeln einladen!¹⁷

Der Widerspruch ist aber so schwer erlebbar, weil die Konsum-Spur des Autos eben den Konsum statt Teilhabe an der gesellschaftlichen Welt hat selbstverständlich werden lassen. Unverzichtbar mit dem Konsum verknüpft sind Standardisierung und Egalisierung. In der Geschichte des Autos hat es bis Ford und VW gedauert, bis das Auto für Konsum, Standardisierung und Egalisierung stand. Für die Nobel-Phase des Autos war dies dysfunktional. Für das Fernsehen dagegen ist die Standardisierung und Egalisierung von Anfang an konstitutiv.

2.3 Systementwicklung

Das Auto ist nur der uns emotional und finanziell wichtigste Teil und damit Mittelpunkt eines Systems, eines Systems, das über Jahrzehnte hin entstanden und das mit dem Tankstellennetz und der Autobahn seine logische Vollständigkeit erreicht hat. Dieses Netz ist nicht Ergebnis gezielter Entwicklung, sondern ent-

¹⁷Beim "Bericht aus Bonn" handelt es sich um ein politisches Fernsehmagazin, das zu den Haupt-sendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens gehört. Jeweils am Freitagabend wird aus einem Bonner Studio von den politischen Ereignissen in der Bundeshauptstadt Bonn berichtet.

stand auf Umwegen und mit *Fehlentwicklungen* aus dem Zusammenwirken ökonomischer Expansion und Rationalisierung. Hier sind Tankstellen und Ölindustrie besonders augenfällig.¹⁸ Zum anderen steckt hinter dem System *Auto* die Dynamik staatlicher Selbstdarstellung und Legitimation: Straßenbaufront und Autobahn als Denkmal des Faschismus, endlose Straße des Triumphs der Technik und Moderne.¹⁹ Wie dieses System zusammenwirkt, wie labil es einerseits und wie untrennbar es andererseits mit unserem Leben verbunden ist, ist uns klar: Die Ölkrise in den siebziger Jahren mit Fahrverboten; jeder 5., 6. oder 7. Arbeitsplatz ist in dieses System integriert. Ohne Auto müssen Volkshochschulen schließen, ohne Schülerbeförderung bricht die zentralisierte Schulorganisation zusammen. Betriebsräte sehen sich nicht in der Lage, autobegrenzenden Smog-Verordnungen zuzustimmen. Die *Seniorenversorgung* ohne "Essen auf Rädern" führte zu noch mehr Altengettos usw. usw. Die Labilität dieses Systems²⁰ erreicht uns als Krisenereignis und als Warnung: Arbeitsplatzverlust, Exportabhängigkeit der Wirtschaft usw. Die Stabilität dieses Systems zeigt sich an seiner Resistenz: trotz Dysfunktionalität - Waldsterben, Unfallopfer, Landschaftszersiedelung,

¹⁸ Vgl. B. Polster: Tankstellen. Die Benzingeschichte, Berlin 1982.

¹⁹ Zitate aus R. Stommer (Hrsg.): Reichsautobahn - Pyramiden des Dritten Reiches. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos, a.a.O., S. 5.

²⁰ Die Labilität des Systems Auto hat ein kritisches Systemdenken hervorgebracht mit Argumenten oder Denkfiguren wie "Der Anfang vom Ende des Autos" (J. Dahl: Der Anfang vom Ende des Autos, Ebenhausen 1972), "Die automobile Gesellschaft" (K. Franken (Hrsg.): Die automobile Gesellschaft. Verkehrswissenschaftliche Bestandsaufnahme, Reinbek 1972), "Die totale Autogesellschaft" (H. Dollinger: Die totale Autogesellschaft, München 1972), "Die Auto-Dämmerung" (M. Busse: Die Auto-Dämmerung. Sachzwänge für eine neue Verkehrspolitik, Frankfurt/M. 1980), "Unser Auto - eine geplante Fehlkonstruktion" (J. Linser: Unser Auto - eine geplante Fehlkonstruktion, Frankfurt/M. 1977), "Erzwungene Mobilität" (W. Linder, U. Maurer, H. Resch: Erzwungene Mobilität. Alternativen zur Raumordnung, Stadtentwicklung und Verkehrspolitik, Frankfurt/M. 1975), "Zur sozioökonomischen Bedeutung des Automobils" (T. Krämer-Badoni, H. Grymer, M. Rodenstein: Zur sozioökonomischen Bedeutung des Automobils, Frankfurt/M. 1971). Das sind alles Argumente, Fragen, Denkfiguren, die ein System - gerade auch seine Labilität und Dysfunktionalität - erfassen lassen. Solche Argumente sind wichtige Schritte hin zu einer Kritik, verfehlen jedoch ohne kulturhistorische Fragestellung die Logik bzw. das Wesen dieser Entwicklung. Die Entwicklungslinien in ihrem Zusammenwirken von alltäglichem Handeln, Emotionen, technischen Entwicklungen, gesellschaftlichen Entwicklungen, ökonomischen Zielen und Zwängen finden sich bei W. Sachs, a.a.O.; R. Stommer (Hrsg.), a.a.O., J. Petsch: Geschichte des Auto-Design, Köln 1982; B. Polster a.a.O.; D. de Rougemont: Die Zukunft ist unsere Sache, Stuttgart 1980, S. 159ff.; H. Eichberg: Die "Revolution des Automobils". Materialien zu einer kritischen Techniktheorie, die das Verschwinden der Sache mitbringt, in: H. Eichberg: Die historische Relativität der Sachen, Münster 1984, S. 150ff. Wichtige Hinweise finden sich auch schon bei H. Lefebvre: Das Alltagsleben in der modernen Welt, Frankfurt/M. 1972 S. 140ff. Schivelbusch hat entscheidende Anregungen mit seiner Arbeit zur Kulturgeschichte der Eisenbahn gegeben, a.a.O.

Stadtzerstörung, Verkehrsstaus - läßt es sich nicht oder nur minimal verändern. Das System Verbrennungsmotor / Individualverkehr / Straßen / Autoindustrie/ Mineralölvirtschaft / Bauwirtschaft / Werbung / Design / Ingenieurwissenschaft / Verkehrsrundfunk usw. hat alle unsere Lebensbereiche durchdrungen und ist somit noch immer zentraler Integrationsmechanismus.

Evolutionär oder vernünftig ist dieses System nicht aufzubrechen. Dazu sind nur Katastrophen oder die Substitution von Systemelementen ohne Zerstörung der Systemrationalität in der Lage. Diese Substitution, so meine These, hat mit dem Fernsehen begonnen: Aus dem technologischen System der Mobilität entwickelt sich ein technologisches System der Kommunikation. Fernsehen ist ein Schritt vom System *Individualverkehr und Mobilität* hin zum technologischen System digitalisierter und vernetzter Massenkommunikation. Eine wichtige Einschränkung: Fernsehen ist nur rudimentär System, kann *wenig* vom Auto-System übernehmen. Deshalb ist Fernsehen auch nur ein Übergangereignis, was sich mit der Einführung sogenannter Neuer Medien zu bestätigen scheint. Fernsehen hat nicht den Stand eines Systems erreicht; es ist letztlich eine isolierte Angelegenheit, die sich verliert, unwichtig wird oder die sich in ein anderes System einpaßt. Ein System entsteht dann, wenn Massenkommunikation vom Typ der Individualkommunikation sich mit Computern und digitalen Netzen verbindet. Dann sind wir beim Entwicklungsstadium der Neuen Medien angelangt.

2.4 Überschäumende Phantasien in einem entsinnlichten Leben

Das Auto als technische Erfindung, als Zentrum eines Wirtschaftssystems, als Ausdruck und Mittel staatlicher Ideologie und staatlichen Handelns hatte nur Chancen soweit zu kommen, weil es auf Menschen traf, die es wollten, die damit ihre Themen realisierten, die damit ihrem Alltag Sinn gaben, insbesondere durch die Teilhabe an aristokratischer Bewegungsfreiheit und am bürgerlichen Wohlstand. Dazu kam die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben des Konsums, an der öffentlichen Zurschaustellung der eigenen Potenz und Größe, verknüpft mit erotischen Wünschen, Allmachts- und Größenphantasien, die Teilhabe an Freizeit und Natur, die Teilhabe am Beruf, die Teilhabe am Leben des selbständigen Erwachsenen.

In diesem Konglomerat hat die Phantasie eine integrative Funktion. Sie weist auf den Entwicklungstrend des Systems Individualverkehr, nämlich hin zu einer Mediatisierung und zu einer konsumtiven und technologischen Verfügbarkeit dieser Phantasien. Die Anknüpfungspunkte werden im folgenden thematisch gegliedert:

- Omni-Potenz

Als Beispiel ein typisches Inserat aus "Die Zeit", eine bürgerlich-repräsentative und intellektuelle Wochenzeitung mit hoher Auflage, vom 31.1.1986: Citroen-Werbung: eine athletische schwarze Frau, minimal mit Sportdress bekleidet, schiebt einen Motorblock quasi in den Himmel. Mögliche Assoziation: Die Power-Frau als Raketen-Schubkraft der Motorbombe. Den Mund zum Schrei offen (dazu der Text, riesengroß gesetzt): ICH WILL POWER. Dazu im Textteil: Ich will Luxus ... ich will Technik ... ich will alles (und dann das Werbe-Anhängsel: ICH WILL DEN NEUEN CITROEN CX). Das ist eine 'klassische' Konstellation von Kraft-, Sex-, Allmacht und Technik-Phantasien und -wünschen, die das Auto erfüllen soll. Dieses Phantasie-Konglomerat zieht sich mit dem Auto durch unser Jahrhundert hindurch. Sachs mit seinem "Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche" hat Bilder u.a. zur Beziehung Auto/Frau zusammengestellt. Die elegante und hofierte Frau im Luxus (S. 52 u. 11); die Motor/Tier/Frau des Jugendstils (S. 31); die das Phallus-Auto bewundernde Frau (S. 54); die am alltäglichen Leben beteiligte Frau (S. 128).²¹

- Ewige Größe

Neben Power, Erotik, Luxus, Glück steht das Auto für die Verbindung mit ewigen Werten, für unzerstörbare Größe und Macht: Das ist zuallererst und am deutlichsten die deutsche Autobahn, in der kollektiven Erinnerung als "Hitlers Autobahn". Das ist die erfolgreiche symbolische Verfestigung absoluter Größe, die technisch bewiesene Einordnung in die Erinnerungsgeschichte der Menschheit, die Krieg, Trümmer und KZ-Grauen überstrahlt. Stommer zeigt, wie das Nazi-Deutschland Autobahnbrücken als Kulturdenkmäler ge-

²¹W. Sachs, a.a.O.

haut hat; sehr erfolgreich, wie sich eben an der immer noch vorhandenen Verbindung von Hitler und Autobahn ablesen läßt.²² Die Einbettung in die 'großartige' und 'ewige' Natur ist ein Motiv, das geblieben ist. Beispiel dazu die BWM-Werbung in "Die Zeit" (Herbst 1985): Ein BMW auf einem Gebirgsweg, in einer majestätischen Gebirgsszene, die einem Gemälde von Caspar David Friedrich nahekommt (z.B. "Riesengebirge", Bayerische Staatsgalerie München). Dazu die Größenphantasie mit riesigen Lettern gesetzt: "Die Beherrschung im Grenzbereich"...

Alltägliches Glück

Technische Größe und ewige Größe, abzulesen am Auto in der schönen, harmonischen, gewaltigen Natur sind ein Thema, das auch der Ergänzung durch das alltägliche Glück bedarf. Was ist geeigneter, als die Familie in Harmonie mit Auto und Kindern zu zeigen! Dieses Thema steht am Anfang des "Zeitmagazins" (27.12.1985) zum "100. Geburtstag des Automobils": zwei Familienfotos mit Autos, Vater, Mutter, Junge und Mädchen. Ein Foto von der Jahrhundertwende zeigt dazu noch eine weibliche Figur, Tante oder Gouvernante, die auf die Kinder aufpaßt, während die sportlichen Eltern im offenen Wagen sich von den Kindern verabschieden. 'Heute' sitzen die Kinder im Riesenspielzeug Auto, mit strahlenden Eltern, die zuschauen. Bei einer Werbung zu einem Hispano-Suiza aus den zwanziger Jahren taucht ebenfalls eine Abschiedsszene auf: elegante Welt mit Schloß, modisch-dynamisch arrivierte Menschen; Mädchen und Jungen mit Hund bei Abschied am Auto.²³

Archaischer Kampf

Das Auto gibt technisch vermittelte riesige Kräfte, die die archaischen Kampfphantasien knapp neben die Realität 'stellen'; die Grenze zwischen Realität und Phantasie verwischt sich. Das Leben ist wieder der sinnliche Kampf ums Überleben, um Stärke und Schläue, um Weib und Kind, mit dem gepanzerten Blech der Ritter und mit gigantischer Pferdestärke. So beginnt der Autosport mit mörderischen Rennen. Der Blutzoll hat sich vom Rennen

²²R. Stommer, a.a.O., S. 49ff.

²³D.B. Tubbs, a.a.O., S. 59.

in den Alltag verlagert. Bliersbach u.a. haben hierzu Handlungsstrategien zeitgenössischer Autofahrer beschrieben²⁴: Die "Fahrform des Thrill", die "Angst, sich auf Riskantes einzulassen", vermischt mit der "Lust am Durchstehen der Angst" oder aggressiven Kampfsituationen archetypischer Natur: "Ein Autofahrer, der gerade überholt ... bemerkt im Rückspiegel einen Verkehrsteilnehmer, der sich lichthupend nähert ... die Mehrzahl der Autofahrer erlebt ein solches Ansinnen als empörende Kränkung über die Ungerechtigkeit, daß ihnen ihr Recht zum Überholen bestritten wird. Hinzu kommt ihre Wut darüber, dem lichthupenden Autofahrer, der von hinten drängt, ausgeliefert zu sein. Ohnmächtige Wut nährt den Wunsch zurückzuschlagen. Die meisten Autofahrer reagieren mit offenen oder verdeckten Revanche-Taktiken, aufs Bremspedal tippen, das Licht einschalten" usw.

- Entsinnlichung und Egalisierung exzessiver Phantasie

Die Aggressionsmöglichkeiten mit dem Auto schränken sich jedoch langsam aber merklich ein. So sinkt die Zahl tödlicher Unfälle in den letzten Jahren deutlich. Was steht dahinter? Sicher nicht autofahrerische Vernunft oder verkehrspädagogischer Erfolg. Es sind Folgen von Beschränkungen und Kontrollen: zum Beispiel der Zwang, Sicherheitsgurte anzulegen; Strafdrohungen (mehr als die Hälfte deutscher Verbrechen und Vergehen haben mit dem Auto zu tun); Geschwindigkeitsbegrenzungen; zunehmende Verkehrsbeschränkungen durch Überlastung der Straßen usw. Das läuft auf den von Elias beschriebenen Zivilisationsprozeß hinaus.

Was kommt statt des Kampfes auf der Autobahn, wenn es auch in der Bundesrepublik doch einmal Tempo 100 geben sollte? Hier hat schon die Chance von Film und Fernsehen begonnen. Der Film hat eine ähnliche Erlebniswelt wie der Blick aus dem Autofenster mit einer enormen Fülle von Eindrücken. Aber die Wahrnehmung geht vom Körper weg aufs Auge und aufs Ohr. Dafür gibt es eine Öffnung für extensive und exzessive Phantasiebilder. Je mehr das Autofahren und das Auto beschränkt werden - und die Beschränkung liegt im Konsum- und

²⁴ G. Bliersbach: Warum wir so leicht in Fahrt geraten. Zur Psychopathologie des Autofahrens. In: Psychologie heute 11/19789, S. 24-33; H.J. Berger, G. Bliersbach, R.G. Dellen: Macht und Ohnmacht auf der Autobahn - Dimensionen des Erlebens beim Autofahren, Frankfurt 1973.

Systemcharakter individueller Mobilität - um so mehr steigt der Film im Fernsehen oder als Video in die Lücke ein: Fernsehen ist ein unbegrenztes Medium. Der Rennfahrer wird jetzt zur Camel-Figur auf Rallye-Tour durch Afrika oder zu Sylvester Stallones "Rambo" (Kriegsheld) oder "Rocky" (Sportheld). Schon Hitler unterstützte den Schritt vom Autorennen zum Film. So förderte er Autorennen und ließ 1939 über Caracciola einen Film unter dem Titel "Sieg auf der ganzen Linie" anlaufen. Kampfphantasien, technisch gestylt, erscheinen auf der Leinwand! War das Auto schon ein gewaltiger Schritt in Richtung der Entsinnlichung und Disziplinierung bei gleichzeitiger Ausweitung von Phantasien, so bringt das Fernsehen den Verlust des Körperlichen. Bei jeder dieser Zivilisationsschritte gibt es einen Ausgleich für den Verlust: ausweitende Freiheits-, Luxus-, Sex-, Macht- und Gewaltphantasien. Fernsehen als Bildschirmsystem, dazu gehören jetzt auch Videos, gibt Auge und Ohr im Übermaß, bietet grenzenloses, überschäumendes Phantasieleben, wirft alle Handlungstabus phantasierend über Bord. Die fortschreitende Entsinnlichung im Zivilisationsprozeß geht mit einem ungeahnten Ausmaß an Eindrücken, Erlebnissen und Phantasien einher, die aber zunehmend mehr vorgefabriziert, mehr vorkonstruiert, mehr standardisiert und in Konsum eingebunden ist. Es ist so etwas wie ein Prozeß der Egalisierung exzessiver Phantasie.

Dabei braucht Fernsehen, im Eliasschen Sinne argumentiert, keinen äußeren Zwang oder äußere Notwendigkeit. Ist uns das Auto noch eine unentbehrliche Notwendigkeit, so sitzen wir zwanglos und lustvoll vor dem Bildschirm, von uns willig selbst veranlaßt.