

Vor einiger Zeit (2017) fand ich beim Zahnarzt in "Exklusiv" die beiliegende Automobil-Anzeige. Werbung muss sein - und für Porsche sicher mit anderen Schwerpunkten als für Waschpulver.



Dass Sportwagen (mit & ohne Schummeln) höhere Werte bei Treibstoff und CO2 "erzielen" gehört kollateral sicher dazu. Wenn diese verglichen mit anderen nicht ganz so schlimm sind mag das manche vielleicht trösten, andere sicher nicht. Lifestyle eben. Wird man ebenso wenig ändern können wie Echoblasen in Facebook.

Völlig unakzeptabel fand ich allerdings die Message der "Suche nach dem nächsten Kick": In Zeiten illegaler Autorennen und Piloten, die sich durch Assistenzsysteme von den Gesetzen der Physik entbunden fühlen ein fatales Signal. Der Kick wird leider nicht nur von Profis auf Rennstrecken gesucht, sondern auch von reifebeschränkten Zeitgenossen im normalen Verkehr. Sei es auf der Landstraße "den schaff' ich noch" oder auf der Autobahn "wieso fährt der Arsch nicht rüber". Der "Arsch" kann sich vielfach nicht vorstellen, dass dem Sportfahrzeug auch die kleinere Lücke zum Vorbeifahren reichen würde.

Aber was dann? Vor dem Arsch fährt ja oft noch jemand, manchmal sogar eine längere Kolonne. Und wer käme an der Supermarktkasse auf die Idee mit dem Vordermann den Platz tauschen zu wollen? Auf der Autobahn kommt das vor.

"Die Suche nach dem nächsten Kick" konnte diesem Affen Zucker geben. Um Missverständnisse zu vermeiden: Nicht alle Porsche-Fahrer naschen daran. Aber sehen tun das nicht nur Porsches potentielle Kunden, sondern auch viele davon weit entfernte Zeitgenossen, die in so was eine Bestätigung cooler Träume sehen.

Und eine Verhaltens-Legitimation - auch ohne Porsche. Ein alter GTI tut's manchmal auch.

Natürlich sind Hersteller nicht für jede Situations-Entscheidung ihrer Kunden verantwortlich. Wohl aber dafür, in Botschaften an das Publikum die Grenzen zu beachten, die ein gesellschaftliches Funktionieren beeinträchtigen könnten.

Porsche hat damals auf meine Kritik sehr gut und angemessen reagiert. Das Thema ist aber nicht vom Tisch: Nach wie vor spielen Autohersteller unterschwellig mit solcher "Dynamik". In Klima- und Energiekrise kein guter Zug - auch nicht mit E-Fuel ...