

Wolfgang Meinig (Hrsg.)



Auto-Motive

99

**Standpunkte und Meinungen
von Experten**

Vorträge zu **Aktuellen automobilwirtschaftlichen Fragen**
Sommer- und Wintersemester 1998/99

FAW-Verlag

Bamberg

Quo vadis AvD?

Die künftige Rolle eines Automobilclubs in der mobilen Gesellschaft von morgen.

von

Adalbert H. Lhota

Vorsitzender der Geschäftsführung des Automobilclub von Deutschland AvD

Inhalt

1. Einleitung
2. Die Rolle der Automobilclubs in der Vergangenheit
3. Die Individualgesellschaft als Kulisse für die Rolle des AvD von heute
 - 3.1. Verändertes Konsumentenverhalten verändert auch die Servicepalette der Automobilclubs
 - 3.2. Die Position des AvD zur Telematik als Beispiel für die Funktion der Automobilclubs als Lobby der Autofahrer und der Verkehrssicherheit
4. Entwicklungstendenzen, Struktur und Aufgaben eines Automobilclubs in der mobilen Gesellschaft von morgen
 - 4.1. Zukunftsentwicklung des Verkehrs in Deutschland und Europa
 - 4.2. Die Automobilclubs als kritische Partner der Automobilindustrie
 - 4.3. Die Service Wüste Deutschland – ein fruchtbares Feld für den AvD
 - 4.4. Die Funktion des Automobilclubs als Anwalt der globalen Mobilität

1. Einleitung

Die letzten 100 Jahre sind durch einen stetigen gesellschaftlichen Wechsel gekennzeichnet: Von der Agrar-Gesellschaft über die Industriegesellschaft zur Individual- und Dienstleistungsgesellschaft.

Diese Veränderungen haben sich auch auf den gesamten Automobilsektor niedergeschlagen. War das Auto in seinen Anfängen nur ein Fortbewegungsmittel für Privilegierte, so ist es heute für die gesamte Bevölkerung das Mittel zur Verwirklichung der individuellen Mobilität.

Für den Menschen von heute ist es eine Selbstverständlichkeit, mit dem eigenen Auto immer und überall anzukommen: auf dem täglichen Weg zur Arbeit, während eines Wochenend-Trips oder bei der Urlaubsreise. Bilaterale Abkommen verwischen den Grenzübergang, der mobile Mensch erwartet fast überall die gewohnte Struktur. Doch die individuelle Mobilität führt auch zur zunehmenden Verkehrsdichte, die über kurz oder lang zu einem Verkehrskollaps führen wird, wenn nicht konsensfähige Lösungen gefunden werden. Schnittstelle hierfür sind auch die Automobilclubs, die Verbraucher, Verkehrsnetz und –mittel miteinander verknüpfen.

Die wichtigste Antwort auf die Frage nach der zukünftigen Rolle eines Automobilclubs in der mobilen Gesellschaft von morgen ist deshalb kurzgefaßt: unter Nutzung der wissenschaftlichen Ergebnisse aus Naturwissenschaft, Ingenieur- und Sozialwissenschaft, plausible Reaktionen auf die verkehrspolitischen und verkehrstechnischen Herausforderungen zu formulieren und diese den Nutzern zu vermitteln. Bereits in der Vergangenheit und auch in Zukunft geschah dies auf einem soliden marktwirtschaftlichen Hintergrund unter Wahrung gesellschaftlicher Belange und der Interessen der Mitglieder.

Die Entwicklung der Automobilclubs ist abhängig von den Veränderungen des Verkehrs und den Anforderungen des Marktes und der Gesellschaft.

2. Die Rolle der Automobilclubs in der Vergangenheit

In den Anfängen des Automobils fehlte die heute gewohnte Infrastruktur: Benzin tankte man an der Apotheke, wenn welches da war. Reparaturen erledigte meist der Schmied, wenn er mit diesen neuartigen Vehikeln zurecht kam. Und unterwegs war man auf meistens unbefestigten Straßen, so daß praktisch jede Ausfahrt zu einem

kleinen Abenteuer wurde. Hinzu kam: Wer Reisen wollte, brauchte Empfehlungsschreiben und ein Chauffeur-Dokument. Eine Reise von Nord- nach Süddeutschland führte durch zahllose Länder mit gut bewachten Grenzen und begehrlichen Zöllnern.

Die Gründung der ersten Länder-Automobilclubs im Jahre 1899 und deren Zusammenschluß im Deutschen Automobilclub DAC war eine solche Selbsthilfe-Initiative auf Gegenseitigkeit. Aus dieser Phase des gegenseitigen Hilfs-Übereinkommens kam es dann sukzessive zu einem Wandel zu einer Versicherten-Gemeinschaft.

Mit dem Siegeszug des Automobils wuchsen auch die Aufgaben der Automobilclubs, die ihre Serviceleistungen auf - und ausbauten. Diese Entwicklung bestimmt den Charakter der zweiten Evolutionsphase der Automobilclubs, die für den AvD nach seiner Wiedergründung im Jahre 1948 beginnt. In großen Schritten gewannen die Automobilclubs Mitglieder, denn zunächst brauchte man für Auslandsreisen Triptiks und Carnets des passages, die die Identitäten der Reisenden verbriefen und die Rückführung des Fahrzeuges zum Startort garantieren sollen. Die Hauptdefekte Reifen und Motor zwangen die Clubs zum Aufbau einer Hilfsdienst-Struktur, die zunächst über Dienst-Telefon abgewickelt wurde, bis die Automobilclubs über die Notrufsäulen schneller erreichbar wurden.

Mit der zunehmenden Motorisierung wurde die originäre Pannenhilfe durch touristische Leistungen ersetzt, etwa die klassische Tourenberatung, der Verkauf von Autobahn- Vignetten und der bekannte Schutzbrief. Die Phase der Rückversicherung gegen die allfällige Panne läuft im Zuge des technischen Wandels erst gegen Ende der neunziger Jahre aus.

3. Die Individualgesellschaft als Kulisse für die Rolle des AvD von heute

Ein kleiner Abstecher in die Soziologie zeigt, warum die gesellschaftliche Entwicklung für die Beurteilung der Chancen der Verkehrsentwicklung heute und in der Zukunft sehr wichtig geworden ist. Der Soziologe Ulrich Beck hat eine Individualisierungstheorie aufgestellt, die vom AvD bewußt in den Kontext zum Verkehr gestellt wird. Sie behauptet, die kulturellen Klassenbindungen und -identitäten seien ausgedünnt oder verschwunden. Nach Beck treten die traditionellen Klassenschicht- und Hierarchiemodelle außer Kraft. Die erkämpften sozialen und politischen Rechte führen zu einer Herauslösung aus lebensweltlichen Zusammenhängen und

verweisen den Menschen in der Beschaffung seines Unterhalts auf sich selbst. Resultat ist die bekannte Arbeitsmarktindividualisierung. Wohnung und Arbeit an einem Ort brechen auseinander. Die Mobilitätsforderung des Arbeitsmarktes wirkt inzwischen als Familiengift.¹

Ulrich Beck: "Entweder man ist voll mobil oder in einem Teil der Familie eher behindert immobil mit allen dazugehörigen Nachteilen. Gleichzeitig hat sich der Mensch verändert, er individualisiert sich und seine Bedürfnisse, diese umfassen alle Lebensbereiche. In der Suche nach Selbsterfüllung reisen die Menschen nach Katalog in alle Winkel der Erde, sie zerbrechen die besten Ehen und gehen in rascher Folge immer neue Bindungen ein. Auch als Konsumenten: sie lassen sich umschulen, fasten, therapieren, fragen nach sich selbst, und besessen von dem Ziel der Selbstverwirklichung reißen sie sich ohne Rücksicht aus der Erde heraus, um nachzusehen, ob die Wurzeln auch wirklich gesund sind."

Was hat das mit dem Thema Verkehr zu tun? Ganz einfach: Der Motor der Individualisierung läuft unaufhaltsam, weg vom Großsystem zum Hausgerät, von der Eisenbahn zum Auto, von Theater und Kino zum Fernsehen, von der Wäscherei zur Waschmaschine, vom Großrechner zum Taschencomputer. Sozial, räumlich und zeitlich unabhängig voneinander nutzt der Mensch, was er sich erworben hat, und wozu führt das?

Zu noch mehr Verkehr.

Diese Individualisierung bereitet, so Beck, auch den Boden für bunte, bisher einmalige Schemata, neue sprengende Konflikte, Ideologien und Koalitionen. Zu bestimmten Themen ist Einigung möglich, jedoch keineswegs einheitlich, sondern situations- und personenbezogen – gewachsene Strukturen zerfallen in individuelle Splittergruppen. Für das Massenverkehrsmittel heißt das, nur wenn der kollektive Transport attraktiv individualisiert wird, ist eine Chance für seine Akzeptanz überhaupt gegeben. Denn fast jeder Mensch sieht sich und seine Bedürfnisse im Vordergrund, restriktive Maßnahmen werden deshalb nach der Auffassung des AvD eher zu sozialen Konflikten führen als die Misere bessern. Die Instrumente zur Individualisierung heißen, bessere Information, andere Verkehrsmittel und ein Gesamtverkehrsmanagement, leichtere Nutzung der Verkehrsmittel und andere Instrumente. Vor diesem von Ulrich Beck skizzierten Hintergrund wird klar, warum das Auto einen so hohen Reiz hat. Gerade in den neuen Bundesländern ist dieser Tatbestand sehr deutlich nachweisbar. Beispiel Chemnitz: 1989 wurden noch 122,3 Millionen Fahrgäste im Öffentlichen Personenverkehr gezählt, 1992 war es noch

¹ Vgl. Ulrich Beck "Risikogesellschaft", Frankfurt 1986, S. 127

knapp die Hälfte, nämlich 66,6 Millionen. Alle anderen fahren in der Stadt mit der inzwischen höchsten Autodichte in den neuen Bundesländern mit ihrem Individualverkehrsmittel. Dies gilt erst recht für die Bundesrepublik: Das Straßennetz ist 15-mal länger als die Strecken der Bahn, 83% der Bürger nutzen das Auto, 6% die Bahn überregional, 9% den ÖPNV in der Region und 2% das Flugzeug.

Aufgabe eines Automobilclubs muß es sein, hier informierend und regulierend zu wirken, wenn eine Wandlung möglich werden soll. Das ist kein Öko-Opportunismus, sondern Überlebensgrundlage.

Betroffen ist jeder, auch der, der sich dem Individualverkehr verweigert, denn auch er nimmt am Kreislauf von Waren und Dienstleistungen teil, verursacht Verkehr. Die Kosten der mobilen Gesellschaft dürfen deshalb nicht allein dem Individualverkehr aufgebürdet werden. Neben diesen für die politische Arbeit der Automobilclubs wichtigen Entwicklungen berührt die Individualisierung der Gesellschaft aber vor allem die wirtschaftlichen Grundlagen der Automobilclubs.

3.1. Verändertes Konsumenten-Verhalten verändert auch die Service-Palette der Automobilclubs

Mit dem Streben nach individueller Mobilität geht der Trend zum smart -Shopping² einher, der das individuelle Einkaufsverhalten immer mehr beeinflusst, weil sich immer weniger Verbraucher nach alt hergebrachten Kaufkriterien schablonisieren lassen. Wer heute z.B. in einer Luxus- Boutique einkaufen geht, ist morgen vielleicht Kunde beim Discounter Aldi. Was zählt, ist nicht mehr „Klassendenken“, sondern die Suche nach dem größten individuellen Vorteil.

Dieses individuelle Vorteilsdenken ist zwangsweise auch für die Automobilclubs eine Richtschnur, die mittlerweile von ihren Mitgliedern auch als Vorteilsgemeinschaft gesehen werden. Der Club sollte sie mit adäquaten Angeboten bedienen, wenn er in den Augen seiner Mitglieder nicht an Attraktivität verlieren will.

Die dritte Phase der Autoclub-Entwicklung weist deshalb beim AvD in Richtung Vorteilsgemeinschaft mit jederzeit abrufbaren Angeboten und Dienstleistungen. Die

² smart-shopping als Trend findet wird bestätigt durch die Ergebnisse neuerer Untersuchungen von Werbeagenturen und Werbezeitschriften zum Käuferverhalten. Dem interessierten Leser seien die Studien von Horizont und Absatzwirtschaft besonders empfohlen. Die Hinweise auf smart-shopping verdankt der Autor der Agentur Interpool im Hause des AvD in Frankfurt.

Mitglieder erhalten ein Leistungsscheckheft mit Gutscheinen für technische Inspektionen, die technische Überwachung, aber auch für Tourenberatungen, Rechtsauskünfte, Reiseangebote und vielfältige Sonderkonditionen. Hinzu kommen zusätzliche Angebote, die man heutzutage zur schnellen und einfachen Umsetzung seiner individuellen Mobilitätsansprüche nutzen kann, eine preisgünstige Autoversicherung, die mehr Zusatzleistungen als andere bietet, aber dafür weniger kostet. Oder günstige Pauschalreisen renommierter Veranstalter, die das Clubmitglied mit einem attraktiven Club-Rabatt buchen kann, spezielle Urlaubsangebote, preisgünstige Kreditkarten, clubeigene Handys und anderes mehr. Der Leitgedanke ist Angebote zu schaffen, anstatt Versicherung gegen den seltenen Notfall zu sein.

Diese Art der Nutzung entspricht den allgemeinen Trends zur Erlebnisgesellschaft³ an der Schwelle zum Dritten Jahrtausend und hängt maßgeblich mit den Errungenschaften der elektronischen Kommunikation zusammen. Schlüssel zu allen Angeboten ist rund um die Uhr das Telefon, das mit einer Logistikzentrale verbindet, die sofort die entsprechenden Schritte einleitet.

Regionale oder lokale Geschäftsstellen, in denen das Mitglied seine persönlichen Leistungsansprüche abrufen kann werden deshalb immer mehr an Bedeutung verlieren. Es sei denn, im Zuge strategischer Kooperationen gelänge es, die Geschäftsstellen den Bedürfnissen des lokalen „Geschäftsstellen –Marktes“ angepaßt in Service und Vorteilen durch Komplementär-Angebote oder Dienstleistungen „upzugraden“.

Der allgemeine Siegeszug und damit die Dominanz der mobilen Telekommunikation wird dadurch aber nicht aufzuhalten sein, sondern nur ergänzt.

Heute schon sind die Besitzer eines Handys immer und überall kommunikationsfähig, morgen wird sich dies noch weiter verbessern. Denn mit der Verbindung der Festnetz- mit der Mobilfunk-Telefonie wird eine kommunikative Vernetzung geschaffen, die die Menschen Tag und Nacht erreichbar macht. Unter einer Nummer. Im In- oder Ausland.

Von der ursprünglichen Idee des gegenseitigen Helfens wird nicht mehr viel übrigbleiben. Denn die Autos haben mittlerweile einen technischen Qualitätsstandard erreicht, der das Risiko Panne immer kleiner werden läßt. Und da die Autos immer mehr mit teilweise auch überflüssiger Elektronik ausgestattet werden, die, wenn sie

³ Vgl. Gerhard Schulze, „Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart“, Campus-Verlag Ffm 1995,

einmal ausfällt, vom klassischen Pannenhelfer kaum noch vor Ort beherrschbar ist, wird hier zwangsläufig die originäre Dienstleistung der Pannenhilfe bei den Automobilclubs an Bedeutung verlieren.

Denn was sich früher eventuell noch ganz einfach provisorisch beheben ließ - ein geradezu klassisches Beispiel ist der Ersatz eines gerissenen Keilriemens durch einen Nylonstrumpf – ist heute kaum noch möglich und nur markenspezifisch zu beheben.

In wenigen Jahren wird bei einer Panne die Schadensdiagnose per Satellit ermittelt und die Schadenshilfe automatisch eingeleitet werden können. Schon beim Auslösen eines Airbag geht in Zukunft eine Alarmmeldung über Satellit an die Notfallzentralen der Rettungsdienste und der Polizei. Wer wird in Zukunft noch das Reise-Service-Team seines Clubs anrufen, wenn der Navigationscomputer im Fahrzeug ganz einfach per Sprache den Wagen zum gewünschten Ziel dirigiert, unter Berücksichtigung der Stau und Baustellenlage und auf dem kürzesten Wege?

3.2 Die Position des AvD zur Telematik als Beispiel für die Funktion der Automobilclubs als Lobby der Autofahrer

Die Bewertung der Telematik verdeutlicht exemplarisch die wichtige Rolle der Automobilclubs als Agent der Interessen der Nutzer im Einklang mit Verkehrssicherheit, Recht und Umwelt und darum wird die Position des AvD zur Telematik an dieser Stelle in seiner ganzen Breite ausgeführt.

Die Lösung der vielfältigen Verkehrsprobleme wird von einer Technologie erwartet, die unter der Bezeichnung Telematik derzeit in aller Munde ist. Sie macht jedoch nur Sinn, wenn alle am Verkehrsgeschehen Beteiligten eingebunden werden.

Optimale Bedienbarkeit, möglichst vom Lenkrad aus, und Information ohne Ablenkung vom Verkehrsgeschehen haben dabei nach AvD-Meinung höchste Priorität. Der AvD befürwortet Freisprech-Systeme, sprachgesteuerte Ein- und Ausgabe und ggf. moderne Head-up-Displays direkt im Blickfeld.

Gleichzeitig gilt es zwingend festzuschreiben, daß derartige Medien und Systeme ausschließlich zu Zwecken der Verkehrslenkung, nicht aber für Werbung und allgemeine Informationen eingesetzt werden dürfen. Der Mißbrauch der RDS-Info durch private Rundfunksender verleiht dieser Forderung besonderen Nachdruck.⁴

⁴ Siehe: Leitlinien des Wirtschaftsforums Verkehrstelematik, Bonn 1996

Zu den Aufgaben telematischer Systeme gehören

1. die Entflechtung des Verkehrs,
2. Vernetzung aller Verkehrsträger
3. Verringerung der Umweltbelastung
4. die Erhöhung der Verkehrssicherheit
5. Optimierung der technischen Sicherheit
6. Koordination der Rettungs-, Assistance- und Hilfeleistungen,
7. Fracht- und Flottenmanagement

Die Verkehrsentsflechtung und Vernetzung ist darunter sicher die wichtigste Aufgabe, denn Staus sind umweltpolitisch schädlich und volkswirtschaftlich eine gigantische Energieverschwendung: 14 Milliarden Liter Sprit, so wird geschätzt, verpuffen im stehenden Verkehr – wie der Stau verniedlichend umschrieben wird.

Auch der Zeitverlust schwächt die Wirtschaftskraft mittlerweile nachhaltig. Der vermeintlich schlaue Spruch "Du stehst nicht im Stau, Du bist der Stau" ignoriert die statistischen Tatsachen:

Das überörtliche bundesdeutsche Straßennetz ohne Stadtstraßen umfaßt rund 228.860 Kilometer, auf denen sich 40,5 Millionen Pkw und 3,64 Millionen LKW verteilen müssen.

Geht man von einer durchschnittlichen PKW-Länge von 4m aus ergibt dies allein eine Reihe von 162.000 km Länge, hinzu kommen bei mittlerer LKW-Länge von 8 m rund 29.120 km.

Ohne Transitverkehr wären folglich mindestens 191.120 Straßenkilometer belegt, wenn sich alle Fahrzeuge gleichzeitig bewegen wollten, dies sind 84% des Straßenraums. Rechnet man ein Drittel dieser Zahl als notwendigen Mindestabstand hinzu, würden 254.826 km Bewegungsraum benötigt. Ziel jeder Verkehrslenkung muß es folglich sein, zu erreichen, daß sich so wenig Fahrzeuge wie möglich, aber unter optimaler Besetzung, gleichzeitig bewegen. Das kann nur in einem gesamthaften Ansatz geschehen. Dazu gibt es verschiedene Instrumente:

- Gesellschaftspolitisch:
 - o Entflechtung der Arbeitszeiten
 - o Entflechtung der Urlaubszeiten
 - o Entflechtung der Laden-Öffnungszeiten

- Organisationspolitisch:

- Wirksame Vernetzung aller vorhandenen Verkehrsmittel und Träger
- Und nicht zuletzt technisch, durch Telematik.

Zu allen genannten Instrumenten müssen und werden die Automobilclubs einen qualifizierten Beitrag leisten.

Ein Beispiel verdeutlicht den Zusammenhang:

Anlässlich eines Kongresses in Amsterdam bildeten sich Ende April morgens vor den großen Hotels lange Schlangen von auf ein Taxi Wartenden, obwohl in Sichtweite Straßenbahn und Busse verkehren und das Kongresszentrum und alle Stadtziele mit dem ÖPNV leicht erreichbar sind. Beobachtet wurde, daß sich die meisten Wartenden trotz des Taxinotstandes nicht zu Fahrgemeinschaften zusammenschlossen.

Dies Beispiel zeigt, daß der Mensch in der Individualgesellschaft qualifizierter Anreize bedarf, um sich umzuorientieren und gangbare Alternativen zu suchen. Hier fehlt die Kenntnis des ÖPNV-Systems und der Wille, die Gesamtstruktur des Verkehrsangebotes überhaupt wahrzunehmen. Der Run auf's Taxi ist an allen Flughäfen gang und gäbe, obwohl der Weg in die Stadt, etwa in London, Paris, Brüssel, Amsterdam, Berlin oder München mit der Bahn schneller bewältigt werden kann.

Telematik bietet dank der Beherrschung ungeheurer Datenmengen die Chance, diese Hinderungsgründe in positive Anreize umzumünzen. Dazu gehören, auch wenn erst auf den zweiten Blick sinnvoll, die gesamthafte Verkehrswege-Planung und die gesamthafte Städte und Raumplanung, die eine Verkehrsgestaltung im Hinblick auf die Vermeidung sinnloser Fahrstrecken und den Umstieg auf andere Verkehrsmittel erleichtern. Die neuen gesamthafte telematik-gestützten Mobilitätsprojekte in Ballungsräumen, etwa mobi-chip in Wiesbaden, stadtinfo Köln, mobinet München oder das leider nicht prämierte Leitprojekt Rhein-Ruhr-Wupper in Wuppertal zeigen Wege zur Nutzung der jeweils günstigsten Verkehrsmittel auf.

Die Vielzahl der Projekte zeigt aber auch, daß eine Schnittstellen- und Softwarenorm längst überfällig ist, um Doppel-Entwicklungen, Sackgassen oder gar Boykott-Tendenzen zu vermeiden.

Im Rahmen der Städte- und Raumplanung scheint tatsächlich noch eine begrenzte Verkehrsvermeidung möglich, denn die zunehmende Dezentralisierung von Handels- und Wirtschaftszentren, Stichwort "Grüne Wiese", verursacht vermeidbaren Verkehr.

Die großen Einkaufszentren führen vielfach zu einer Verödung der gewachsenen städtischen Versorgungsstruktur. Den Grundbedarf kann nur der einkaufen, der

bereit ist, zu fahren - zu Lasten der Bewohner im Zentrum und alter und behinderter Menschen mit begrenztem Bewegungsradius.

Auf der anderen Seite müssen sich die Großmärkte trotz der Sogwirkung auf den Einzelhandel weder an der Verkehrserschließung, noch an den Kosten des notwendigen ÖPNV beteiligen, sie profitieren zu Lasten der städtischen Gemeinschaft. Das muß sich ändern.

Bezüglich des notwendigen Güterverkehrs ist es untragbar, daß fast ein Drittel aller LKW-Fahrten Leerfahrten sind, weil die Speditionsunternehmen überwiegend nur für ihre eigenen Kunden fahren wollen. Die vorhandenen Frachtkapazitäten und das Güteraufkommen müssen deshalb miteinander verknüpft werden. Dies erfährt durch die neuen Telematik-Angebote für den Güter-Kraftverkehr greifbare Realisierungschancen.

Nach Erfahrung des AvD, der dieses Frachtmanagement bereits seit 1989 öffentlich fordert, muß jedoch das Speditions-gewerbe überzeugt werden, daß sich der Blick über die eigene Ladebordwand hinaus auch im Bezug auf den europäischen Wettbewerb lohnt. Der erste, der ein überzeugendes zentrales Frachtmanagement präsentiert, kann sich nicht zuletzt dank optimaler Wirtschaftlichkeit einen erheblichen Marktvorsprung sichern. Der positive Effekt auf die Umwelt ist eine begrüßenswerte Nebenwirkung.

Telematik-Geräte sind auch als Pannen- und Unfallmelder geeignet. Gekoppelt mit Zündanlage, Fahrzeug- sowie Airbag-Elektronik gibt der elektronische Kopilot im Zweifelsfall die exakte Position des havarierten oder Verunfallten Fahrzeugs an eine Zentrale weiter. Über Mobilfunk kann sich die Zentrale mit den Fahrzeuginsassen in Verbindung setzen und je nach Lage der Dinge Pannenhilfe, Rettungsdienste und Polizei benachrichtigen. Ist das Fahrzeug zusätzlich mit einem Gerät zur sogenannten On-Board-Diagnose (OBD) ausgerüstet, könnten Defekte an Motor, Antrieb und Elektronik des Fahrzeugs theoretisch bereits in der Leitzentrale exakt lokalisiert und dem Pannenhelfer des AvD übermittelt werden. Fachgerechte Diagnose und Reparatur in kürzester Zeit wären der Zusatznutzen der Telematik.

Den wichtigsten Beitrag könnte die Telematik aber durch den Einsatz einer einheitlichen Fahrkarte mit Eurocheckkarten Qualität zur Vernetzung aller Verkehrsträger leisten und zu einer verbesserten Verkehrsmittelauslastung führen. Die Zahlung könnte heute schon europaweit mittels Eurocheck-Karte direkt erfolgen. Am Automat wird lediglich die Karte eingeführt und das Fahrtziel eingegeben. Als Beleg druckt der Automat analog zur Tankstellenquittung einen

Fahrschein, der Datum, Ort, Fahrtziel, Umsteigepunkte und Preis nennt, also Info-Coupon statt nur Zahlungsbeleg ist. Dieses Verfahren macht obendrein die Verrechnung der Verkehrsträger untereinander einfacher, da der Streckenführung eines Tickets nun personenunabhängig gespeichert wird. Mittelfristig können die Ticket-Automaten sogar in den Verkehrsmitteln installiert werden.

Ein Automobilclub hat die Aufgabe, telematische Systeme aus der Sicht der Verbraucher zu definieren, ohne den Nutzen der Verkehrsleitsysteme zur Unfallverhütung und Verkehrsentsflechtung in Frage zu stellen.

3.2.1 Telematik und Verkehrslenkung

Abseits aller technischen Fragen muß ein Verkehrsleitsystem so konzipiert sein, daß es von den allen Verkehrsteilnehmern akzeptiert und ihm Vertrauen entgegengebracht werden kann. Darum müssen Verkehrsleitsysteme immer richtige Informationen liefern, in der Öffentlichkeit stärker präsentiert und das Verhalten in diesen Streckenabschnitten besonderen Eingang in die Fahrausbildung finden. Insbesondere bei der Symbolverwendung ist auf europaeinheitliche Formen zu achten, um die beachtlichen Erfolge der Verkehrsleitsysteme nicht zu gefährden.

Der ehemalige Verkehrsminister Wissmann nannte die Verkehrsbeeinflussungsanlagen auf Autobahnen erfolgreich und besser als ein generelles Tempolimit. Dem ist zuzustimmen.

Sie warnen vor Unfällen oder Nebel und tragen dazu bei, den Verkehr durch situations- und witterungsabhängige Höchstgeschwindigkeiten flüssig zu halten.⁵ So gibt es einen deutlichen Rückgang der Unfallzahlen um 30 %, schwere Unfälle gingen laut Verkehrsminister Wissmann sogar um 50% zurück.⁶

Die Installation derartiger Anlagen muß genau abgewägt werden, denn satellitengestützte Systeme werden aufwendige Installationen entlang der Straßen zu Gunsten bordeigener Systeme bald überflüssig machen. Die Kosten hierfür trägt dann der jeweilige Nutzer selbst. Die Automobilclubs werden sich für derartige Technik zu sozialverträglichen Preisen einzusetzen haben.

⁵ siehe: BMV-Broschüre "Verkehrsbeeinflussung"

⁶ Pressemeldung BMV vom 17.4.1998

In der Rolle als Anwalt der Nutzer fordert der AvD die sinnvolle Entwicklung von Möglichkeiten der Telematik-Nutzung. In Frage zu stellen sind Systeme, die die Verantwortlichkeit des Fahrers "einschläfern", wegen zu vieler Warnungen nicht ernstgenommen werden und sich dann zur Gefahr verkehren. Gemeint sind Dinge wie der Lane-keeping-support zur Spurhaltung, Traktionswarnung, akustische Abstandswarner, Nebelwarnungen und anderes, was die Industrie in Prototypen und mögliche Anwendungen in einer breiten und nicht bereits im vorhinein zu stark reglementierten Form vielleicht entwickeln muß, um zu neuen Technologien zu kommen.

Sinnvoll ist, was der Fahrer akzeptiert und befolgt: etwa direkte Verkehrshinweise, Staumeldungen oder Navigationshilfen, die Streß abbauen, den Suchverkehr vermindern und die Aufmerksamkeit für den Verkehr erhöhen - also ein guter virtueller Beifahrer, wie er mit Carin und anderen Systemen verfügbar ist.

Dem Nutzer dürfen durchaus weitere Vernetzungen angeboten werden, etwa spezielle Suchkriterien etc. Diese sollten aber nur programmierbar sein, wenn entweder das Fahrzeug steht, oder der Beifahrersitz besetzt ist.

Die Kosten der passiven und interaktiven Telematik müssen den Nutzern transparent gemacht werden, damit das Vertrauen und das Image einer sinnvollen Einrichtung nicht Schaden nimmt. Der Verbraucher darf nicht erst an der hohen Telefonrechnung merken, daß er seine Telematik nutzt.

Schließlich muß auch bedacht werden, ob und wie der Transit nutzungsabhängig in die Kostenerstattung integriert werden soll.

Die Telematik darf nach Ansicht des AvD nicht zu Kontrollzwecken oder gar dem Inkasso von Wegstrecken-Gebühren mißbraucht werden. Andererseits ist eine wahlweise und zusätzliche Verknüpfung mit Flotten-Management -Systemen sinnvoll. Die Gefahr liegt im Versäumnis, die vielfältigen Möglichkeiten der Telematik nicht rechtzeitig durch klare gesetzliche Richtlinien einzugrenzen. Gerade weil eine Messung der Geschwindigkeit zwischen zwei Punkten genauso möglich ist, wie die Feststellung, wann sich ein Fahrzeug wo und wie bewegt hat, werden möglicherweise Begehrlichkeiten geweckt, die in der Zugangsberechtigung mittels Chipkarte gipfeln könnten. Car-Sharing-Projekte wie Mobi-Chip in Wiesbaden oder das Mobilitätskonzept way-flow des hessischen RMV (Rhein-Main-Verkehrsverbund) benennen diese datenschutzrechtlich zweifelhafte Verbindung konkret. Sind die Daten des jeweiligen Fahrers erst einmal in den Kreislauf integriert, wird es schwer, diese Entwicklung wieder zu revidieren. Im Taxigewerbe hat die elektronische Auftragsvergabe und -Überwachung schon zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen geführt.

Genau an dieser Stelle muß auch das sinnvolle Flottenmanagement enden: So schön die volle Transparenz aller fahrzeugrelevanten Daten ist, muß man sich nur noch die Integration eines elektronischen Fahrtenschreibers und eines UDS vorstellen, um dem Fahrer Fesseln anzulegen, deren Lockerung in jedem Fall Versicherungs-, Arbeits-, Ordnungswidrigkeits- oder gar strafrechtliche Folgen haben könnte.

Big Brother darf nicht zum ewigen Beifahrer werden. Es gilt die Navigationshilfen und Verkehrsplanungsdaten unter Wahrung der Anonymität der Verkehrsteilnehmer zu verwenden. Daß sog. Bewegungsprofile erstellt werden können ist bekannt - umso wichtiger ist es, eine derartige Nutzung der Daten an zweifelsfreie gesetzliche Vorgaben zu binden, etwa bei der in England bereits praktizierten Lokalisierung gestohlener Fahrzeuge, oder auch der Fahndungs-Unterstützung im Laufe der Begehung von Straftaten.

Auch hier muß ein Automobilclub klar Position beziehen:

Der Einsatz der Telematik im Fahrzeug darf nicht dazu führen, daß der Autofahrer in die Abhängigkeit eines Piloten von seiner Bordelektronik gerät. Die juristische Verantwortung des Fahrzeugführers, wie sie in der StVO festgeschrieben ist, darf nicht aus dem Bewußtsein der Autofahrer geraten.

3.2.2 Telematik und Verkehrssicherheit

”Kommt es während der Informationsaufnahme im Fahrzeug seitens des Fahrers zur Vernachlässigung der Verkehrsszene, so spricht man von Verkehrsblindzeiten.⁷” Dies bedeutet, daß die Aufmerksamkeit auf die Hauptaufgabe des Fahrens so wenig wie möglich abgelenkt werden darf.

Die moderne Nachrichtentechnik, Sensor- und Fahrzeugelektronik hat dazu geführt, daß im Fahrzeug eine wachsende Fülle von Informationen bereitgestellt wird. Im Pkw können das mehrere Dutzend bis knapp einhundert, im LKW sogar 180 sein. Dazu gehören auch Audio- und Kommunikationseinrichtungen. Durch die Entwicklung der Verkehrsdichte und der damit verbundenen Staubbildung steigt der Wunsch, das Fahrzeug zum Nebenbüro zu machen. Zumal dann, wenn mit Hilfe von PC nicht nur telephoniert, sondern auch korrespondiert werden kann.

⁷ vgl. IT-Sicherheit, Förster 1991, und Bundesanzeiger Jhg. 47 Nr. 85 a aus Mai 1995

Angesichts der anwachsenden Informationsmenge und Komplexität rückt die mögliche Ablenkung des Fahrers zunehmend in den Vordergrund. Bezüglich der geteilten Aufmerksamkeit sind zwei Aspekte bedeutsam:

- die visuelle Ablenkung (z.B. Blick ins Wageninnere) und
- die geistige Überlastung angesichts zu vieler gleichzeitiger Reize, die Reizüberflutung

Folgende Toleranzbereiche erscheinen dem AvD nach ersten wissenschaftlichen Untersuchungen⁸ als vorläufige Gestaltungsempfehlung akzeptabel:

Einzelne Blicke von max. 1,2 sek. Dauer bis zu max. drei Blicken pro Informationseinheit. Für tolerabel halten Wissenschaftler nach Feldversuchen drei bis max. vier Blicke von je 1,2 Sekunden bis 2,0 Sek. Dauer und inakzeptabel sind mehr als vier Blicke pro Informationseinheit und Blickabwendungen von länger als 2 Sekunden.

Die Begründung ist überzeugend:

Die Versuche der BAST⁹ stellten einen meßbaren Zusammenhang zwischen Blickabwendung und Fehlern in der Spurhaltung fest, weil offensichtlich bei Blickabwendungen auch Körpereinflüsse auf die Lenkung stattfinden. Bei 100 km/h bedeuten 2 Sekunden einen Weg von 55,4 Metern, bei 1,2 Sekunden sind es immer noch 33,24 m. BAST-Tests haben für moderne Leitsysteme Verkehrsblindzeiten von bis zu 8 Sekunden ermittelt - diese 221,6 m bei Tempo 100 und 110,8 m bei 50 km/h ohne Blickkontakt in den Verkehr sind lebensgefährlicher Leichtsinn!

Deshalb darf der Einsatz der Telematik auf gar keinen Fall auf visuelle Hinweise reduziert werden und es darf zu keiner Überforderung mit einer deutlichen Erhöhung von Verkehrsblindzeiten kommen. Eine akustische Information ist aber nur dann hilfreich, wenn andere akustische Reize gleichzeitig ausgeblendet werden. Head-up-Displays, d.h. Einblendungen ins Sichtfeld, scheinen unerlässlich - ebenfalls ein wichtiger Auftrag an die Automobilclubs.

Telematik hat eine sehr begrenzte Aufgabe, die keinesfalls sämtliche Verkehrsprobleme der modernen Gesellschaft lösen kann. Zielgerichtet eingesetzt kann sie als Navigationshilfe und Datenbeschaffungsinstrument dienen und obendrein mehr Planungssicherheit bei allen Verantwortlichen und Verkehrsträgern schaffen. Der AvD ist selbst in diese Entwicklung involviert, er unterstützt im Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Pannen- und Unfallhilfe e.V die Erweiterung des bisherigen Notrufsystemes zu einem modernen Verkehrsleitsystem.

⁸ siehe BSI 1994, Expertise zur Mensch-Maschine-Schnittstelle (Reker 1993)

⁹ Bundesanzeiger Jg. 47 Nr. 85, Mai 1995 S. 52 ff

Abseits aller technischen Fragen muß auch die Frage nach der sozialen Akzeptanz der Verkehrsleitsystem beantwortet werden und es muß bei der Nutzung der passiven und interaktiven elektronischen Infomedien sichergestellt sein , daß die Technik und Handhabung der Geräte auf der Straße und im Fahrzeug allen Verkehrsteilnehmern erlaubt, sich daran zu gewöhnen und sie ohne Ablenkung der Konzentration benutzt werden können.

Die Telematik darf nicht dazu führen, daß Monopole entstehen oder Vormachtstellungen wettbewerbsrechtlich bedenklich ausgebaut werden. Es ist sicherzustellen, daß die Vergabe entsprechender Lizenzen allgemein ausgeschrieben und öffentlich entschieden wird. Außerdem muß der Zugang zu den aktuellen Kerndaten des Verkehrs sowohl im Hinblick auf die Zulieferung von Daten, als auch bezüglich des Empfanges allen anerkannten Institutionen und Organisationen offen stehen.

Grundsätzlich bedenklich ist es nach Ansicht des AvD, wenn das in vielen Kampagnen gewonnene Verständnis für das Miteinander im Verkehr, z.B. die Kampagne der deutschen Verkehrswacht "Hallo Partner – danke schön", durch die Telematik gefährdet wird. Die BAST hat auch diese Gefahr in einer Studie¹⁰ vom Januar 1998 bestätigt in der es heißt:

"Durch die Telematik ändert der Fahrer sein Kommunikationsverhalten (er kommuniziert z.B. nicht mehr so oft mit anderen Verkehrsteilnehmern, um eine Situation abzuklären)", und "der Fahrer sichert nicht mehr so oft gegenüber schwächeren Verkehrsteilnehmern" und "viele Fahrer fahren deshalb immer am Limit."

Der AvD hält die vorausschauende und kommunikativ auf Rücksicht angelegte Fahrweise zur Unfallverhütung und zur Dämpfung der Aggressionspotentiale für zu wichtig, als daß sie der modernen Technik geopfert werden darf. Er wird deshalb jede Nutzung der Telematik ablehnen, die zu einer veränderten Kommunikation unter den Verkehrsteilnehmern zum Nachteil der Verkehrssicherheit führt.

4. Entwicklungstendenzen, Struktur und Aufgaben eines Automobilclubs in der mobilen Gesellschaft von morgen

Die Mobilität der Zukunft wird stark geprägt sein von einem Sog, der durch die weltweite elektronische Kommunikation ausgelöst worden ist. Der geweckte Bedarf

¹⁰ Berichte der BAST, Heft M 84 vom Jan. 1998, S. 120 ff., Christine Chaloupka, Ralf Risser, Alexandra Antoniadis, Ursula Lehna und Michael Praschel.

oder die Suggestion von Bedarf erzeugt Mobilität, die analog zur Verfügbarkeit der Kommunikation sehr schnell umgesetzt werden will - "Don't dream it - drive it" (Jaguar). Die Steuerung dieses Mobilitätsbedürfnisses ist angesichts der tief verwurzelten Individualgesellschaft nur durch Anreize und Vorteile, nicht aber Restriktionen möglich. Darin liegt das Grundproblem der Akzeptanz des kollektiven öffentlichen Personenverkehrs: Wird er erzwungen und nicht als gesellschaftlich akzeptierte oder gar renommierte Wahl empfunden, folgt strikte Ablehnung. Beispiel Fliegen: Der Flugverkehr ist erstrebenswert, weil renommiert, der Stadtbuss verpönt, weil deklassiert.

Auch für einen Automobilclub muß jegliche Clubpädagogik so aufgebaut werden, daß Sicherheitstraining, ökologisches Fahren, Verkehrsmittelwahl oder Gestaltung der Zukunft Erlebnischarakter haben.

Dies betrifft nicht nur Deutschland, sondern ist ein globales Problem, das in anderen Ländern und Kontinenten lediglich zeitlich verschoben auftritt.

Ein anderer Ansatz versucht, die Verkehrsproblematik durch Bewußtmachung der Gesamt-Kostenabhängigkeiten und marktwirtschaftlicher Zusammenhänge lenkbar zu gestalten.

Einerseits ist Personenverkehr zwar eine öffentliche Aufgabe, andererseits sind die Privatisierungsbemühungen in allen Sparten im Gespräch. Der ÖPNV braucht neue Finanzierungs-Konzepte, die von eigens bestellten Verkehrs-Managern auch mittels Sponsorship und Franchise-Modellen zu erschließen sind und die herkömmliche Finanzierung ergänzen.

Denkbar sind von Job-Tickets, über Veranstalter-Tickets, Verrechnungen bei Einkäufen, gesponsorte Linien, Wagen, Busse, Haltestellen etc. bis hin zu Beteiligungsmodellen viele Varianten:

- Haltestellen könnten je nach Frequentierung außer durch Werbeflächen auch durch Warenautomaten oder Verkaufsstellen mitfinanziert werden. Auch die Ausstattung der Haltepunkte könnte durch Stiftungen und Sponsorships vorgenommen werden.
- Großveranstaltungen und Messen müssen den ÖPNV im Eintrittspreis zwingend integrieren. Motto: Wer Verkehr auslöst, um wirtschaftlichen Nutzen daraus zu ziehen, muß die Kosten tragen.
- Ausweisungen gewerblicher und privater Baugebiete muß an eine Verkehrserschließungsabgabe gekoppelt werden - Haltestellen,

Verkehrsflächen, Parkplätze werden somit privat von den Nutznießern des Verkehrs finanziert.

- Beteiligungs-Modelle an Verkehrsinvestitionen mit entsprechenden Steuervorteilen müssen erarbeitet werden, Motto: Investieren in eine mobile Zukunft.
- Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel muß steuerlich abzugsfähig werden.
- Groß-Sponsorships, denkbar für einzelne Fahrzeuge, ganze Linien, bestimmte Haltepunkte (etwa Hertie Stachus, Petuelring BMW, Shell Überseering, Quelle Fürth) oder auch im Umfeld von Großereignissen (etwa IAA-Linie, Mercedes-Shuttle, Nivea-Parkplatz, Explorer etc.). Sogar Fernverkehrszüge und ICE können anstatt Lohengrin und Rheingold auch Silberpfeil, Opel-Blitz, Colonia, Explorer o.a. heißen.
- Franchise-Modelle zur Teilprivatisierung.

Darüber hinaus darf nicht vergessen werden, daß der Verkehr der gesamten Bevölkerung großen Nutzen bringt, ganz gleich, ob man selbst unterwegs ist, oder nur am Kreislauf von Waren und Dienstleistungen teilnimmt. Deshalb ist nach AvD-Ansicht ein "Transportpfennig" durchaus denkbar, der, zeitlich begrenzt und in seiner Verwendung zweckgebunden, auf alle Waren erhoben wird.

Der Automobilclub muß sich in Zukunft mit drei Zielkonflikten in der Verkehrspolitik auseinandersetzen. Die organisatorischen Aufgaben eines Automobilclubs werden sich der Erhaltung der Beschäftigung und der Reduzierung der Umweltbelastungen in Zukunft noch stärker widmen. Bereits heute versuchen sie, Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft zu verbinden und das Recht auf individuelle Mobilität zu erhalten.

Der Automobilclub in der reflexiven Moderne steht vor dem Zwang, sich selbst legitimieren zu müssen. Folgende Definition einer Verantwortungsethik nach Walther Zimmerli könnte handlungsleitend für den AvD als Vermittlungsauftrag formuliert werden:

"Wer auch immer das Recht beansprucht, zu gehen, wohin er oder sie möchte, ist durch eben diesen Anspruch zugleich verpflichtet, soviel Wissen wie irgend möglich darüber zu sammeln, wer durch die Ausübung dieses Rechtes in seinen entsprechenden Rechten eingeschränkt wird und welche negativen Folgen damit verknüpft sein mögen."¹¹

¹¹ Vgl. Spektrum der Wissenschaft, Dossier Verkehr und Auto, "Verkehrssysteme unser Schicksal", Walther Zimmerli, S. 103.

Das bei Zimmerli nicht erwähnte „Wie“ und „Wann“ der Mobilität macht die besondere Problematik des Verkehrs in einer „riskanten“ Individualgesellschaft aus.

Risikofeststellungen und –beschreibungen (z.B.. „Fahren mit hoher Geschwindigkeit innerhalb geschlossener Ortschaften erhöht die Unfallgefahr!“), hat der Soziologe Ulrich Beck untersucht.

„Risikofeststellungen sind eine noch unerkannte, unentwickelte Symbiose von Natur und Geisteswissenschaft, von Alltags- und Expertenrationalität, von Interesse und Tatsache. Sie sind gleichzeitig weder nur das eine noch das andere. Sie sind beides und zwar in neuer Form. Sie können nicht mehr spezialisiert von dem einen oder anderen isoliert und an den eigenen Rationalitätsstandards entwickelt und fixiert werden. Sie setzen ein Zusammenwirken über die Gräben von Disziplinen, Bürgergruppen, Betrieben, Verwaltung und Politik voraus oder – was wahrscheinlicher ist - zerbrechen zwischen diesen in gegensätzliche Definitionen und Definitionskämpfe.“¹²

Weiter schreibt Ulrich Beck, daß in Risikodefinitionen das Rationalitätsmonopol der Wissenschaften „gebrochen“ werde. „Es gibt immer konkurrierende und konflikthafte Ansprüche, Interessen und Gesichtspunkte der verschiedenen Modernisierungsakteure und Betroffenengruppen, die in Risikodefinitionen im Sinne von Ursache und Wirkung, Urheber und Geschädigten zusammengezwungen werden“.

Innerhalb dieses Meinungskampfes stehen Organisationen wie der AvD als Vermittler und Interessenvertretung zwischen allen am Verkehrsgeschehen beteiligten öffentlichen und privaten Organisationen als Informationsagentur und Kommunikationsgestalter zur Verfügung - vielleicht stehe ich als Nicht-Wissenschaftler deshalb trotzdem heute hier.

Diese Funktion erfordert ein verstärktes eigenes Engagement in allen Fragen der Mobilität. Der AvD hat etwa ein Gesamtverkehrskonzept als Positionspapier entwickelt, das er ständig aktualisiert und kommuniziert, desgleichen ein A bis Z aller verkehrsrelevanten Positionen. Dabei muß der AvD sowohl selbst Informationen generieren und in den Medien positionieren, als auch auf Berichte der Medien reagieren.

Stefan Rommerskirchen von der Prognos AG, definiert die mögliche politische Rolle des AvD wie folgt:

Das strategische Ziel und die Aufgabe des AvD sollte sein, „als neues, integriertes Mobilitätsdienstleistungsunternehmen über intermodale Mobilitätskonzepte zu

¹² Vgl. Beck, Ulrich, „Risikogesellschaft“, Suhrkamp Frankfurt 1986, S. 38

informieren. Der AvD hat ein integriertes Verständnis für intermodale Verkehrskonzepte zu entwickeln und dies mit seiner Dienstleistungsorientierung umzusetzen.”

Das klassische Service und Leistungs- Angebot eines Automobilclubs wird sich erneut ändern. Immer mehr an Bedeutung gewinnen wird die politische Einflußnahme über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und der Verbraucherschutz werden. Die Automobilclubs agieren als Partei und Interessensvertretung der automobilen Gesellschaft. Sie kämpfen schon heute für ihr Klientel gegen die autofeindliche Tendenz der Politik in Städten und Kommunen. Sie erheben ihre Stimme bei der Entwicklung der Verkehrswege und entwickeln eigene Vorstellungen in der Verkehrsdiskussion in den Kreisen der Fachöffentlichkeit. Die vielfältigen politischen und gesellschaftlichen Aufgaben ergeben sich aus dem Verkehrsszenario der nächsten zwanzig Jahre.

4.1 Die Ausgangslage und die Entwicklung des Verkehrs in Deutschland und Europa

Alle Verkehrsexperten sind sich darüber im klaren, daß seit den 80-er Jahren die Schere zwischen der Verkehrsentwicklung und den von der Politik bereitgestellten Mitteln immer weiter auseinanderklafft.

Die Infrastruktur - das Fernstraßennetz, das Schienennetz, die Wasserstraßen, Flughäfen und Flugsicherung sind der Entwicklung des Personen und Güterverkehrs bei weitem nicht mehr gewachsen. Das hat im westlichen Teil Deutschlands vor allem folgende Gründe:

Personen und Güterverkehr nahmen wesentlich rascher zu, als jene Prognosen unterstellten, die der Bund für seine Verkehrswegeplanung angefordert hatte.

Unterschätzt wurde besonders der Anstieg des Individualverkehrs auf der Straße und der des Luftverkehrs. Dem von der Entwicklung des Verkehrs ausgelösten Ausbaubedarf Rechnung zu tragen, galt und gilt nicht als vorrangiges Ziel der Bundesverkehrswegeplanung. Für den Bereich der Bundesfernstraßen ergab sich auch als Folge dieser Einstellung eine Planung, die von vornherein als nicht bedarfsgerecht angesehen werden mußte.

Erstaunlich ist, daß der Verkehr auf dem annähernden Straßennetz von 1975 trotzdem noch nicht zum Erliegen gekommen ist. Die Verkehrsmengen der Zukunft hat keine Verkehrswegeplanung bis jetzt einkalkulieren können.

Gängig ist die Forderung nach Verlagerung des Güterverkehrs auf die Schiene, es wird aber nicht gesagt, welcher Güterverkehr. Der Güternah- und Verteilerverkehr kann nicht zweckmäßig auf Schienen rollen, der Fernverkehr müßte vor den Grenzen aufgefangen und umgesetzt werden. Dazu bedarf es logistischer Konzepte, die nicht nur den Transport selbst, sondern vor allem die Behältnisse, die Spediteure und den Warencharakter selbst einplanen. Stichwort: Könnte man nicht Halbfertigwaren im Zug komplettieren und am Ziel fertig ausladen oder wenigstens den Warenbedarf so lange voraus planen, daß Wasserstraße und Schiene auch zeitlich wieder eine Chance haben?

Hier kommt den Automobilclubs die gestalterische und innovative Rolle zu, die sie im Verbraucherinteresse dank Praxiserfahrung den Theorien der vielfach eingefahren denkenden Interessengruppen-Planungen entgegensetzen können.

Das Mißverhältnis zwischen Verkehr und verfügbarem Verkehrsraum wird mangels politischen Konsenses hierzu nicht mehr ausreichend als Aufgabe der staatlichen Infrastrukturpolitik betrachtet. Die Automobilclubs haben zunächst vorrangig die Aufgabe, sich für die Notwendigkeit dieser Belange einzusetzen und den Konsenswillen zu einer Verkehrs-Entwicklungspolitik als gesamtgesellschaftliche Aufgabe zu fördern.¹³

Sowohl in Nord-Süd, als auch in Ost-West Richtung werden sich ohne nennenswerte Einflußmöglichkeiten der Bundespolitik neue Transitverkehrsströme herausbilden, die die Verkehrsnetze der Bundesrepublik benutzen. Besonders im Güterverkehr wird sich die politische Öffnung der östlichen Anrainerstaaten zwingend auswirken.

Im Individualverkehr ist zwischen

- Freizeit- und Urlaubsverkehr sowie
- Berufsverkehr

zu unterscheiden. Während früher die berufliche Nutzung im Vordergrund stand erleben wir heute den Trend zum Freizeit- und Urlaubsverkehr. Während die berufliche Pkw-Nutzung zwischen 1960 und 2010 von 20 Mrd. Personenkilometer auf 125 Mrd. Pkm im Jahr 2000 gewachsen ist und bis 2010 wohl auf 110 Mrd. Pkm zurückgehen wird, sind Urlaubs- und Freizeitverkehr von zunächst 95 Mrd

¹³ Vgl. hierzu: DIHT Verkehrskonzept S. 5 ff.

Personenkilometern in 1960 auf heute 380 Mrd. Pkm gestiegen und werden bis 2010 nach einer DIW und VDA-Schätzung ¹⁴ auf 390 Mrd Personen-km steigen, also das mehr als Dreifache des Berufsverkehrs. Dies weckt Begehrlichkeiten seitens der Politik, die mit Restriktionen im Freizeitverkehr über die Kostenschraube meint, wirksam Abhilfe schaffen zu können. Auch hier ist die Rolle des Automobilclubs als Korrektiv gefragt.

Die Impulse, die von der Vollendung des EG-Binnenmarktes und der Schaffung des europäischen Wirtschaftsraumes zu erwarten sind, erzeugen erheblichen zusätzlichen Verkehr. Die ausgerechnet vom Bundesverkehrsminister postulierte Abkopplung von Wirtschaftswachstum und Verkehrsentwicklung ¹⁵ und die fehlende Bindung an Verkehrsabgaben und -genehmigungsverfahren wird das Mißverhältnis zwischen Aufkommen und Netz weiter verschärfen. Als Beispiel sei hier nur die Post genannt, die Mitte 1996 ihren gesamten Verkehr von der Schiene auf die Straße verlagern durfte, ohne daß darüber eine politische Diskussion oder eine Kritik von den politischen Parteien zu hören war.

Alles zusammen, die mangelnde Verbindung zwischen Wirtschaftswachstum und Verkehrswege-Entwicklung, die fehlende Verantwortung der Politik für die Verkehrsinfrastruktur und die immer noch interessengebundene Planung versetzen Europa aber zunehmend in eine anachronistische Situation:

Auf der einen Seite werden Handelsschranken abgebaut, werden viel politische Energie, wirtschaftlicher Sachverstand und Geld darauf verwandt, die Wirtschaftsbeziehungen europaweit ständig zu vertiefen. Die EG soll sich zum konkurrenzfähigen Binnenmarkt entwickeln. Der Startschuß für den Euro und für eine europaweite Veränderung der Geld - und Warenströme wird im nächsten Jahr erfolgen ohne daß ein vergleichbares Verkehrssystem geschaffen worden ist. Wie soll der europäische Wirtschaftsraum entstehen können, wenn auf der anderen Seite es bis heute an jeder Bemühung fehlt, dieses Europa auch als einen europäischen Verkehrsraum zu begreifen, der auf eine einheitliche Verkehrspolitik angewiesen ist?

Infrastrukturplanung und Finanzierung, Bahn- und Abgabenpolitik im Verkehrsbereich können schon beim heutigen Stand der wirtschaftlichen und sozialen Verflechtung in Europa nicht mehr dem Belieben der einzelnen Staaten überlassen bleiben. Die Automobilclubs können in ihrem Europa- und weltweiten Verbund Konzepte vorschlagen und vorantreiben, die den europäischen Verkehrsraum als unerläßliche Ergänzung der Wirtschafts- und Währungsunion der EU, erst recht aber jenes Raumes festschreiben, wie ihn EU und EFTA-Staaten

¹⁴ siehe o.a. VDA-Studie 1990, S. 13

¹⁵ siehe: "Leitprojekte Mobilität in Ballungsräumen", BMBWFT-Broschüre 1998

bilden wollen. Die EU allein aber kann den Kurs, dies zeigen die Beispiele Österreich und Schweiz, nicht bestimmen. Hier kommt den über die FIA bei der EU akkreditierten Automobilclubs ein wichtiges Mandat zu, das sie bereits heute wahrnehmen.

Der Individual-Verkehr wird universellere und möglicherweise auch stärker zweckgebundene Fahrzeuge einsetzen. Dies wird vor allem im Hinblick auf das Drei-Liter-Auto und Kompakt-Konzepte wie Smart, mit einer Zunahme der Zweit- und Drittwagen verbunden sein. Aus den heute rund 40 Millionen PKW in Deutschland werden bis 2010 trotz Stagnation in einzelnen Segmenten fast 50 Millionen geworden sein. Initiativen zum Car-Sharing werden hier nur begrenzt Abhilfe schaffen. Hinderlich ist dabei auch das emotionale Verhältnis, daß der Mensch zur an sich unpersönlichen Technik aufbaut. So geben 61 % der Autofahrer ihrem Vehikel einen Namen,¹⁶ ähnlich viele personalisieren ihr Auto durch Dekor und Ausstattung.

In einem ersten Schritt werden Umsteige-Angebote in der Peripherie unterbreitet, die vom Kleinwagen über den City-Roller bis hinunter zum Transport-Fahrrad reichen, der vielfach geforderte Schritt der Restriktionen bleibt uns hoffentlich dank intelligenter Vernetzung erspart.

Im öffentlichen Nahverkehr wird eine ferngesteuerte Modultechnik auf der Schiene die Anpassung an das Verkehrsaufkommen und variable Ziele ermöglichen. Das gleiche gilt für den Busverkehr: Analog zum Spurbus (z.B. Essen) rollen variable Einheiten auf eigenen Spurkörpern in Straßenmitte, angetrieben von Hybrid -, Elektro-, aber auch Wasserstofftechnik oder zumindest voll entgifteten Dieselmotoren.

Für alle Verkehrsmittel gilt, daß sie nur in einer untereinander kompatiblen Version mit zentraler Vernetzung erfolgreich operieren werden.

Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt der Automobilclubs sind der Kontakt und der Dialog mit und die kritische Betrachtung des ÖPNV.

Der öffentliche Personenverkehr muß durch schnellere und geräumigere Verkehrsmittel geprägt sein, auch die Deutsche Bahn und der mögliche Transrapid müssen auf die durchgängige Verwendung von Doppelstockwagen umstellen.

¹⁶ vgl. Kulturmagazin Kratz, Nr. 6, 1996, Till Bastian, Oberursel.

Kapazitätserweiterungen sind wegen der stark unterschiedlichen Geschwindigkeiten und der erforderlichen Sicherheitsabstände nur durch intelligentes Bahn-Management mit elektronischer Verkehrslenkung und Großraum-Waggons möglich.

Im Nahverkehr werden automatisch fahrende Modul-Verkehrsmittel eine Rolle spielen, die aber erst einsetzbar sind, wenn endlich die EBO (Eisenbahn-Betriebs-Ordnung) bezüglich der Zulassung leichter Waggons geändert wird.¹⁷

Die Entwicklung des Güterverkehrs im vereinigten Deutschland wird laut VDA¹⁸ in den kommenden zwei Jahrzehnten durch folgende Veränderungen geprägt sein: Die Bahnleistungen werden trotz steigender Bedeutung des Transports hochwertiger Güter in einem stärker ausgebauten kombinierten Verkehr um etwa 4 % zurückgehen, die der Binnenschifffahrt voraussichtlich um ein Siebentel steigen. Die Transportleistungen des Straßen-Güterverkehrs dagegen werden vor allem als Folge des wirtschaftlichen Aufschwunges in den fünf neuen Bundesländern um etwa 40 % zunehmen.

Zwei Aspekte dieser Entwicklung verdienen herausgehoben zu werden:

Der durchschnittl. Jahreszunahme des LKW-Verkehrs in den alten Bundesländern von 1 bis 2 % steht eine rund siebenmal so hohe Steigerungsrate in den neuen Bundesländern gegenüber, der LKW-Verkehr Ost hat sich seit 1990 mehr als verdoppelt. Die Äußerungen von Verkehrsminister Wissmann anl. der VDV-Jahrestagung in Leipzig am 13. Mai 1998 bezüglich einer Verdreifachung des Kombinierten Verkehrs von 30 auf 90 Mio. Tonnen bis 2010 sind politisches Ziel, aber auch Hoffnung, den LKW-Dauerstau in Deutschland doch noch vermeiden zu können.¹⁹

4.2. Die Automobilclubs als kritischer Partner der Automobilindustrie

Neben diesen verkehrspolitischen Aufgaben muß der Automobilclub auf die Konzentrationsprozesse und die Globalisierung der Märkte reagieren.

Die Konzentration der Hersteller auf dem Weltmarkt ist nicht erst seit Daimler/Chrysler und BMW/Rolls-Royce ein Thema. Die ersten Global Player waren die britischen Hersteller, deren Einfluß dank Commonwealth bis nach Indien und

¹⁷ vgl.: EBO Eisenbahn Betriebsordnung und RBO, Reichsbahn-Betriebsordnung, hier Kompatibilität durch vergleichbare Zug- und Drucklasten.

¹⁸ siehe "Überl. Der deutsch. Automobilind. für ein Gesamt-Verkehrskonzept", S. 6 ff, VDA, Frankfurt 1990

¹⁹ BMV-Presseinfo, 0213.doc, Bonn, 13.5.1998

Australien reichte, später folgen GM und Ford und nach dem zweiten Weltkrieg FIAT und VW sowie weitere Hersteller.

Heute hat diese Globalisierung allerdings eine andere Dimension: Sie ist nicht Instrument zur Markterschließung, sondern dient der Verteidigung von Marktpositionen, der Finanzierung der Marktoffensive Asien und China und nicht zuletzt der globalen Erlös- und Kostensteuerung in Abhängigkeit von regionalen fiskalischen Bedingungen.

Die Meinungen über die Anzahl der Global Player gehen auseinander, Übereinstimmung herrscht aber, daß wohl BMW, GM, FIAT, Ford, Daimler-Chrysler und VW, möglicherweise auch Rover ihre Positionen ausbauen können.

FIAT stehen die romanischen Länder nahe, also auch die französischen Marken, kleinere Hersteller nähern sich zunächst größeren an, wie derzeit Volvo und Mitsubishi, Saab und Opel, Jaguar und Ford, bevor sie in jetzt schon erkennbaren Großfusionen aufgehen werden.

Zu den oben genannten Gründen für die angestrebten Fusionen könnte auch der Wunsch nach einer Anpassung an die kommenden Flottenverbrauchsregelungen kommen. Ein entsprechendes Signal hat der europäische Herstellerverband ACEA der EU unterbreitet.²⁰ Verbrauchsintensive Oberklasse-Modelle werden in Spezialmarken ausgelagert, um den Flottenverbrauch der Massenautomobile nicht negativ zu beeinflussen. Unter diesem Aspekt machen die Wiederbelebung von Maybach durch Mercedes und Horch durch VW, das Interesse von BMW für Bentley und die Fusion Ford - Jaguar durchaus Sinn.

Die neuen Marken erfordern ausgeklügelte Marketingstrategien für ihre Positionierung. Daß dies gelingen kann, zeigt die erfolgreiche Vermarktung der identischen Modelle Mitsubishi Carisma und Volvo S 40 / V 40, aber auch die Positionierung von Audi A 3, VW Golf IV, Skoda Octavia und Seat Toledo in unterschiedlichen Zielgruppen. VW wendet sich, so Kommunikationschef Grosche, an die qualitätsbewußte Autokäufer aller Schichten, während Audi eindeutig den individuelleren und sportlicheren Ansatz der DINKS (Double Income No KidS) für seinen A 3 belegen will.

Die Interessen der Verbraucher werden folglich bei wenigen Adressaten zu vertreten sein. Das können nur von den Verbrauchern und der Industrie akzeptierte Interessenvertretungen und dazu zählen auch die Automobilclubs.

²⁰ ACEA, Pischetsrieder, CO2-emission-offer, Brüssel, 16. März 1998

4.3. Die Service Wüste Deutschland – ein fruchtbares Feld für den AvD

Gleichzeitig hat ein Automobilclub aber nur Bestand, wenn er seinen Mitgliedern dauerhaft Vorteile bieten kann, die sonst unerreichbar bleiben - er wandelt sich vom Club zur individuell geprägten Vorteils-Gemeinschaft.

Die Struktur eines Automobilclubs umfaßt die Mitgliedschaftsvarianten

- Individual-Mitglieder
- Korporativclub-Mitglieder
- Kundenclub-Mitglieder und
- Kunden als Nutzer von Ausschnitt-Leistungen aus Industrie-Abkommen.

Sie werden verwaltet vom eingetragenen Verein, der sich für den Wirtschaftsverkehr zahlreicher Wirtschaftsdienste und Gesellschaften bedient. Für alle ist der Automobilclub Informationskatalysator, Assistent und Mitgestalter von individueller Mobilität. Die weiteren Leistungen richten sich nach den jeweiligen Mitgliedschaftsprofilen: Ein Campingclub als Korporativclub wird andere Wünsche haben als ein Oldtimer-Markenclub, für einen Kundenclub mögen Einkaufs-, Reise- und Veranstaltungs-Angebote wichtiger sein, als Pannenhilfe und im Rahmen von Industrie-Abkommen werden Flottenangebote als Assistance-Pakete verabredet.

Die Bedeutung eines Automobilclubs wird sich also nicht verringern, sondern sie ist in Relation zum jeweiligen Kundenkreis neu zu definieren. Er stellt das Bindeglied zwischen Mitglied und autoaffinen Dienstleistungen dar, ist Mittler und Anbieter eines so umfassenden Angebotes, wie es keine Kreditkarte, kein Hersteller und kein Versicherungsunternehmen alleine bieten kann.

Das Konkurrenzumfeld der Automobilclubs hat sich von Versicherungen über die Mobilitäts Garantien der Hersteller auf alle Assistance-Dienstleister erweitert, hinzu kommen die Inhaber der Kommunikationseinrichtungen und Netze, auf deren Struktur die gesamte Assistance abgewickelt wird.

Ein Automobilclub muß deshalb prüfen, ob er nicht bei aller Hinwendung zur reinen Dienstleistung seine originären Vorteile wieder stärker betont,

- die typische Clubbindung als Vorteilsgemeinschaft
- den Verbraucherschutz
- eigenständige Aktionen und Veranstaltungen und
- den gesellschaftlichen und politischen Lobbyismus.

Die Aufgaben hier sind so vielfältig, daß diese auf den ersten Blick unwirtschaftlichen Geschäftsfelder schon bald wichtige Legitimation für die Entscheidung pro Automobilclub sein könnten, vor allem, wenn dessen Angebote mit dem schon angesprochenen Erlebnischarakter verbunden werden. Sie bieten obendrein die Chance zu vielfältigen Kooperationen mit der Wirtschaft und die gerade für Automobilclubs notwendige Diversifikation.

Dabei müssen auch die anderweitig angebotenen Dienstleistungen permanent überprüft werden. Im Hinblick auf die von den Versicherern betriebene Integration des Schutzbriefes in die Haftpflicht-Versicherung kommt den Automobilclubs gemeinsam mit dem Verband der Abschleppunternehmen und einigen wenigen Assisteuren die Aufgabe zu, die Leistung vor Ort qualifiziert zu erbringen, denn eigene Flotten können von den Versicherern nur mit unwirtschaftlich hohem Aufwand betrieben werden.

Die Nutzer der neuen Regelung werden jene sozial schwächer gestellten Autofahrer sein, die ihre Pannenhilfe bislang mangels Mitgliedschaft in jedweder Schutzgemeinschaft überwiegend in Eigenhilfe mit Familie und Freunden organisiert haben.

Unter diesen Umständen muß die Hilfe so rationell organisiert werden, daß der Deckungsbeitrag von lediglich 13. - bis 16. - DM pro Versicherten angesichts von durchschnittlichen Pannenhilfskosten von 150. -DM je Fall überhaupt ausreichend ist. Dazu kommen nach dem derzeitigen Stand nur schon bestehende Strukturen in Frage.

Die Nutzung der bestehenden internationalen Assistance- und Kommunikationsnetzwerke der Automobilclubs für allgemeine Dienstleistungen wird ganz neue Geschäftsfelder erschließen. Ob Call-Center-Aufgaben, Kunden- und Service-Management oder die Vermittlung von Vorteilsangeboten aller Art bis hin zur Durchführung von Aktionen, Incentives und Agenturaufgaben - die Automobilclubs haben ein Potential, das für fast jede Branche eines Wirtschafts- und Gesellschaftssystems interessant ist.

Gefragt ist aktuelles Marktmanagement, daß kurzfristig auf alle Veränderungen des Marktes – oder besser, der Marktsegmente, in denen z.B. der AvD aktiv ist, reagieren kann, um somit die sich bietenden Geschäftschancen ausnutzen bzw. die kurzfristig auftauchenden Geschäftsrisiken reduzieren zu können. Dazu bedarf es - neben der entsprechenden modernen Hard - und Software – vor allem eines engagierten und kundenorientierten Personals, das die Idee des individuellen Service als existentielle

Aufgabe betrachtet, diese Haltung lebt und in jedem Kontakt mit den Kunden umsetzt und ausstrahlt. Festgelegte Unternehmensstrukturen, begrenzte Servicezeiten und inflexible, muffelige Mitarbeiter sind „out“.

In ist ein kundenorientiertes Denken und Handeln in kleinen Serviceeinheiten, die selbständig und eigenverantwortlich die eingehenden Arbeiten erledigen. Kundenclubs schießen wie die Pilze aus dem Boden und Kunden- Karten Konzepte erleben einen Boom.

Hier kommen die Automobilclubs als zum einen neutrale Instanzen, die der Kunde schon lange kennt und denen seit Generationen vertraut wird zu neuen Marktchancen. Und zwar diejenigen, die es geschafft haben, ihre mitgliederorientierte Service- Struktur zu modernisieren und zu flexibilisieren. Nur dann können sie aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung im Rund- um die Uhr- Mitgliederservice, ihrer eingespielten Service –Logistik und ihrer speziellen, an der individuellen Mobilität orientierten Servicepalette jeden Kundenservice mit einem einmaligen Service Mehrwert ausstatten und damit am Markt erfolgreicher als andere sein. Denn auch im Servicemarketing herrscht ein harter Wettbewerb um die Gunst und Treue der Kunden. Und nur derjenige wird darin bestehen, der seinen Kunden einen wertvollen Zusatz Benefit bieten kann. Der Kunde will nämlich auch in Zukunft möglichst von einem Service- Provider mit gutem Service und Kompetenz- Image bedient werden, dem es gelungen ist interessierte Partner aus Industrie- und Wirtschaft für kurzfristige –besser aber noch langfristige Kooperationen zu gewinnen. Dieses Service- Menü kann dann das individuelle unternehmensindividuelle Service – Konzept des Kunden abrunden oder optimal ergänzen.

4.4. Die Funktion des Automobilclubs als Anwalt der globalen Mobilität

Die weltweite Gefährdung der individuellen und kollektiven Mobilität ist zwar mittlerweile von Experten, einzelnen Politikern und Organisationen erkannt worden, es fehlt aber an einer politischen Instanz, die dieses gruppenübergreifende Globalrisiko bearbeiten könnte.

„Ebenso wie die Menschen im 19.Jahrhundert lernen mußten, sich bei Strafe des ökonomischen Untergangs den Bedingungen der Industriegesellschaft und Lohnarbeit zu unterwerfen – ebenso müssen sie auch heute und in Zukunft unter der Knute der zivilisatorischen Apokalypse lernen, sich an einen Tisch zu setzen und

über alle Grenzen hinweg Lösungen für die selbstverschuldeten Gefährdungen zu finden und durchzusetzen.“²¹

Hier kommt den weltweiten Automobilcluborganisationen FIA und AIT eine bisher nur rudimentär erfüllte Aufgabe zu. Das weltweite Problem der Erhaltung der Mobilität kollidiert mit nationalstaatlichen Egoismen und den vorherrschenden innergesellschaftlichen Partei- und Interessenorganisationen der Industriegesellschaften. Es ist offenkundig, daß trotz wachsender Gefährdungen der Mobilität eine präventive Verkehrsweltpolitik noch nicht einmal in Ansätzen vorhanden ist.

Die globalen Probleme - hier das Risiko des Verkehrskollapses - sind bisher wie der Igel dem Hasen immer ein Stück voraus. Die Organisationen hecheln unter Hochdruck hinterher.

Mögliche Gründe dafür: Solche Mammutgefahren wie der Verkehrskollaps lassen sich anscheinend leicht verdrängen. Dafür sind alle und damit auch gleichzeitig niemand mehr zuständig.

Der Automobilclub von Deutschland wird in Zukunft in seiner alltäglichen Arbeit noch stärker die offenkundige gesellschaftliche Lethargie des sich nicht zuständig Fühlens zu Gunsten eines gesellschaftsverträglichen Verkehrs-Konsenses bekämpfen. Er wird die Frage der Erhaltung der individuellen und der kollektiven Mobilität auf die globale Tagesordnung setzen und seinen Mitgliedern und Kunden Angebote machen, die im Einklang mit der gesamthaften Strategie stehen. Dies wird ihm um so leichter gelingen, wenn er gleichzeitig die wirtschaftliche Basis und die gesellschaftliche Akzeptanz zur Durchführung seiner vielfältigen Aufgaben vorweisen kann.

²¹ vgl. Ulrich Beck, Risikogesellschaft, S. 64