

Prüfung intra- und transkulturelle Kommunikation

Termin: Mai 2014

Der Ausgangstext ist ein Interview mit dem Verkehrspsychologen Bernhard Schlag über das neue, als „Carsharing“ bezeichnete Phänomen, dass immer mehr Menschen kein eigenes Auto besitzen wollen, sondern Autos gemeinschaftlich nutzen. Das Interview wurde von Jessica Braun am 22. April 2014 geführt und ist auf *Zeit Online* erschienen.

Bearbeiten Sie die folgenden Aufträge auf Basis der Informationen des Ausgangstextes. Achten Sie auf eine adäquate Textgestaltung in Hinblick auf Textsorte, Zielpublikum, Verwendungszweck usw. der Zieltexte.

Auftrag 1 – Textproduktion A-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

In einem qualitätvollen Öko-Magazin eines Landes Ihrer A-Sprache/-Kultur wird in der Rubrik „Aktuelle Trends“ über gesellschaftliche Entwicklungen in Bezug auf wichtige ökologische Ziele, z. B. die Reduktion von Kohlendioxid, berichtet. Schreiben Sie auf Basis der Informationen im Ausgangstext einen kurzen Artikel zu Carsharing und Ökologie. Achten Sie auf eine ausgewogene Darstellung.

Auftrag 2 – Textproduktion B-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Bernhard Schlag, der die Sprache Ihrer B-Kultur/en spricht, wird von einer Radiostation eines Landes Ihrer B-Sprache/-Kultur eingeladen, in einer Radiosendereihe, die sich mit Psychologie im Alltag befasst, zu sprechen. Schreiben Sie auf Basis der Informationen im Ausgangstext einen Beitrag für das Programmheft des Radiosenders, der dem Publikum das Thema schmackhaft machen soll, und finden Sie einen Titel für die Sendung.

Auftrag 3 – Textproduktion C-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Sie sind Mitglied einer BürgerInneninitiative in einer Kleinstadt eines Landes Ihrer C-Sprache/-Kultur, die für das Einführen eines Carsharing-Modells eintritt. Sie sammeln Unterstützungserklärungen, um die politischen VertreterInnen zur Lancierung eines solchen Projektes anzuregen. Verfassen Sie basierend auf den Informationen des Ausgangstexts einen Rundbrief an die BewohnerInnen Ihrer Kleinstadt, in dem Sie den Carsharing-Boom kurz umreißen und insbesondere die Vorteile von Carsharing hervorstreichen.

Ausgangstext (826 Wörter):

CARSHARING

„Unsere Beziehung zum Auto wird rationaler“

Die Zahl der Carsharing-Nutzer wächst ständig. Pflegen der Deutsche und sein Auto nun eine eher offene Beziehung? Nein, sagt der Verkehrspsychologe Bernhard Schlag.

ZEIT ONLINE: Herr Schlag, ist die Beziehung der Deutschen zu ihren Fahrzeugen wirklich so emotional, wie das oft dargestellt wird?

Bernhard Schlag: Nicht mehr. Die jüngere Generation scheint einen rationaleren, vernunftbetonen Zugang zum Auto und auch zum Motorrad zu entwickeln. Die Transportfunktion steht im Mittelpunkt. Statusdenken und persönliche Entwicklung sind nicht mehr so eng mit dem Kraftfahrzeug verknüpft. Diese Entwicklung zeichnet sich aber vor allem in den Städten ab. Auf dem Land hat sich der Trend noch nicht durchgesetzt.

ZEIT ONLINE: Es scheint, als würde sich die Liebe der Deutschen zum Auto in eine offene Beziehung verwandeln. In den neunziger Jahren waren es hierzulande rund 10.000 Menschen, die Carsharing nutzten. Laut dem Bundesverband Carsharing sind es mittlerweile 757.000. Ein Anzeichen für eine Beziehungskrise?

Schlag: Ein Anzeichen dafür, dass die Beziehung – hoffentlich – ein wenig nüchterner geworden ist. Wenn Menschen ihr Auto nicht mehr besitzen wollen, scheinen sie es auch nicht mehr so dringend zu brauchen, um sich von anderen abzugrenzen. Ein Auto, das mehreren gehört, eignet sich ja nur bedingt, um Unterschiede zu betonen. Auch, weil es nicht ständig verfügbar ist. Trotz der starken Wachstumsraten ist die Zahl der Carsharing-Nutzer angesichts der über 40 Millionen privaten Pkw auf deutschen Straßen aber immer noch gering.

ZEIT ONLINE: Carsharing wächst in Deutschland vor allem kräftig, seit mit car2go von Daimler und DriveNow von BMW zwei Autohersteller in das Geschäft eingestiegen sind. Warum engagieren sich Autohersteller überhaupt bei Carsharing?

Schlag: Sie reagieren damit auf den Trend – allerdings nur in den großen Städten. In kleineren Städten, wo die Nachfrage geringer ist, zeigen die Hersteller bisher wenig Interesse daran.

ZEIT ONLINE: Geht es den Autoproduzenten wirklich darum, nachhaltige Mobilität zu fördern?

Schlag: Es geht ihnen in erster Linie um Erlöse. Die deutschen Autohersteller sind eine treibende Kraft auf dem Carsharing-Markt. Ob sie das tun, weil sie hoffen, mit dem Dienst in Zukunft Geld zu verdienen, oder ob sie den Nutzern nur die eigenen Modelle schmackhaft machen möchten, ist schwer zu sagen. In den USA diskutierten die Ölkonzerne vor einigen Jahrzehnten darüber, ob sie nicht jedem Fahranfänger ein Auto schenken sollten, um sich langfristig Kunden zu sichern. Vielleicht versuchen die Autohersteller gerade mittels Gewöhnung neue Kunden zu gewinnen.

ZEIT ONLINE: Zumindest wenn es um Elektroautos geht, scheint das zu funktionieren. Man hört zunehmend von Nutzern, die durch Carsharing zum ersten Mal in einem E-Auto saßen und danach von dessen Vorzügen schwärmen. BMW startete seinen Carsharing-Dienst in San Francisco sogar ausschließlich mit Elektroautos.

Schlag: Carsharing ist ein sehr gutes Mittel, um Menschen mit Elektroautos vertraut zu machen. Aber selbst dann gilt es zu hinterfragen, ob dieses „Anfüttern“ aus ökologischer Sicht sinnvoll ist. Wenn die Nutzer andernfalls die öffentlichen Verkehrsmittel oder das Rad nehmen würden, ist Carsharing ökologisch die schlechtere Alternative.

ZEIT ONLINE: Wie stark ist die Beziehung der Menschen zum Auto in anderen Industrieländern?

Schlag: Das hängt nicht zuletzt davon ab, welche Alternativen es gibt. In Skandinavien scheint die Autonutzung bei den jüngeren Menschen ebenfalls rückläufig. In der Schweiz oder den Niederlanden, die sehr gut ausgebaute Nahverkehrsnetze haben, ist die Beziehung zum Auto schon lange nicht mehr so emotional aufgeladen wie in Deutschland. Dort kann man auch ohne eigenes Fahrzeug mobil sein.

ZEIT ONLINE: Früher war es hierzulande üblich, zum 18. Geburtstag den Führerschein zu machen, also so früh wie möglich. Warum lassen sich viele Jugendliche heute mehr Zeit damit?

Schlag: All die Dinge, die zum Erwachsenwerden dazugehören, finden heute etwas später im Leben statt: Man zieht später bei den Eltern aus, heiratet später, bekommt später Kinder. Der Führerschein ist auch Teil dieses Prozesses.

ZEIT ONLINE: Verzögert sich auch der Zeitpunkt des Autokaufs?

Schlag: Ja. Viele Jugendliche nutzen erst mal das Auto der Eltern, so lange das möglich ist. Und für manche Erwachsene wird der Autokauf erst relevant, wenn Kinder da sind, also oft erst mit Mitte 30. Deren Beziehung zu ihrem Auto ist dann sehr rational und vernunftbetont.

ZEIT ONLINE: Was müsste sich ändern, damit Carsharing wirklich für die breite Masse attraktiv wird?

Schlag: Das Angebot müsste flächendeckend sein, und die Verkehrssituation in den Städten müsste sich noch weiter zuspitzen. Die Zahl der Menschen, die das eigene Auto in der Stadt eher als Belastung denn als Freiheit empfinden, wächst. In London und Stockholm wurde beispielsweise eine Citymaut für Pkw eingeführt. Der Verkehr in den Innenstädten ist dort um bis zu 20 Prozent zurückgegangen. Da das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln in Stockholm schon vor der Einführung der Maut ausgeweitet wurde, fiel es den Menschen sogar leicht, auf ihre eigenen Autos zu verzichten.

Wenn Carsharing dann in Kooperation mit dem öffentlichen Nahverkehr und mit entsprechenden Vergünstigungen angeboten wird, ist das ein attraktiver Mix. Auch eine Meta-App wäre hilfreich, mit der man anbieterübergreifend Autos buchen kann. Flexibilität ist die entscheidende Größe in der Verkehrsforschung. Nur wenn diese gewährleistet ist, kann man Menschen von ihren Autos entwöhnen.