

Qualm um Nichts: Dieselabgase

**Dr. Christopher Neumaier, Zentrum für Zeithistorische Forschung
Potsdam**

Datum/Uhrzeit: 28.11.2015, 15:00 Uhr
Protokoll: Joas Kotzsch, Bundesstadt.com

Ausgangslage

Es geht um die Wahrnehmung von Dieselabgasemissionen in Deutschland und den USA von 1970 – 2005. „Und dann kam 2015 Volkswagen und hat dem Sessiongeber einen sehr großen Gefallen getan. Wir starten mit einem US-Werbepot von Volkswagen, der mittlerweile nicht mehr bei YouTube zu finden ist, weil VW ihn hat entfernen lassen. Ein Schwarzfassung (nur Ton) findet sich bei Chip.de:

http://www.chip.de/news/Peinlicher-VW-Werbepot-So-dreist-warb-VW-fuer-den-Clean-Diesel_83529944.html

Inhalt

- Problem: Diesel stinkt und ist dreckig. Fakt! Diesel hatten einen sehr schlechten Ruf insbesondere in den USA aber auch in Deutschland. Dagegen hat Volkswagen eine Werbekampagne „Clean Diesel“ ins Leben gerufen: Der Abgasstrom ist sauber! Der weiße Schal hat keine Schwarzverfärbungen, wenn man ihn an den Auspuff hält. Das macht man mittels eines Partikelfilters.
- Die Diesel-Absatzkurve kann u. a. mit der Wahrnehmung von Abgasemissionen erklären kann
- In Deutschland und den USA verläuft der Absatz von Diesefahrzeugen deutlich anders. Grundsätzlich kann man sagen, dass der Diesel in den USA im Vergleich zu Deutschland nie richtig Fuß gefasst hat. Alles, was bei uns mit Dieselmotor fährt, fährt in den USA mit einem Benzinmotor. Traditionell ist der Diesel ein träges, lahmes Auto.

- Die Partikelemissionen des Diesel hat man mit Lungenkrebs assoziiert. Hinzu kam, dass man unter Richard Nixon den „War on Cancer“ gestartet hat. Man hat damals schon erkannt, dass es da einen Zusammenhang gibt. Davon wurde auch hinlänglich in der amerikanischen Presse berichtet. Dies ist dann auch so in US-Öffentlichkeit so wahrgenommen worden. Man hat dem Diesel seine Emissionen angesehen. Er stinkt und qualmt.
- Eine Maßnahme war der Partikelfilter. Die Automobilhersteller haben in einer aufwendigen Aufklärungskampagne versucht, dies den Amerikaner zu erklären. Leider war der Partikelfilter nicht marktreif. Das Produkt musste vom Markt genommen werden. Seitdem hat sich das Image des Diesel in den USA nie mehr erholt. Volkswagen hat versucht mit der oben erwähnten Kampagne das noch einmal zu korrigieren, was aber aufgrund der jüngsten Ereignisse erneut gescheitert ist. Ein weiterer Todesstoß war die Einführung des Katalysators und des Kraftstoffs bleifrei. Damit stand der Diesel nochmals in der schmutzigen Ecke und schnitt schlechter ab als der Benziner.
- Anders die Entwicklung und Diskussion in Deutschland: Panikmache hieß es im Hinblick auf die Krebsdiskussion. Allerdings erreichte die Partikeldiskussion auch Deutschland. Dass diese Diskussion dann allerdings nicht zu negativ verlief, ist sehr guter Lobbyarbeit zu verdanken, für die die Politik auch sehr empfänglich war.
- Einführung eines Katalysators für den Diesel. Der Diesel hat geringeren CO₂ Ausstoß, weil er weniger verbraucht. 2005 kam es dann zur Feinstaubdiskussion.
- Frage: Kann man als Historiker Einfluss auf eine solche Debatte nehmen?
Antwort: Nein, nicht wirklich in diesem Fall, weil die Debatte in anderen Kanälen läuft. Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass sich die Argumente über die Jahrzehnte wiederholen.

Diskussion

Die Grenzwerte in den USA sind wesentlich strenger für den Diesel als in Europa.

Teilnehmerfrage: Wer beeinflusst diese Diskussion? Antwort: Automobilzeitschriften, Werbung, Händler, Probefahrten, Freunde.

Die öffentliche Diskussion um Dieselemissionen wurde in den USA wesentlich lebendiger geführt als in Europa. Der große Vorteil des Diesel war, dass er verbrauchsgünstig war.