

# »DIE MENSCHEN HABEN SPASS DARAN, VERNÜNFTIG ZU SEIN«

## Der Psychologe Peter Kruse über grüne Flottenpolitik

**D**em klassischen Firmenwagen sagt er das Ende voraus und fordert intelligente Mobilitätslösungen: Interview mit Peter Kruse, Psychologe und Honorarprofessor für Allgemeine und Organisationspsychologie an der Universität Bremen. Außerdem berät er als geschäftsführender Gesellschafter von Nextpractice unter anderem die Automobilindustrie.

**FIRMENAUTO:** Inwieweit haben Unternehmen eine ökologische Vorbildfunktion?

**Kruse:** Ich glaube nicht, dass sie wirklich eine Vorreiterfunktion wahrnehmen. Sie reagieren mehr, als dass sie agieren. Ökologische Nachhaltigkeitsthemen sind im Wertespektrum der Gesellschaft nur bedeutungsvoller geworden. Irgendwann haben Unternehmen das als PR-Maßnahme erfasst und genutzt, um sich dort zu positionieren.

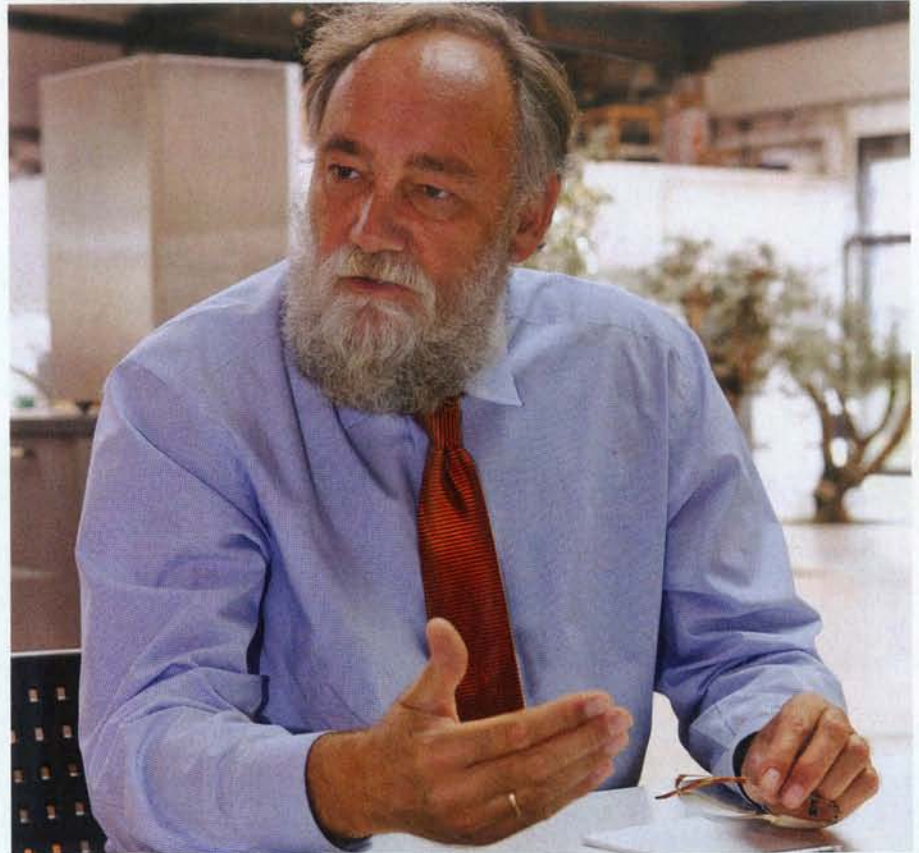
*Was müssen Firmen tun, damit der grüne Funke auf die Mitarbeiter überspringt?*

**Kruse:** Es geht darum, clevere Mobilitätslösungen zu entwickeln. Ist es wirklich noch nötig, Firmenwagen im klassischen Sinne zur Verfügung zu stellen? Schließlich ist das Problem der Mobilität nicht an das Produkt gebunden, sondern es ist eine Funktionsfrage. Ich will ein Auto nicht mehr unbedingt besitzen. Ich will lieber teilnehmen an intelligenten Lösungskonzepten.

*Die Erfahrung zeigt aber: Sobald Öko etwas kostet, will es keiner bezahlen.*

**Kruse:** Smarte Solutions sind doch nicht teurer. Schauen Sie sich nur mal an, wie lange viele Firmenwagen ungenutzt herumstehen.

*Man wirft den Premiummarken gerne vor, dass sie – zumindest was ökologische Techniken angeht – den Trend der Zeit verschlafen haben. Genügt es heute, Begehrlichkeiten nur noch über den Preis zu wecken?*



**Kruse:** Das mag sich etwas brutal anhören, aber das Auto rutscht aus der Kategorie der Begehrlichkeiten heraus. Premium ist emotional generell nicht mehr so akzeptabel. Das können die Hersteller nicht wettmachen, indem sie Efficient Dynamics, Blue Efficiency oder Blue Motion auf ihre Autos schreiben. Bezogen auf die Statusfunktion des Autos ändern sich die Wertemuster der Menschen grundlegend.

*Gibt es hier Unterschiede zwischen jungen und älteren Menschen.*

**Kruse:** Das Interesse der Jugend am Auto schwindet eklatant. Die Leute machen keinen Führerschein mehr, immer weniger junge Menschen kaufen sich ein Auto. Es ist ihnen wichtiger, viele Kontakte bei Facebook zu haben. Wenn die Hoheit der Autohersteller in den Kinderzimmern verloren gegangen ist, wenn

Jungs keine Autoquartette mehr spielen, dann haben wir ein richtiges Problem.

*Trotzdem macht es vielen Menschen noch Spaß, Auto zu fahren?*

**Kruse:** Auch das ändert sich. Früher galt: Wenn ich vernünftig bin, habe ich keinen Spaß und andersrum. Sie kennen die Werbung von Honda »Vernunft ist der neue Punk«? Inzwischen haben die Menschen Spaß daran, vernünftig zu sein.

*Man kann also nicht mehr guten Gewissens mit dem SUV beim Kunden vorfahren?*

**Kruse:** In einem Werbespot von Greenpeace wird ein Firmenmitarbeiter von seinen Kollegen gemoppt, weil er einen großen SUV fährt. Solch ein Film hätte vor fünf, sechs Jahren Irritationen ausgelöst. Wer heute jedoch mit einem Hummer zur Firma kommt, der hat den Schuss nicht gehört.

Interview: Hanno Boblenz