

Cultureel correct filosoferen over Porsche

In Nederland zou een theatermaker niet snel in het Journaal komen om economisch nieuws te duiden. In Duitsland wel.

Van onze correspondent
Merlijn Schoonenboom

BERLIJN Wat zou de strijd tussen autobedrijven Porsche en Volkswagen met de Duitse Nibelungensage te maken hebben? Weinig, zou je als eenvoudige Nederlander denken. Wellicht dat tijdens Wagners' Bayreuther Festspiele ook Porsche-bezitters zich graag laten zien, maar verder lijken de werelden van theaterzaal en autobaan strikt gescheiden.

Maar dan komt opeens don-

derdagavond het late ZDF-journaal. Het nieuws wordt gelezen, de kwestie rond de overname van Porsche door het Volkswagen-concern wordt keurig uit de doeken gedaan. En na de obligate economieprofessor verschijnen daar ineens beelden van een hedendaagse encenering van *Die Nibelungen*, een 19de-eeuws 'Duits treurspel in drie delen' van Friedrich Heibel, waarin een koningshuis ten onder gaat.

De camera zwenkt naar een man met artistiek ringbaardje, en de nieuwslezer zegt: 'Wie kan ons nou meer over de overname-strijd vertellen, dan Dieter Wedel?' En Wedel, regisseur van onder andere *MacBeth*, *Die Nibelungen* en *Tatort*, krijgt er ruim de tijd voor. Hij begint over Shake-

spare, over macht en miljarden. Hij beschrijft Porsche-chef Wendelin Wiedeking volgens de wetten van de 'hubris'; Wiedekings neergang begon op het moment dat hij het hoogtepunt dacht te bereiken. De ander, de winnaar, VW-patriarch Ferdinand Piëch, noemt hij 'de Napoleon van de nieuwe tijd': 'Duldde hij geen goden naast zich?'

'Wat een stof, wat een verhaal!', verzucht Wedel met een gelukzalige glimlach: 'De verbiterde vete tussen de families Porsche en Piëch biedt meer spanning dan de familievetes op tv.' Daarna gaat het overige nieuws van de nationale publieke zender verder.

Hoeveel drama's de Nederlandse economie de afgelopen tijd ook heeft gekend, theater-

regisseur Ivo van Hove is niet op het *NOS Journaal* verschenen om de situatie rond ABN Amro te duiden.

Of de keuze van de ZDF voor Wedel nu zinnig was is nog de



vraag, maar het uitstapje past bij de lading die in Duitsland zowel hoofdrolspelers als media aan een strijd tussen autobedrijven geven. Het ging hen al lang niet meer om auto's, het ging over Duitse symbolen. De oorsprong van Volkswagen in de nazitijd kwam voorbij, aan Porsche kleefde de glans van het Wirtschaftswunder. En bovenal was er die strijd tussen twee machtige Duitse families. Ze bestreden elkaar, eentje wint, samen zijn ze nu superrijk.

Maar de rook is nog niet opgetrokken, of het klinkt al direct (over)moedig uit de monden van de VW-bazen: 'Nu kunnen we de wereldtop bereiken'. Een vergelijking met de Nibelungen op het journaal is in die optiek dan opeens best logisch.