

Tobias Haas

Das Ende des Autos, wie wir es kannten? Automobile Subjektivitäten im Wandel¹

EASCY – *electricified, autonomous, shared, connected* und *yearly updated* – so sieht die Zukunft der Automobilität aus. Dies ist jedenfalls das Szenario, das die Automobilabteilung von PricewaterhouseCoopers (2017) in einer Studie entwirft, die anlässlich der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt im Jahr 2017 vorgestellt wurde. Einen ähnlichen Entwurf malt Timo Daum (2018: 87) in seiner Studie über das Auto im digitalen Kapitalismus aus:

Der elektrische Antrieb ersetzt den Verbrennungsmotor und fordert eine neue Infrastruktur, die sowohl die Stromerzeugung als auch die Stromverteilung betrifft, Algorithmen machen den Menschen hinterm Steuer überflüssig und die Verbreitung neuer Nutzungsformen läuten den Abschied vom individuellen Besitz ein und ebnen einer Mobilität als Service den Weg.

Katharina Manderscheidt (2012: 147) argumentiert, dass sich der „Hegemonieverlust“ der Automobilität abzeichnet. Zweifellos wird sich die Automobilität mittel- bis langfristig fundamental wandeln. Die Geschäftsmodelle der Automobilhersteller stehen zur Disposition, die Wertschöpfungsketten werden sich ändern, Standorten der Automobilproduktion droht das Aus, IT-Konzerne wie Google, Apple oder Microsoft drängen in den Mobilitätsmarkt. Diese Aspekte stehen jedoch nicht im Fokus dieses Artikels. Vielmehr wird es um die kulturelle Bedeutung des Automobils gehen, die jedoch stets in einem dynamischen Vermittlungszusammenhang mit den sozialen Verhältnissen und technischen Entwicklungen steht (Schwedes 2017: 31). Autos sind im 20. Jahrhundert nicht nur für breite Teile der Bevölkerung zu einem unverzichtbaren Gebrauchsgegenstand, sondern auch zum Symbol für Freiheit, Fortschritt und Wohlstand geworden. Wo findet in den oben angesprochenen Szenarien „die Liebe zum

1 Vielen Dank an Isabel Jürgens und die *PROKLA*-Redaktion für viele hilfreiche Anregungen und Kommentare sowie der Fritz-Thyssen-Stiftung für die Finanzierung des Projekts „Die politische Ökonomie der E-Mobilität. Eine Analyse zu den Potentialen und Hindernissen in der Transformation zu einer nachhaltigen Verkehrspolitik in Deutschland und Europa.“

Automobil“ ihren Platz, die Wolfgang Sachs (1984) in seiner technik- und kulturgeschichtlichen Analyse des Autos ausmachte? Oder wird das Auto der Zukunft zu einem Gebrauchsgegenstand ohne große Symbolik degradiert, wie Staubsauger, Rasenmäher oder Waschmaschinen?

Der Artikel ist folgendermaßen aufgebaut: Im nächsten Abschnitt soll herausgearbeitet werden, dass die Durchsetzung des Autos ein umkämpfter Prozess gewesen ist und die Nutzung zunächst den (städtischen) Oberschichten vorbehalten war, die damit ihren sozialen Status markierten. Daran anknüpfend wird im dritten Abschnitt aufgezeigt, wie die automobilen Durchdringung der Gesellschaft im Fordismus mit dem Versprechen von Freiheit, Fortschritt und Wohlstand verknüpft war. Im vierten Abschnitt wird die ab den späten 1960er Jahren verstärkt einsetzende Kritik der Automobilität reflektiert und argumentiert, dass sich nach der Massenmotorisierung wiederum eine verstärkte Ausdifferenzierung bzw. Polarisierung der Mobilitätspraktiken vollzogen hat. Vor diesem Hintergrund werden im fünften Abschnitt die aktuellen Entwicklungen und Szenarien zur Zukunft der (Auto-)Mobilität diskutiert und der Frage nachgegangen, inwiefern sich eine Transformation automobiler Subjektivitäten vollzieht. Ich beziehe mich in dem Artikel vorwiegend auf die Entwicklungen in Deutschland.

Das Auto als Statussymbol der Reichen

Mit der Industrialisierung, der Durchsetzung kapitalistischer Formen, dem „Geist des Kapitalismus“ (Max Weber) und der Etablierung neuer Verkehrstechnologien änderte sich auch das gesellschaftliche Verhältnis von Raum und Zeit. Exemplarisch hierfür stehen die Ausführungen von Heinrich Heine anlässlich der Eröffnung der Bahnstrecke von Paris nach Rouen und Orléans im Jahr 1843:

Welche Veränderungen müssen jetzt eintreten in unsrer Anschauungsweise und in unsern Vorstellungen! Sogar die Elementarbegriffe von Zeit und Raum sind schwankend geworden. Durch die Eisenbahnen wird der Raum getötet, und es bleibt uns nur noch die Zeit übrig ... Mir ist als kämen die Berge und Walder aller Länder auf Paris angerückt. Ich rieche schon den Duft der deutschen Linden; vor meiner Türe brandet die Nordsee. (zit. n. Läßle 1997: 203)

Insofern kann die Geschichte der Industrialisierung und Modernisierung auch als eine Geschichte der sozialen Beschleunigung geschrieben werden (Rosa 2005), die ohne die Entwicklung neuer Verkehrsmittel nicht möglich gewesen wäre.

In den 1880er Jahren erlebte das Fahrrad einen Boom – es ermöglichte eine schnellere, flexible und individuelle Mobilität und war damit ein Wegbereiter für die Automobilität (Burkart 1994: 219). Als gegen Ende des 19. Jahrhunderts die ersten, technisch keineswegs ausgereiften Automobile produziert wurden,

passten sich diese in die grassierende Beschleunigungseuphorie ein. Im Vergleich zur Pferdekutsche konnte ein enormer Zugewinn an Geschwindigkeit verzeichnet werden. Zahlreiche Autorennen wurden bereits im ausgehenden 19. Jahrhundert veranstaltet. Zugleich war das Auto ein exklusives, den Reichen vorbehaltenes Gut und diente deshalb auch als Medium sozialer Distinktion. Sorgte die Eisenbahn im 19. Jahrhundert für eine Kollektivierung des Verkehrs und eine Entwertung der großbürgerlichen Pferdekutschen, entfaltete das Automobil die Potenziale einer schnellen, individualisierten Fortbewegung. Das Auto ermöglichte es den Besitzer_innen „ihre soziale Überlegenheit auszustellen. [...] [E]s verlangt ja von der Sache her nach Öffentlichkeit: gefahren wird auf der Straße unter den Augen aller Leute.“ (Sachs 1984: 20) Gleichwohl regte sich vor allem unter der Landbevölkerung ein massiver Widerstand gegen die Autofahrer_innen. Diese eigneten sich die Straßen an, verursachten Lärm, verpesteten die Luft und gefährdeten alle nicht-motorisierten Lebewesen (Canzler 2016: 68ff.). Die Ablehnung des Automobils richtete sich mitunter unmittelbar gegen die Fahrer_innen, wie ein Bericht eines Automobilreisenden aus dem Jahr 1902 zeigt:

Nie in meinem Leben bin ich so viel verflucht worden wie während meiner Automobilreise im Jahre 1902. Alle deutschen Dialekte von Berlin an über Dresden, Wien, München bis Bozen waren daran beteiligt [...] – gar nicht zu rechnen die stummen Flüche, als da sind: Fäusteschütteln, Zungeherausstrecken, die Hinterfront zeigen und anderes mehr. (zit. n. Sachs 1984: 23)

Der Klassencharakter des Automobils war offensichtlich. Anders als in den USA blieb es in Deutschland bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs weitgehend den Reichen vorbehalten. Zwar trugen auch Frauen zur technischen Entwicklung der Automobile bei und im Jahr 1909 erwarb Amelie Hoepfer mit Erlaubnis ihres Mannes den Führerschein (Felts 2014), gleichwohl war das Auto von Anbeginn eine Männerdomäne. Das Automobil erneuerte die patriarchale Geschlechterordnung. Als technisches Artefakt begünstigte es die Etablierung „einer hegemonialen Männlichkeit entlang von Eigenschaften wie Aggressivität, Gewalt und Technologie.“ (Brand/Wissen 2017: 140) Dennoch kam den Frauen eine bedeutende Rolle bei der Etablierung des Autos als Luxusgut zu. Instrukтив hierfür sind etwa die Ausführungen eines französischen Autors:

Seit das schöne Geschlecht es sich durch einen Einstieg von der Seite in den komfortablen Karossen mit Wetterschutz, Polstern und Federung bequem machen kann, ohne sich weder die Haare noch die Aufmachung in Unordnung zu bringen, seitdem lieben die Frauen das Automobil ... Das Auto ist für sie etwas, das glänzt, viel Geld kostet und deshalb chic ist. Es erlaubt einen neuen Luxus, ein neuartiges Mittel, um ein bißchen den Neid der Freundinnen zu erregen, die sich nichts anderes als die Metro oder die Droschke leisten können. Für die Fabrikanten ist entscheidend, daß sie, die Frauen, die Herren der Schöpfung veranlassen, zahlreiche Wagen zu kaufen ... (zit. n. Sachs 1984: 53)

Diese Ausführung zeigt, dass die kulturelle Aufladung des Automobils einen gewissen Wandel durchlaufen hat. War es zunächst ein Gefährt, das sich durch relativ hohe Geschwindigkeiten und der Erweiterung individueller Handlungsspielräume auszeichnete und darüber soziale Überlegenheit markierte, wurde es zu einem Artefakt, das neben den Geschwindigkeitsvorteilen über die Ausstrahlung von Eleganz und Muße die soziale Distinguiertheit der Besitzer_innen hervorhob. Viele Automobile wurden bereits damals mit Plakaten beworben, auf denen Frauen bzw. vornehme Damen abgebildet waren (ebd.: 53ff.).

Freiheit, Fortschritt, Wohlstand – die Automobilisierung der Massen

Die Inszenierung der Automobilität als Symbol für Freiheit, Fortschritt und sozialen Status strahlte aus. Nach und nach wurde der Wunsch, ein Automobil zu besitzen, in immer breiteren Teilen der Bevölkerung geweckt, wenngleich die materiellen und kulturellen Bedingungen für die Massenmotorisierung in den USA wesentlich besser waren als in Deutschland (Burkart 1994: 221ff.). So gab es bis in die 1950er Jahre hinein starke Widerstände gegen die Automobilisierung. In München wurde im Jahr 1953 die „Interessengemeinschaft für Fußgänger und Radfahrer im Bundesgebiet“ gegründet, die mit dem programmatischen Anspruch „Fußgänger aller Städte, vereinigt Euch“ antrat. In Köln konstituierte sich der „Deutsche Schutzverband der Fußgänger und Radfahrer“ (Kuhm 1997: 27). Diese Initiativen waren jedoch nicht stark genug, um die Massenmotorisierung zu verhindern.

Bereits in den 1920er Jahren begannen die Automobilhersteller, dem Vorbild des Ford Modell T nachzueifern und einfachere, billigere Autos zu bauen – die Zahlungsfähigkeit der breiten Bevölkerung war jedoch in Deutschland, anders als in den USA, sehr beschränkt, was sich auch nicht während des Nationalsozialismus änderte. Auch wenn in dieser Zeit nicht nur die ersten Autobahnen gebaut wurden, sondern das Versprechen einer Volksmotorisierung auch die Sehnsucht nach einem Auto verstärkte: „Man muß dem Auto seinen ihm früher [...] angehängten klassenbetonenden Charakter [...] nehmen; es darf nicht länger Luxusmittel bleiben, sondern muss zum Gebrauchsmittel werden“, verkündete Adolf Hitler im Jahr 1934 im *Völkischen Beobachter* (zit. n. Sachs 1984: 72). Die Volkswagenwerke wurden gegründet und das Kraft-durch-Freude-Programm formulierte das Versprechen, bei einer wöchentlichen Sparrate von 5 Reichsmark einen VW-Käfer nach nur wenigen Jahren zu bekommen. Dazu sollte es allerdings nicht kommen – im Wolfsburger Volkswagenwerk rollten ab 1940 die militärisch einsetzbaren Kübelwagen vom Band.

Die Volksmotorisierung sollte sich erst im Zuge des sogenannten Wirtschaftswunders vollziehen. Dabei wurde das Automobil zum Symbol für Freiheit, Fortschritt und Wohlstand. Der nach dem Zweiten Weltkrieg wiedergegründete ADAC trug durch die in der Mitgliederzeitschrift ADAC-Motorwelt vorgestellten Berichte über Reisen und Automobilsportveranstaltungen, die bereits in den späten 1940er Jahren wieder angingen, und Lobbyarbeit wesentlich dazu bei (Kuhm 1997: 21ff.).

Das automobiler Freiheitsversprechen war nicht nur mit Reisen und Rennen verbunden, sondern, vor dem Hintergrund des Kalten Krieges, auch gegen die sozialistischen Gesellschaften gewendet. So argumentierte etwa der Vize-Präsident des ADAC, Hans Bretz, im Jahr 1954, dass das Auto Ausdruck einer „nicht-kollektivistischen Gesellschaftsform“ sei (zit. n. Manderscheidt 2012: 154).

Das Wirtschaftswunder, die ökonomische Prosperität wurde zum identitätsstiftenden Moment in der Nachkriegs-BRD, das Automobil stand für persönlichen und gesellschaftlichen Wohlstand. Die Automobilindustrie mauserte sich zur zentralen Branche im „Modell Deutschland“, das ab den späten 1950er Jahren immense Handelsbilanzüberschüsse erwirtschaftete. Die Volksmotorisierung in der BRD umwehte der Glanz des *american way of life*, die in den USA mit dem Modell T von Ford bereits in den 1920er Jahren eingesetzt hatte. Infolgedessen wandelte sich das Auto „vom Luxusgut zum alltäglichen Konsumgut.“ (Canzler 2016: 62) Mehr noch: Es avancierte dank der starken kulturellen Aufladung in Verbindung mit der materiellen Unterfütterung der Automobilität zu einem zentralen Mechanismus sozialer Integration: „Das Auto gehört zur Grundausstattung eines vollwertigen Gesellschaftsmitglieds.“ (Burkart 1994: 224) Allerdings zog sich dieser Bedeutungsgewinn des Automobils und der Wandel hin zu einem alltäglichen Konsumgut über Jahrzehnte hin. Insofern war das Automobil in den 1950er Jahren noch ein Statussymbol und drückte ein spezifisches Wohlstandsverständnis der sich anbahnenden Massenkongressgesellschaft aus. So wurde etwa der Ford Taunus mit einem Paar mit kleinem Sohn beworben und mit folgendem Text beworben: „Wir haben es geschafft: Das neue Auto steht vor der Tür. Alle Nachbarn liegen im Fenster und können sehen, wie wir für eine kleine Wochenendfahrt rüsten. Jawohl, wir leisten uns etwas, wir wollen etwas haben vom Leben; dafür arbeiten wir schließlich beide [...]“ (Zit. n. Sachs 1984: 82)

Das Auto fungierte nicht nur als Medium der Freizeitgestaltung, sondern vorwiegend vollzeiterwerbstätige Männer gelangten damit zu ihrem Arbeitsplatz. Frauen war der Erwerb des Führerscheins erst ab 1958 auch ohne die Zustimmung des Ehemanns oder Vaters möglich (Felts 2014). Zugleich wurde die Stadt- und Verkehrsplanung wie auch der öffentliche Nahverkehr unter dem Leitbild der funktional differenzierten und damit autogerechten Stadt, vorwiegend auf die

Bedürfnisse der zumeist männlichen Vollzeitwerbstätigen ausgerichtet. Unabhängig vom Erwerbsstatus ließen sich die Mobilitätsmuster von Frauen und Männern deutlich unterscheiden – auch erwerbstätige Frauen beanspruchen die Automobile weniger für sich, obwohl Männer von reproduktiven Tätigkeiten weitgehend freigestellt sind (Bauhardt 2004: 126ff.; 2007; Manderscheidt 2012: 161).

Zwar wurde mit der einsetzenden Massenmotorisierung – die Zahl der zugelassenen Pkws stieg von ca. 500.000 im Jahr 1950 auf 16,5 Millionen im Jahr 1975 an (Canzler 2016: 71) – auch die entsprechende Straßeninfrastruktur ausgebaut. Nichtsdestotrotz kam es im Jahr 1963 zum ersten Verkehrsstau auf einer bundesdeutschen Autobahn (Holzapfel 2016: 83). Dies deutet an, dass das durch die Werbung und Medien popularisierte automobiler Freiheitsversprechen mit der zunehmenden Motorisierung immer häufiger im Stau endete. Doch zunehmende Verkehrsstaus waren nicht der einzige Ausdruck der mit dem Automobil einhergehenden Zwänge. Laut dem Kulturkritiker Ivan Illich galt für den durchschnittlichen US-Autofahrer:

Der typische amerikanische Mann widmet seinem Auto mehr als 1600 Stunden im Jahr. Er sitzt darin, während es fährt und während es stillsteht. Er parkt es und sucht es wieder auf. Er verdient das Geld, um dafür eine Anzahlung zu leisten und die monatlichen Raten zu bezahlen. Er arbeitet, um das Benzin, das Wegegeld, die Versicherung, die Steuern und die Strafzettel zu bezahlen [...] Der typische amerikanische Mann wendet 1600 Stunden auf, um sich 7500 Meilen fortzubewegen: das sind weniger als fünf Meilen pro Stunde. In Ländern, in denen eine Transportindustrie fehlt, schaffen die Menschen dieselbe Geschwindigkeit und bewegen sich dabei, wohin sie wollen. (Zit. n. Gorz 2009: 58)

Die autogerechten Städte und die negativen Begleiterscheinungen der Automobilität sorgten dafür, dass die Städte zunehmend an Lebensqualität verloren: Staus, Unfälle, Lärm, Abgase und massive Inanspruchnahme des öffentlichen Raums. Die Autos verwandelten sich von einem exklusiven Privileg zum alltäglichen Gebrauchsgegenstand, mit dem neue Ansprüche und Erwartungsmuster verbunden waren. Das Auto wurde zur Voraussetzung, am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können. Dem Auto waren somit entgegen der symbolischen Aufladung (Freiheit) zunehmend Zwänge eingeschrieben: „man braucht ein Auto, um der städtischen Autohöhle zu entinnen. [...] [D]as Überflüssige ist notwendig geworden.“ (Gorz 2009: 60)

Polarisierte Automobilität

Verstummt in der Anfangsphase der Massenmotorisierung zunehmend die Autokritik, erlebte sie in den 1970er Jahren eine neue Blüte. Sie wurde stark von umweltpolitischen Motiven getragen. Aber auch die hohe Zahl an Verkehrsoffern sorgte für Kritik an den Automobilherstellern. Allein im Jahr 1969 starben mehr

als 21.000 Menschen auf westdeutschen Straßen (Canzler 2016: 73ff.). Nach einer kurzen Phase der Verunsicherung, der Entwicklung neuer Sicherheitssysteme (Sicherheitsgurt, Kindersitze, Airbags) sowie Erfindungen, die den Schadstoffausstoß eindämmten (Katalysator), orientierten sich die Automobilhersteller schnell wieder am alten Automobilleitbild „schneller, schwerer, stärker, teurer“ (Canzler/Knie 1994: 56). Die Motorisierungsrate stieg ohne große Brüche weiter an: Waren im Jahr 1975 (in der BRD) 16,5 Millionen Automobile zugelassen, stieg die Zahl bis heute auf ca. 46,5 Millionen an (Kraftfahrtbundesamt 2018). Begünstigt wurde dieser Trend durch die stetige Erneuerung der kulturellen Aufladung des Automobils. Es „kristallisieren sich im Auto Lebensentwürfe und Weltbilder, Bedürfnisse und Hoffnungen, die dem technischen Gerät eine kulturelle Bedeutung aufprägen.“ (Sachs 1984: 109)

Gleichwohl war die symbolische Bedeutung des Automobils, insbesondere sein Ausdruck als Symbol von Freiheit, vermittelt mit gesellschaftlichen Umbrüchen. Die fordistische Gesellschaftsformation erodierte: Flexibilisierung von Arbeitsverhältnissen, Auflösung traditioneller kleinfamiliärer Strukturen oder die Pluralisierung von Lebensentwürfen sorgten für einen gesellschaftlichen Individualisierungsschub (Honneth 2002). Dass Biografien zunehmend keinem standardisierten Muster folgten, war wiederum mit sich wandelnden und deutlich wachsenden Mobilitätsbedürfnissen verbunden: „Das Auto ist [...] die ideale technische Unterstützung für die gesellschaftliche Individualisierung. Aber nicht nur das: Individualisierung und Automobilisierung der Gesellschaft treiben sich gegenseitig an.“ (Canzler 2016: 106) Das Automobil erweiterte als individuelles Fortbewegungsmittel die eigenen Möglichkeitsräume. Dazu gehört auch die Bewältigung der mit der doppelten Vergesellschaftung von Frauen einhergehenden Verpflichtungen in der Moderne: „die gleichzeitige Verortung [...] in beiden Sphären gesellschaftlich notwendiger Arbeit, in der Sphäre der Reproduktions- wie in der Produktionsarbeit“ (Bauhardt 2007: 306). Das Auto ermöglicht es, die Wege der Produktionsarbeit mit denen der Reproduktionsarbeit in einer Wegekette zu verknüpfen. Zugleich wachsen mit der Verfügbarkeit eines Autos auch die Ansprüche im reproduktiven Bereich (Bauhardt 2004: 104): Auf dem Weg zur Lohnarbeit wird eingekauft oder die Kinder zur Kita gebracht. Damit wird aber auch in einer weiteren Hinsicht das Überflüssige notwendig (Gorz 2009: 60), denn Wege, die Kinder vor der Massenmotorisierung alleine zurücklegt haben, werden aufgrund der Gefahren des Automobilverkehrs zunehmend mit dem Auto bewältigt – und das Verkehrsaufkommen steigt weiter.

Allerdings lassen sich neben der weiter voranschreitenden automobilen Durchdringung der Gesellschaft in den letzten Jahrzehnten zwei wichtige Trends ausmachen. Einerseits gehen im jungen, urbanen Milieu die Verfügbarkeit und die Nutzung von Automobilen zurück. Führen im Jahr 1998 junge Erwachsene noch

durchschnittlich 280 Kilometer pro Woche mit dem Auto, ging die Wegeleistung innerhalb einer Dekade auf 220 Kilometer wöchentlich zurück (IfMo 2011: 5). Zudem nutzen junge Menschen verstärkt den öffentlichen Verkehr und fahren Fahrrad. Legten sie im Jahr 1997 noch 67 Prozent aller Wege mit dem Auto zurück, waren es zehn Jahre später noch 52 Prozent (ebd.: 9). Dabei gleicht sich der Interpretation des Instituts für Mobilitätsforschung (IfMo 2011) zufolge das Verkehrsverhalten junger Männer demjenigen junger Frauen an.

Die intermodalen Mobilitätspraktiken, also die kombinierte Nutzung verschiedener Verkehrsmittel, bergen durchaus das Potenzial, zu einem Bedeutungsverlust des Automobils beizutragen – materiell wie symbolisch (Canzler 2016: 78f.). Gleichwohl kann der Boom neuer, intermodaler Mobilitätspraktiken auch als Ausdruck einer spezifischen Subjektivierungsform des „flexiblen Kapitalismus“ (Sennett 1998) gesehen werden. Unsichere und schlecht entlohnte Beschäftigungsverhältnisse, die Erosion traditioneller sozialer Beziehungsformen, häufige Wohnsitzwechsel und die steigenden Flexibilitätsanforderungen machen die Abkehr von der Orientierung auf den Besitz eines Automobils attraktiv und für viele notwendig. „Nutzen statt Besitzen“ spart finanzielle Ressourcen und administrativen Aufwand. Intermodale Mobilitätspraktiken sind Ausdruck der Lebensführung des flexibel-kapitalistischen Subjekts. Andererseits wurde trotz der verstärkten Tendenz hin zu intermodalen Mobilitätspraxen mit den stetig wachsenden Zulassungszahlen für SUVs die Tendenz des „schneller, schwerer, stärker, teurer“ auf eine neue Stufe gehoben. Im Jahr 2017 betrug der Anteil der SUVs an den Neuzulassungen in Deutschland bereits 15,2 Prozent – Tendenz weiter steigend (Kraftfahrtbundesamt 2018). Zwar unterscheiden sich die SUVs sowohl preislich als auch im Hinblick auf die Motorleistung teils erheblich. Dessen ungeachtet deuten die anwachsenden SUV-Zulassungszahlen auf eine verstärkte symbolische Aufladung des Autos hin. Es stellt sich die Frage, wie diese widersprüchlichen Entwicklungen interpretiert werden können.

Zunächst scheint sich in der jungen, vorwiegend urbanen Bevölkerungsschicht tatsächlich ein Wandel der Bedeutung des Automobils abzuzeichnen. Zwar ist das Auto nach wie vor für die Mehrheit auch in dieser Bevölkerungsgruppe das zentrale Verkehrsmittel. Allerdings nimmt die Offenheit gegenüber anderen Verkehrsmitteln zu. Das Auto wird zunehmend ein Verkehrsmittel neben anderen. Auch die verstärkte Nachfrage nach Carsharing-Angeboten deutet darauf hin, dass das Auto als Statussymbol in Teilen der Bevölkerung an Bedeutung verliert und sich eine stärker an den funktionalen Eigenschaften des Autos orientierte Nutzung durchsetzt. Gleichwohl kann keineswegs von einem tiefgreifenden Wandel gesprochen werden. Während im Jahr 1998 noch 80 Prozent der Haushalte, in denen nur Menschen unter 35 Jahren leben, über einen Pkw verfügten, sank die Quote auf 72 Prozent im Jahr 2008. Zudem geht der Rückgang zu zwei Dritteln

auf die Veränderung der Bevölkerungsstruktur zurück, etwa dass in städtischen Ballungszentren mehr Studierende leben (IfMo 2011: 22).

Der SUV-Boom hingegen weist auf eine Erneuerung und Verfestigung der Automobilität hin (Brand/Wissen 2017: 125ff.). In der Anfangsphase des Automobils war der Klassencharakter evident. Die städtische Oberschicht demonstrierte vorwiegend auf Kosten der Landbevölkerung ihren Status und erschloss sich neue Möglichkeiten der Freizeitgestaltung. Mit der Massenmotorisierung rückte der Klassencharakter des Automobils zunehmend aus dem gesellschaftlichen Bewusstsein. Zwar gab es durchaus unterschiedliche Fahrzeugtypen und Modelle der „Oberklasse“, aber das Auto an sich verlor immer mehr seinen Charakter als Statussymbol. Mit dem SUV-Boom manifestiert sich ein erneuertes Streben nach Distinktion: „So ein Geländewagen vermittelt vor allem ein Gefühl der Überlegenheit: Es geht darum, mit mehr Masse aufzutreten“, so der Verkehrspsychologe Rüdiger Hossiep (2018). Dieses mit den SUVs ausgedrückte Bestreben steht in einem unmittelbaren Zusammenhang zu den gesellschaftlichen Verhältnissen. Im Rahmen des Siegeszugs des Neoliberalismus haben sich die Konkurrenzbeziehungen zwischen den Menschen intensiviert, soziale Sicherungssysteme wurden zurückgebaut und auch breite Teile der Mittelschichten fürchten sich vor dem sozialen Abstieg (Nachtwey 2016). Diese gesellschaftspolitische Konstellation bildet den Nährboden für den SUV-Boom:

Der SUV wirkt aufgrund seiner materiellen Eigenschaften verstärkend auf jene von zunehmender Konkurrenz und Rücksichtslosigkeit geprägten sozialen Verhältnisse zurück, deren Produkt er ist. Dies tut er, indem er die ihm entsprechende Subjektivität selbst mit hervorbringt. (Brand/Wissen 2017: 129)

Der SUV ermöglicht es den zumeist männlichen Fahrern, sich zu einem gewissen Teil von den negativen Folgen der Massenmobilität abzuschotten, die eigene Überlegenheit zu demonstrieren und die eigene Sicherheit auf Kosten anderer Verkehrsteilnehmer_innen zu erhöhen. So argumentieren etwa Wells und Xenias (2015), dass sich die kulturelle Aufladung der Automobilität gewandelt hat. Während das Freiheitsversprechen an Bedeutung verloren hat, werden, gerade im sogenannten Premiumsegment, Sicherheitsaspekte und die Möglichkeit, sich in ein technisch immer höher entwickeltes, mit modernen Informationstechnologien ausgestattetes Fahrzeug „einzuhüllen“ (*cocooning*) wichtiger. Darüber hinaus beanspruchen SUVs in der Herstellung eine enorme Menge an Rohstoffen und verbrauchen aufgrund ihres Gewichts und ihrer Höhe sehr viel Kraftstoff.

Kritik an Autos und SUVs verhallt nicht ungehört, sie wird selbst in der Werbung für Automobile aufgegriffen. Exemplarisch hierfür ist etwa die Reklame für den Jeep Grand Cherokee in Großbritannien. Auf der einen Seite einer Werbeanzeige ist der Jeep abgebildet, auf der anderen Seite steht in relativ kleiner Schrift (in Großbuchstaben): „Ok, it’s massively over-engineered for the

school run. And the problem with that is what, precisely?“ (Paterson 2007: 149f.) Deutlicher lässt sich die Ignoranz gegenüber den Verheerungen der automobilen Aufrüstung kaum ausdrücken.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Automobil erstens seit jeher stark symbolisch aufgeladen war, die automobilen Subjektivierungsformen mit Klassen- und patriarchalen Geschlechterverhältnissen artikuliert sind (Brand/Wissen 2017: 129) und mit den Dynamiken der sozialen Beschleunigung einhergeht (Rosa 2005). Zweitens lässt sich in den vergangenen Jahrzehnten eine verstärkte Polarisierung im Hinblick auf die Nutzung und die Symbolik der Automobile ausmachen: einerseits ein relativer Bedeutungsverlust für jüngere, vorwiegend in urbanen Räumen lebende Menschen, eine wachsende Offenheit für die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel; andererseits ein stetiger Zuwachs von SUVs, die Ausdruck sozialer Polarisierung sind und diese zugleich verstärken. Jeder vierte in Deutschland verkaufte Audi ist inzwischen ein SUV. Der momentan in Untersuchungshaft sitzende ehemalige Audi-Chef, Rupert Stadler, hat im Jahr 2017 das Ziel vorgegeben, bis zum Jahr 2025 den Anteil der SUVs an den verkauften Fahrzeugen auf 50 Prozent zu erhöhen (Vetter 2018). Insofern scheint ein Ende der Polarisierung des Automobils in naher Zukunft unwahrscheinlich. Drittens ist der SUV-Boom auch Ausdruck der bisherigen relativen Erfolglosigkeit der Autokritik. Die vor gut 20 Jahren von Dieter Läßle (1997: 202) konstatierte Divergenz zwischen der weit verbreiteten Einsicht in die Notwendigkeit einer grundlegenden Verkehrswende und der Kontinuität des automobil geprägten Verkehrssystems ziehe „sich wie ein dissonantes Leitmotiv durch das Verkehrs- und Mobilitätsverhalten unserer Gesellschaft“, hat an ihrer Aktualität nichts eingebüßt.

Wie sind vor dem Hintergrund des Befundes dieser starken Pfadabhängigkeiten die Konzepte einer Erneuerung der Mobilität im Rahmen eines digitalen Kapitalismus zu bewerten? Welche kulturellen Veränderungen würden sie implizieren? Wie realistisch ist das eingangs skizzierte EASCY-Szenario, das bis 2030 einen tiefgreifenden Wandel der Automobilität prognostiziert?

Auf dem Weg zu neuen automobilen Subjektivitäten?

Zunächst sollen noch einige Überlegungen im Hinblick darauf entwickelt werden, inwieweit der Aufstieg der Rechten, der Ausdruck einer tiefgreifenden Krise der kapitalistischen Entwicklungsweise ist, Implikationen auf die Perspektiven der zukünftigen (Auto-)Mobilität haben. Demirović (2018) zufolge handelt es sich beim erstarkenden Rechtspopulismus um eine neue Form des autoritären Populismus, der an die Phase des progressiven Neoliberalismus anknüpft. Die

Subalternen werden ermutigt, die in dieser Phase gewachsenen Gefühle der Unzufriedenheit und Enttäuschungen „in Ressentiments, rassistische Praktiken, Kälte und Entsolidarisierung zu übersetzen“ (ebd.: 32). Die neue Salonfähigkeit von rassistischer Hetze und antifeministischen Positionen schafft ein gesellschaftliches Klima der Konkurrenz und Abwertung der imaginiert „Anderen“ bzw. Schwächeren. Die der bestehenden Automobilität eingeschriebene Form der kognitiven Dissonanz, das „Nichtwissen-Wollen“ (Lessenich 2016: 112) bzw. das Verdrängen der damit verbundenen sozial-ökologischen Folgen, macht sie für Viele zum Teil der Lösung von Problemen. Dies gilt „umso eher, je mehr die Robustheit des Automobils die individuellen Kapazitäten der Krisenanpassung erweitert.“ (Brand/Wissen 2017: 136) Insofern wird die Nutzung des Automobils für Teile der Bevölkerung zum Medium, um sich gegen gesellschaftliche Krisen und Desintegrationsprozesse abzuschotten.

Zugleich bildet sich die polarisierte Automobilität auch im Hinblick auf die gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsorientierungen ab. Dennis Eversberg (2018: 10) unterscheidet auf der Basis des Datensatzes des Umweltbundesamts zehn „nachhaltigkeitspolitische Lager“ in der BRD. Diese lassen sich über ihre soziale Lage, alltäglichen (mobilitäts-)Praktiken und Einstellungen definieren. Die Klassifizierung eröffnet ein sehr heterogenes Bild. Während die „Aktivistisch-Ökosozialen“ 10,2 Prozent der Bevölkerung ausmachen und aus diesem Spektrum eine große Befürwortung und Engagement für eine grundlegende Verkehrswende zu erwarten ist, bilden „die zu drei Vierteln männlichen Antiökologischen Externalisierer“ (ebd. 12) mit einem Anteil von 9 Prozent den Pol derjenigen, die vermutlich massiven Widerstand gegen eine Abkehr von der imperialen Automobilität leisten werden.

Insofern lässt sich die soziale Polarisierung, die sich mitunter im Aufstieg der Rechten ausdrückt, auch im Nachhaltigkeits- und Mobilitätsbereich abbilden. Diese sowohl ideologische als auch in den Alltagspraxen eingelagerte Polarisierung ist eine wichtige Hintergrundfolie, wenn es um die Einschätzung der Perspektiven der Automobilität und ihrer kulturellen Aufladung im digitalen Kapitalismus geht.

Das EASCY-Szenario von PricewaterhouseCoopers (2017) und die Studie von Timo Daum (2018) weisen zwei Gemeinsamkeiten auf. Erstens gehen sie beide davon aus, dass sich im Zuge der Digitalisierung eine enorme Veränderung der Mobilität vollziehen wird, die wesentlich durch die IT-Konzerne und die globale Standortkonkurrenz forciert wird. Die Autos werden in Zukunft nicht nur elektrisch angetrieben und autonom fahren, sondern auch geteilt werden – „nutzen statt besitzen“ (PricewaterhouseCoopers 2017: 20) lautet die Devise (Daum 2018: 54ff.). Zweitens wird die Transformation der Automobilität stark als Generationenfrage verhandelt. Bei Daum (2018: 56f.) sind es die sogenannten Millennials,

also die zwischen 1981 und 1996 Geborenen, die als junge, digitalisierungs- und technikaffine Menschen, die obendrein einen wesentlich pragmatischeren Umgang mit Automobilen pflegen als die vorhergehenden Generationen, diejenigen, die die Verkehrswende vorantreiben. Gleiches gilt im EASCY-Szenario, dort heißt es: „Die automobilen Transformation wird wesentlich von der jungen technikaffinen Generation vorangetrieben.“ (PricewaterhouseCoopers 2017: 16)

Zweifelsohne weist die Bezugnahme auf Generationen eine hohe Plausibilität auf. Gemeinsame Erfahrungshintergründe und Sozialisationserfahrungen können durchaus zu Veränderungen gegenüber vorhergehenden Generationen führen, sowohl im Hinblick auf Fähigkeiten (Technikkompetenz) als auch im Bereich ideologischer Orientierungen (Bedeutungswandel des Autos). Gleichwohl wirft die Fokussierung auf bestimmte Altersgruppen das Problem auf, dass die Menschen innerhalb einer Generation keineswegs homogen sind, sondern in Klassen- und Geschlechterverhältnisse hineingeboren und -sozialisiert werden. Sie verfügen somit über sehr unterschiedliche materielle Ressourcen, Mobilitätspraktiken und Vorstellungswelten. Darüber hinaus sind insbesondere in die Geschlechterverhältnisse gewisse Erwartungen eingeschrieben, etwa im Hinblick auf die Übernahme von Lohn- und Reproduktionsarbeit und damit verbundenen Mobilitätsanforderungen. Insofern prägen diese Strukturelemente wesentlich die sehr unterschiedlichen individuellen Orientierungen im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Mobilität (Eversberg 2018).

Trotz aller Veränderungen ist das Automobil nach wie vor das zentrale Verkehrsmittel der jungen Generation (IfMo 2011). Es scheint in deren weiteren Lebensverlauf an Bedeutung hinzuzugewinnen. Insofern spricht vieles dafür, dass mit der Digitalisierung und den darin eingeschriebenen Potenzialen keineswegs grundlegend andere Mobilitätspraktiken und Entmystifizierung des Automobils einhergehen werden. Diese Einschätzung steht auch nicht im Widerspruch zur Studie von PwC. Denn während das EASCY-Szenario zunächst wie eine radikale Transformation hin zu einer egalitären, geteilten Mobilität dargestellt wird, heißt es an anderer Stelle:

Trotz der Veränderung der Mobilitätsformen gehen wir von einer fortschreitenden Fahrzeugdifferenzierung in Größe und Segment aus. So werden geteilte Fahrzeuge sowohl im Premium- als auch im Volumensegment anzutreffen sein – aufgrund des primären urbanen Anwendungsbereichs dürfte es sich allerdings in erster Linie um kleinere Fahrzeuge mit weniger Sitzplätzen handeln. Die autonomen Privatfahrzeuge werden dagegen eher größere Autos speziell aus dem Premiumbereich sein. (PricewaterhouseCoopers 2017: 23)

Dieses Szenario verspricht also eher eine Erneuerung und weitere Polarisierung der Automobilität. Geteilte Kleinwagen für die einen, geteilte und nicht geteilte SUVs für die anderen. Das Auto als Statussymbol wird nicht angetastet, die massiven sozialen und ökologischen Probleme der Automobilität nur partiell adressiert

(etwa die Problematik der Luftverschmutzung im städtischen Raum). Es geht letztlich darum, die Mobilität an die Erfordernisse des flexiblen Kapitalismus anzupassen.

Das Szenario von Timo Daum hingegen zielt in eine ganz andere Richtung. Private Automobile soll es in Zukunft nicht mehr geben. Auch der Fahrstil wird sich mit der Durchsetzung des autonomen Fahrens dramatisch verändern (wobei es durchaus eine offene Frage ist, ob in absehbarer Zeit vollautomatisierte Fahrzeuge im „Normalbetrieb“ zum Einsatz kommen werden):

Ein autonomes Fahrzeug wird nie mit Absicht eine Radfahrerin schneiden, einem Fußgänger die Vorfahrt nehmen, noch schnell bei Dunkelgelb Gas geben oder sonstige Rüpelereien begehen, die in unserem nicht-algorithmischen Verkehr alltäglich sind. An die Stelle des Rechts des Stärkeren könnte die Stärkung bislang benachteiligter schwächerer Verkehrsteilnehmer*innen treten. (Daum 2018: 49)

Darüber hinaus wären die autonomen, elektrifizierten, geteilten und digital vernetzten Automobile eine Ergänzung zum öffentlichen Verkehr, der die Mobilität aller gewährleistet, so Daum. Die Kontrolle über die Daten bzw. das Recht auf informationelle Selbstbestimmung soll durch demokratische Verfahren sichergestellt werden. Insofern stellt sein Szenario eine radikale Abkehr vom bestehenden Verkehrssystem dar. Das Automobil würde seine Eigenschaft als Statussymbol, als Ausdruck einer privilegierten Klassenposition oder/und einer spezifischen Form von Maskulinität verlieren. Die Automobilnutzung, die spezifische „Verwobenheit von Körper und Maschine“ (Manderscheidt 2012: 165) würde sich im Zuge der Durchsetzung von autonom fahrenden Autos grundlegend verändern. Potenziale und Ansatzpunkte für eine Neubestimmung der materiellen und kulturellen Dimension von Automobilität scheinen in der Tat vorhanden zu sein (Digitalisierungsprozesse, insgesamt abnehmende Bedeutung des Autos für die junge Generation). Doch wie wahrscheinlich ist ein solches Szenario in Anbetracht der oben skizzierten gesellschaftlichen Entwicklungen?

Momentan erscheint eine Entwicklung in Richtung des EASCY-Szenarios als deutlich wahrscheinlicher. Der erstarkende Rechtspopulismus und die ihm zugrundeliegenden sozialen Ungleichheiten und patriarchalen Verhältnisse finden ihr Äquivalent in der „fortschreitenden Fahrzeugdifferenzierung“ (PricewaterhouseCoopers 2017: 23). Das Automobil bleibt das Statussymbol für viele. Geht es nach PwC wird die soziale Beschleunigung weiter forciert, es werden mehr Fahrzeuge gebaut, mehr Kilometer zurückgelegt und die Fahrzeuge immer schneller ausgetauscht. Die kognitive Dissonanz im Hinblick auf den Automobilverkehr findet im EASCY-Szenario ihren Ausdruck in einer konsequenten Dethematisierung sämtlicher Macht-, Herrschafts- und Naturverhältnisse. Zudem kann die potenziell allumfassende Verfügbarkeit autonomer Autos sowohl das Verkehrsaufkommen steigern als auch die Dynamiken sozialer Beschleunigung

im flexiblen Kapitalismus weiter anheizen. Aufgegriffen werden hingegen der Wandel in den Mobilitätspraktiken junger Menschen und neue technologische Entwicklungen (Digitalisierung und Elektromotoren).

Gleichwohl gibt es abgesehen von den sich wandelnden Mobilitätspraktiken junger Menschen und technologischen Möglichkeiten weitere Aspekte, die Hoffnung wecken, dass sich mit der Digitalisierung eine Verkehrswende vollzieht, die über die zunehmenden intermodalen Mobilitätspraktiken im Rahmen des flexiblen Kapitalismus hinausweisen. Vielfältige Initiativen und Bewegungen setzen sich für ein solidarisches Verkehrssystem ein. Seien es Fahrradvolksentscheide, Initiativen für einen beitragsfreien ÖPNV, Kämpfe gegen den Aus- oder Neubau von Straßen und Autobahnen oder das Bündnis „Bahn für Alle“ (Haas 2018). Ein solidarisches Verkehrssystem ist möglich. Eine Voraussetzung für dessen Durchsetzung ist die Entmystifizierung des Autos als Symbol für Freiheit, Fortschritt, Wohlstand, sozialen Status und Sicherheit.

Literatur

- Bauhardt, Christine (2004): *Entgrenzte Räume. Zu Theorie und Politik räumlicher Planung*. Wiesbaden.
- (2007): Feministische Verkehrs- und Raumplanung. In: Canzler, Weert/Knie, Andreas/Schöller, Oliver (Hg.): *Handbuch Verkehrspolitik*. Wiesbaden: 301-322.
- Brand, Ulrich/Wissen, Markus (2017): *Imperiale Lebensweise. Zur Ausbeutung von Mensch und Natur im globalen Kapitalismus*. München.
- Burkart, Günter (1994): Individuelle Mobilität und soziale Integration. Zur Soziologie des Automobilismus. In: *Soziale Welt* 45(2): 216-241.
- Canzler, Weert (2016): *Automobil und moderne Gesellschaft. Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Mobilitätsforschung*. Münster.
- Canzler, Weert/Knie, Andreas (1994): *Das Ende des Automobils. Fakten und Trends zum Umbau der Autogesellschaft*. Heidelberg.
- Daum, Timo (2018): Das Auto im digitalen Kapitalismus. Dieselskandal, Elektroantrieb, autonomes Fahren und die Zukunft der Mobilität. URL: www.rosalux.de/publikation/id/38652/das-auto-im-digitalen-kapitalismus/, Zugriff: 20.8.2018.
- Demirović, Alex (2018): Autoritärer Populismus als neoliberale Krisenbewältigungsstrategie. In: *PROKLA* 48(1): 27-42. DOI: 10.32387/prokla.v48i190.30.
- Eversberg, Dennis (2018): Grenzen der Komplexität Überlegungen zu einer Ökologie flexibelkapitalistischer Subjekte. URL: www.kolleg-postwachstum.de/sozwgmedia/dokumente/WorkingPaper/Wp+1_18+Eversberg.pdf, Zugriff: 20.8.2018.
- Felts, Alexandra (2014): Frau am Steuer. Geschlechterkampf ums Auto. In: *Süddeutsche Zeitung*, (6.1.2014). URL: www.sueddeutsche.de/auto/geschlechterkampf-ums-auto-frau-am-steuer-1.1854573, Zugriff: 18.7.2018.
- Gorz, André (2009): *Auswege aus dem Kapitalismus. Beiträge zur politischen Ökologie*. Zürich.
- Haas, Tobias (2018): Verkehrswende und Postwachstum – die Suche nach Anknüpfungspunkten. URL: www.kolleg-postwachstum.de/sozwgmedia/dokumente/WorkingPaper/WP+4_18+Haas.pdf, Zugriff 20.10.2018
- Holzappel, Helmut (2016): *Urbanismus und Verkehr. Bausteine für Architekten, Stadt- und Verkehrsplaner*. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden.

- Honneth, Axel (2002): Organisierte Selbstverwirklichung. Paradoxien der Selbstverwirklichung. In: Derselbe (Hg.): *Befreiung aus der Mündigkeit. Paradoxien des gegenwärtigen Kapitalismus*. Frankfurt a.M.: 141-158.
- Hossiep, Rüdiger (2018): Psychologe: „Beim Kauf eines SUV zählt allein das Image“. Hrsg. v. Deutsche Welle. URL: www.dw.com/de/psychologe-beim-kauf-eines-suv-z%C3%A4hlt-allein-das-image/a-42216577, Zugriff: 20.7.2018.
- Institut für Mobilitätsforschung, IfMo (2011): Mobilität junger Menschen im Wandel – multimodaler und weiblicher. URL: www.ifmo.de/files/publications_content/2011/ifmo_2011_Mobilitaet_junger_Menschen_de.pdf, Zugriff: 20.7.2018.
- Kraffahrtbundesamt (2018): Jahresbilanz der Neuzulassungen 2017. URL: www.kba.de/DE/Statistik/Fahrzeuge/Neuzulassungen/n_jahresbilanz.html, Zugriff: 20.8.2018.
- Kuhm, Klaus (1997): *Moderne und Asphalt. Die Automobilisierung als Prozeß technologischer Integration und sozialer Vernetzung*. Wiesbaden.
- Läpple, Dieter (1997): Grenzen der Automobilität? In: *PROKLA* 27(2): 195-216. DOI: 10.32387/prokla.v27i107.879.
- Lessenich, Stephan (2016): *Neben uns die Sintflut. Die Externalisierungsgesellschaft und ihr Preis*. München.
- Manderscheid, Katharina (2012): Automobilität als raumkonstituierendes Dispositiv der Moderne. In: Füller, Henning/Michel, Boris (Hg.): *Die Ordnung der Räume. Geographische Integration im Anschluss an Michel Foucault*. Münster: 145-178.
- Nachtwey, Oliver (2016): *Die Abstiegs-gesellschaft. Über das Aufbegehren in der regressiven Moderne*. Berlin.
- Paterson, Matthew (2007): *Automobile politics. Ecology and cultural political economy*. Cambridge.
- PricewaterhouseCoopers (2017): *eascy – die fünf Dimensionen der Transformation der Automobilindustrie*. URL: www.pwc.de/de/automobilindustrie/pwc_automotive_eascy-studie.pdf, Zugriff: 20.7.2018.
- Rosa, Hartmut (2005): *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Frankfurt a.M.
- Sachs, Wolfgang (1984): *Die Liebe zum Automobil: Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche*. Reinbek.
- Sennett, Richard (1998): *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*. Berlin.
- Schwedes, Oliver (2017): *Verkehr im Kapitalismus*. Münster.
- Vetter, Philipp (2018): SUVs sind in Deutschland doch keine Hausfrauen-Autos – WELT. In: *Die Welt*, (02.05.2018). URL: www.welt.de/wirtschaft/article176004776/SUVs-sind-in-Deutschland-doch-keine-Hausfrauen-Autos.html, Zugriff: 22.7.2018.
- Wells, Peter/Xenios, Dimitrios (2015): From ‘freedom of the open road’ to ‘cocooning’: Understanding resistance to change in personal private automobility. *Environmental Innovation and Societal Transitions* 5 (16): 106-119. DOI: 10.1016/j.eist.2015.02.001.