

# Psychologische zwischen Neupositionierung

## Einführung zum Schwerpunktthema

**Sebastian Bamberg** Anfang der 90er Jahre begann sich die psychologische Umweltforschung verstärkt für das Thema „Verkehr und Mobilität“ zu interessieren. Hintergrund für dieses Interesse war die Erkenntnis, dass die steigende CO<sub>2</sub>-Konzentration in der Erdatmosphäre zentrale Ursache des globalen Klimawandels ist und dass der Verkehrssektor einer der größten Emittenten dieses Treibhausgases ist.

Wie sieht 10 Jahre später der Stand der psychologischen Mobilitätsforschung aus? Das vorliegende Schwerpunktheft vermittelt weder eine repräsentative noch umfassende Antwort auf diese Frage. Aber dennoch gibt es eine erstaunliche Konvergenz im Tenor wie den Schlussfolgerungen der vorliegenden Beiträge. Dieser rote Faden lässt sich meines Eindrucks nach am besten anhand der beiden Begriffe Ernüchterung und Neupositionierung charakterisieren. Die Ernüchterung resultiert aus der Erkenntnis, wie eng die Entwicklung der Phänomene Mobilität und Verkehr mit der allgemeinen kulturellen, gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklung industrieller Gesellschaften verzahnt ist. Diese enge Verzahnung hat bisher dazu geführt, dass eine ernsthafte Diskussion, geschweige denn Realisierung der aus sozial-ökologischen Sicht dringend notwendigen Verkehrswende nicht stattfindet. Vielmehr drängt sich der Eindruck auf, dass im öffentlichen und politischen Raum die Diskussion über Maßnahmen, die auf eine Reduktion der Pkw-Nutzungsattraktivität abzielen, noch stärker tabuisiert ist als vor 10 Jahren. Für eine problemorientierte Umweltforschung muss dies Konsequenzen haben. Sind die Prämissen, von denen wir bei der Konzeption unserer Forschungsprojekte ausgehen, noch richtig? Haben unserer Forschungsergebnisse noch einen praktischen Nutzen für die verkehrspolitische Diskussion?

Auf das Bedürfnis, diese Fragen zu reflektieren, deutet die Tatsache hin, dass es sich bei 3 der eingereichten Beiträge nicht um Forschungsberichte, sondern um Reflektionen über den Stand der verkehrspolitischen Diskussion und deren Konsequenzen für die weitere Mobilitätsforschung handelt. Alle drei Positionsbeiträge fordern mehr oder weniger deutlich eine Neupositionierung der Mobilitätsforschung ein.

# Mobilitätsforschung – Ernüchterung und

Lassen Sie mich als Einführung in das vorliegende Schwerpunktthema kurz die Aspekte skizzieren, die meiner Ansicht nach die sechs Beiträge miteinander verbinden.

In ihrem Forschungsbeitrag „Einstellung zu Umwelt und Mobilität bei Jugendlichen“ berichten Klocke et al. über die Befunde einer aufwendigen Studie, in der sie mit Hilfe kombinierter Quer- und Längsschnittbefragungen Trends, Generationsunterschiede und altersbedingte Veränderungen in den Einstellungen mehrerer Jugendlicher Kohorten zu Umwelt und Mobilität analysiert. Ein erster Befund dieser Studie besteht darin, dass sie die Ergebnisse anderer Arbeiten bestätigt, wonach es in der zweiten Hälfte der 90er Jahre zu einem Rückgang des allgemeinen Umweltbewusstseins in Deutschland gekommen ist. Dieser Befund gilt sowohl für junge Erwachsene wie alle untersuchten Jugendlichen-Kohorten. Auffällig und in unserem Kontext besonders wichtig ist jedoch ein zweiter Befund dieser Studie: Klocke et al. finden einen deutlichen Generationsunterschied in der Einstellung zu politischen Maßnahmen, die auf eine Restriktion der Pkw-Nutzung abzielen. In jüngeren Kohorten scheint die Unterstützungsbereitschaft für Pkw-restringierende Maßnahmen noch geringer zu sein als in älteren Kohorten. Gleichzeitig stehen für diese jüngeren Generationen deutlich stärker die identitätsstiftenden und erlebnisbezogenen Aspekte der Autonutzung im Vordergrund. Vor dem Hintergrund, dass Klocke et al. keine Generationsunterschiede in der wahrgenommenen persönlichen Belastung durch verkehrsbedingte Umweltprobleme finden, deutet dieser Befund darauf hin, dass jüngere Jugendliche eine andere Abwägung Pkw-bezogener Vor- und Nachteile vornehmen als ältere Jugendliche: Sie wissen um die umweltbelastenden Effekte der Pkw-Nutzung, sind anscheinend jedoch bereit, diese negativen Konsequenzen in Kauf zu nehmen, weil sie den persönlichen Nutzen des Pkws (Spaß, Freiheit, Autonomie) höher einstufen. Insgesamt reflektieren jüngere Generationen damit die derzeit in unserer Gesellschaft dominierende Haltung zur Frage Umwelt und Verkehr: Umweltschutz ist zwar eine wichtige Sache, aber Mobilität ist noch wichtiger. Mobilität und Autonutzung scheint in den Augen der Jugendlichen immer mehr den Status einer unverzichtbaren Basisbedingung modernen Lebens anzunehmen, deren Notwendigkeit nicht diskutierbar ist. Wenn die Befunde von

Klocke et al. replizierbar sind, hat das weitreichende Konsequenzen für die verkehrspolitische Diskussion. Die häufig implizite Annahme, dass kommende Generationen aufgrund ihrer postmaterialistischen Werteinstellungen eine größerer Akzeptanz für Umweltschutzmaßnahmen haben, die wie z.B. Pkw-restringierende Maßnahmen, mit persönlichen Kosten verbunden sind, würde damit obsolet.

Der Forschungsbeitrag „Total abgefahren“ von Hunecke und Greger greift direkt die von Klocke et al. dokumentierte Wirkung von Sozialisationseinflüssen auf Mobilitätseinstellungen und -gewohnheiten von Jugendlichen auf. Hunecke und Greger analysieren die Darstellung der Automobilität in einem wichtigen jugendspezifischen Sozialisationsmedium, dem Musikvideo. Hunecke und Greger gehen davon aus, dass Musikvideos ein wesentlicher Bestandteil der Alltagskultur von Jugendlichen sind und daher einen prägenden Einfluss auf die Wahrnehmung und Bewertung der gesellschaftlichen Realität durch Jugendliche haben können. In der von Hunecke und Greger durchgeführten qualitativen Inhaltsanalyse von 423 Musikvideos zeigt sich, dass Formen der individuellen Mobilität in mehr als der Hälfte der analysierten Musikvideos thematisiert werden, und zwar vor allem als automobiler Mobilität. Automobiler Mobilität wird in den Videos besonders als dramaturgisches Mittel zur Thematisierung und Darstellung der Dimensionen „Erlebnis“, „Sozialstatus“ und „individuelle Autonomie“ benutzt, Dimensionen, die sich auf zentrale Entwicklungsaufgaben Jugendlicher beziehen. Die mit der Pkw-Nutzung verbundenen sozial-ökologischen Probleme werden in Musikvideos hingegen nicht thematisiert. Hunecke und Greger fassen ihre Befunde dahingehend zusammen, dass es sich bei Musikvideos um mediale „Sozialisatoren“ handelt, die von ihren Inhalten her das alltagskulturelle Phänomen des „Automobilismus“ (Pkw als Voraussetzung der individuellen Autonomie) zementieren und verstärken. Einschränkend muss hinzugefügt werden, dass Hunecke und Greger nicht die Frage untersuchen, inwieweit es einen kausalen Effekt von Musikvideos auf die Mobilitätseinstellungen und -gewohnheiten von Jugendlichen gibt und wenn ja, wie stark dieser Effekt ist.

Während die ersten beiden Forschungsbeiträge sich darauf konzentrieren, zu zeigen, wie tief das sozio-kulturelle Phänomen des „Automobilismus“ in unserer Alltagskultur verankert ist und wie sich dieses Phänomen in den individuellen Mobilitätseinstellungen und -gewohnheiten von Jugendlichen widerspiegelt, untersuchen Hübner und Fliegner in ihrem Forschungsbeitrag „Entmotorisierungspotential: Chance oder Illusion?“ die Frage, ob es unter den derzeitigen verkehrspolitischen „Status-Quo-Bedingungen“ ein nennenswertes Potential von Menschen gibt, die sich für einen anderen Umgang mit dem Kultobjekt „Auto“ interessieren bzw. bereit sind, einen solchen Umgang selbst zu praktizieren. Konkret geht es in dieser Untersuchung um die Ermittlung von Personen, die potentiell bereit wären, ein „öffentliches Auto“ zu nutzen. Grundidee des Konzepts „öffentliches Auto“ ist die Entkopplung von Autobesitz und Autonutzung. Verkehrspolitischer Hintergrund für die Entwicklung dieses Konzepts (bekanntestes Beispiel ist Car-Sharing), ist die Erkenntnis, dass der Pkw-Besitz an sich einen zentralen Stimulator der Pkw-Nutzung darstellt. So scheint die ständige Pkw-Verfügbarkeit jede Motivation zu untergraben, über nicht-automobile Verkehrsmittelalternativen nachzudenken, geschweige solche Alternati-

ven zu nutzen. Ein methodisch interessanter Aspekt von Hübner und Fliegners Arbeit ist die Verwendung eines aus der Sozialgeographie kommenden Indikatorsystems zur Identifizierung von Potentialgruppen und dessen Validierung mittels Ajzen's Theorie des geplanten Verhaltens. Die Ergebnisse der von Hübner und Fliegner durchgeführten Befragungsstudie sind nicht gerade ermutigend: Anhand des verwendeten Indikatorsystems (Autoanteils am Modal-Split; Nutzungshäufigkeit und Einstellungen) lassen sich lediglich 15% aller untersuchter Haushalte der Gruppe zuweisen, für die potentiell das Konzept „öffentliches Auto“ infrage kommt. 85% aller befragten Haushalte stufen Hübner und Fliegner hingegen als für dieses Konzept unerreichbar ein. Von den Haushalten, die der Potentialgruppe zugerechnet werden können, berichten nur 30% eine gewisse Bereitschaft, das Konzept „öffentliches Auto“ persönlich auszuprobieren. Mit anderen Worten, ca. 5% aller befragten Haushalte können sich vorstellen, Konzepte zu nutzen, die auf eine Entkopplung von privatem Pkw-Besitz und Pkw-Nutzung hinauslaufen. Hübner und Fliegner ziehen aus ihren Befunden den Schluss, dass das Konzept des öffentlichen Autos derzeit nur sehr eingeschränkte Chancen bietet, die theoretisch gesehenen Entmotorisierungspotentiale auszuschöpfen. Hübner und Fliegner vermuten, dass die mangelnde Berücksichtigung der symbolisch-emotionalen Funktionen des Autos durch das Konzept des öffentlichen Autos, einen zentralen Grund für das geringe Interesse an bzw. Bereitschaft zur Nutzung des Konzepts öffentliches Auto darstellt.

Wenn man die Ergebnisse der drei Forschungsbeiträge aus der Perspektive bewertet, inwieweit sich aus ihnen Ansatzpunkte für eine „Verkehrswende“ ableiten lassen, sind sie insgesamt doch sehr ernüchternd. Man wird das Gefühl nicht los, dass die individuellen mobilitätsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen so stark in ein „stählernes Gehäuse“ von alltagskulturellen Selbstverständlichkeiten und normierenden infrastrukturellen sowie sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen eingeschlossen sind, dass sich auf individueller Ebene kaum Veränderungspotentiale erkennen lassen.

Die Einsicht, dass dem Projekt „Verkehrswende“ derzeit so ziemlich alle aktuellen gesellschaftlichen und ökonomischen Megatrends entgegenstehen, bildet zugleich auch das verbindende Glied zwischen den Forschungsbeiträgen mit den drei Kommentaren von Giese, Schmidt & Rade und Monheim. Aus allen drei Kommentaren spricht die mehr oder weniger schmerzhaft erworbene Einsicht, dass die Entwicklung des Verkehrssektors durch die derzeitigen gesellschaftlichen und ökonomischen „Megatrends der Individualisierung, Pluralisierung der Lebensstile und der weltweiten Arbeitsteilung“ (Schmidt & Rade) geprägt wird. Die enge Verknüpfung mit diesen Megatrends ist auch die Ursache für die Komplexität, Janusköpfigkeit und geringe Steuerbarkeit des Phänomens „Mobilität und Verkehr“. Mobilität ist Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe, für Selbstverwirklichung und die Wahrnehmung von Lebenschancen. Mobilität ist ein zentrales Element unserer idealtypischen Lebensentwürfe. Auf der anderen Seite ist Mobilität jedoch nicht nur Freiheit und Chance, sondern hat ihren ökologischen und sozialen Preis, ja wird immer mehr zum Zwang. Alle drei Kommentatoren sind sich darin einig, dass sich die destruktiven Auswirkungen dieser „wildgewordenen“ Mobilität mit den Mitteln der traditionellen verkehrspolitischen Instrumentarien kaum werden lösen lassen. Die sozial- und umweltverträgliche Gestaltung des Verkehrssektors wird von allen als eine der zentralen

Herausforderungen und Gestaltungsaufgaben der Politik angesehen. Alle Kommentatoren sehen deshalb auch in der Entwicklung eines neuen mobilitäts- und verkehrspolitischen Leitbilds eine Voraussetzung für die erfolgreiche Bewältigung dieser Aufgabe. Um im politischen Raum wirksam werden zu können, müssen diese Leitbilder nicht nur die „kognitiven, sondern auch die emotionalen, volitionalen und affektiven Potenziale der Menschen, kurzum die ganze Persönlichkeit mobilisieren“ (Schmidt & Rade).

Die Einschätzung, dass die Entwicklung eines neuen Leitbilds für die zukünftige Gestaltung des Verkehrssektors sowie die Umsetzung dieses Leitbilds in eine politische Durchsetzungsstrategie die zentralen Voraussetzungen für eine echte Verkehrswende darstellen, veranlasst Monheim und Giese zu einer kritischen Kommentierung der momentanen sozialwissenschaftlichen Mobilitätsforschung im Allgemeinen und der psychologischen Mobilitätsforschung im Speziellen.

So fordert Giese, dass die aus seiner Sicht derzeit zu akademische „Erklärungsforschung“ stärker in eine „Veränderungsforschung“ (im Sinne des Aktionsforschungsansatzes) übergehen müsse. Ferner kritisiert Giese das aus seiner Sicht naive und unrealistische Menschenbild der sozialwissenschaftlichen Mobilitätsforschung. Dieses Bild eines dem ÖV wohlgewogenen, für die verkehrsbedingten Umweltschäden sensibilisierten, rational abwägenden Menschen habe mit der Realität wenig zu tun. Vielmehr müsse davon ausgegangen werden, dass die persönlichen Identitäten, Lebensziele und vor allem auch Lebensverhältnisse viele Menschen so an den Pkw binden, dass sie kaum freiwillig auf dieses Verkehrsmittel verzichten werden.

Nach Ansicht von Monheim trägt psychologisches Wissen derzeit mehr zur Zementierung der Autoförderung als zur Vorbereitung der Verkehrswende bei. Verglichen mit den wenigen PsychologInnen im Dienst von Fahrradverkehr, Fußverkehr und Öffentlichem Verkehr, unterstützen derzeit Legionen von PsychologInnen die Automobilindustrie bei der Weiterentwicklung und Inszenierung des Kultobjekts „Auto“. Außerdem „verheddern“ sich nach Monheim viele im Verkehr tätige PsychologInnen in den gängigen, wertebeladenen Begriffen. In ihren Befragungen suggerieren sie den Menschen, dass ein Leben ohne Auto moralinsaurer Selbstkasteiung und Verzicht sei. Generell stört Monheim die moralische Aufladung des Verkehrsthemas in der sozialwissenschaftlichen Forschung, in der die Verkehrswende wie „sauer Bier“ definiert wird.

Ein weiteres Defizit der psychologischen Mobilitätsforschung sieht Monheim in der Fixierung auf die Analyse des Verhaltens individueller Verkehrsteilnehmer. Seiner Ansicht nach wäre es aus Sicht des Projekts „Verkehrswende“ viel notwendiger, das Verhalten kollektiver Akteure in den Bundes-, Landes- und Kommunalparlamenten und -verwaltungen, in den Verkehrsunternehmen, in der Wirtschaft sowie in den Verbänden und Vereinen zu untersuchen. Wovon hängt ihre Grundorientierung ab? Welche Hoffnungen und Ziele haben sie, welche Visionen? Welche Blockaden hindern sie an konsequenten Kurskorrekturen. Für Monheim ist die Angst der Politik vor „Volkes Stimme“, d.h. die Erwartung

mit massivem Stimmzug für eine andere Verkehrspolitik bestraft zu werden, eine der entscheidenden Barrieren bei der Durchsetzung der Verkehrswende.

Abschließend möchte ich die letzte Kritik von Monheim aufgreifen und vertiefen. Ich stimme Monheim völlig zu, dass ein zentrales Defizit der derzeitigen psychologischen Mobilitätsforschung ihre nach wie vor zu starke Fixierung auf und isolierte Betrachtung des individuellen Verhaltens der einzelnen Verkehrsteilnehmer darstellt. Aus meiner Sicht behindert diese weitgehende Kontextblindheit bei vielen psychologischen MobilitätsforscherInnen ein wirkliches Verständnis für die Dynamik des Verkehrsentstehungsprozesses und damit zugleich auch die Entwicklung effektiver Problemlösungskonzepte. Symptomatisch für diese verkürzte Sichtweise ist die Konzeption der Verkehrsmittelwahl als Ergebnis einer freien Entscheidung. Damit wird unterstellt, dass Mobilitätsstile und die sich daraus ergebende Verkehrsmittelnutzung völlig unter der freien Entscheidung des einzelnen Menschen stehen. Konsequenterweise dominiert dann auch in der praktischen Forschung immer noch zu stark der Ansatz, Mobilitätsverhalten vor allem als Ergebnis individueller Einstellungen, Werthaltungen und moralischer Normen zu sehen. Das hartnäckige Insistieren der Menschen darauf, dass sie keine Wahl zur Pkw-Nutzung haben, wird vor diesem Hintergrund vor allem als Immunisierungs- und Verleugnungsstrategie denunziert. Ich würde mir von der psychologischen Mobilitätsforschung eine neutralere Analyse der Frage wünschen, welche Kosten unter den derzeit gegebenen infrastrukturellen Bedingungen der Verzicht auf den Pkw für viele Menschen hat und wie zumutbar diese Kosten sind. In einem allen psychologischen MobilitätsforschernInnen empfohlenen Artikel analysiert Kutter (2001) sehr eindringlich, wie sich in den letzten 20 Jahren unsere Raumstrukturen so verändert haben, dass die Abwicklung der notwendigen Alltagsmobilität innerhalb akzeptabler Zeitgrenzen zunehmend die Pkw-Verfügbarkeit voraussetzt. Nach Kutter lässt diese autobasierte Alltagsmobilität dem einzelnen Verkehrsteilnehmer kaum noch Entscheidungsalternativen.

Dieser Entwicklungstrend zu einer Infrastruktur, die die Pkw-Verfügbarkeit als selbstverständlich voraussetzt, hält ungebrochen an. Kutter (2001) erwähnt in diesem Kontext besonders drei Basisentwicklungen:

- „Wohnen im Umland“ verstärkt die Zersiedlung und erschwert die ÖV-Erreichbarkeit der Wohnung.
- „Neue Arbeitsstätten im Umland“ führt zu immer längeren Arbeitswegen und erschwert die ÖV-Erreichbarkeit der Arbeitsstätte.
- „Siegeszug der Super-Super-Märkte und Freizeiteinrichtungen“ fördert die Pkw-Nutzung im Einkaufs- und Freizeitbereich.

Inzwischen gibt es ebenfalls Hinweise darauf, dass auch die stärkere Nutzung moderner Informationstechnologien (Internet, Handy, E-Commerce) nicht den anfänglich erhofften verkehrssparenden Effekt hat, sondern im Gegenteil neuen Verkehr erzeugt.

Meiner Ansicht nach muss die psychologische Mobilitätsforschung, wenn sie relevante Beiträge zur Entwicklung und Durchsetzung der eingeforderten neuen verkehrspoliti-

schon Leitbilder liefern will, deutlich „umweltpsychologischer“ werden. Umweltpsychologischer in dem Sinne, dass sie stärker als bisher die Transaktion zwischen infrastrukturellen Rahmenbedingungen und dem Mobilitätsverhalten des Individuums thematisiert, anstatt sich auf das isolierte Individuum zu konzentrieren.

## Literatur

Kutter, E. (2001). Alltäglicher Mobilitätsaufwand zwischen Individualität und sachstruktureller Determination. In: A. Flade & S. Bamberg (Hg.), *Mobilität und Verkehr - Ansätze zur Erklärung und Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens* (S.205-239). Darmstadt: Institut für Wohnen und Umwelt.

*Annette Feuchter*

# Lob des sozialen Faulenzens Motivation und Leistung beim Lösen komplexer Probleme in sozialen Situationen

Soziales Faulenzen bezeichnet einen Motivationsverlust, der bisher meist als eine negative Folge kollektiven Arbeitens betrachtet wurde. Die vorliegende experimentelle Studie zeigt dagegen, dass im Falle komplexer Anforderungen (computersimuliertes Szenario „Fire Fighting“) derartige Motivationsverluste auch positive Effekte haben können und eine optimale Problembewältigung in Aussicht stellen.

*Lob des sozialen Faulenzens* klärt diesen zunächst paradox anmutenden Zusammenhang durch die Zusammenführung der Erkenntnisse aus der Sozialpsychologie und der Forschung zum komplexen Problemlösen und eröffnet auf der Grundlage der empirischen Befunde auch Perspektiven für die effiziente Gestaltung von Gruppenarbeit.

ISBN 3-935357-81-8

Preis: 40,- DM / Euro 20,-

PABST SCIENCE PUBLISHERS

Eichengrund 28, D-49525 Lengerich, Tel. ++49 (0) 5484-308,

Fax ++49 (0) 5484-550, E-mail: [pabst.publishers@t-online.de](mailto:pabst.publishers@t-online.de)

Internet: <http://www.pabst-publishers.com>