

„Und wenn das Auto elektrisch wäre?“ Zur prägenden Wirkung von Mobilitätsleitbildern bei Familien

Uta Schneider

Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Breslauer Str. 48,
76139 Karlsruhe, E-Mail: uta.schneider@isi.fraunhofer.de

Keywords: Elektromobilität, Akzeptanz, Mobilitätsverhalten

Ausgangslage und Ziel der Untersuchung

Die Bedeutung von Mobilität nimmt in globalisierten Gesellschaften weiter zu und die Menschen sehen sich gestiegenen Mobilitätsanforderungen gegenüber, was insbesondere auf die Gruppe der Familien zutrifft. Familien stellen insofern eine Gruppe dar, die im Alltag häufig auf das Auto zurückgreift. Aber auch in der Gesamtgesellschaft hat das Auto als Verkehrsmittel eine besondere Stellung erlangt und dominiert die Alltagsmobilität (vgl. infas und DLR 2010). Dies weist auf die hohe Stabilität des automobilen Leitbildes im Sinne des Universalfahrzeugs hin; das heißt, (potentielle) NutzerInnen möchten mit dem Auto verschiedene Arten von Fahrten erledigen können.

Autofahren ist jedoch mit negativen Konsequenzen für die Umwelt verbunden, wie CO₂-Emissionen, Lärm- und Feinstaubbelastungen. Familien könnten anstreben, ihre Autonutzung zu reduzieren, um eine lebenswerte Umwelt für nachfolgende Generationen zu erhalten. Die Technologie Elektromobilität könnte für die Familien hier die Möglichkeit bieten, den Bedarf nach Automobilität mit dem Wunsch nach Umweltfreundlichkeit zu vereinbaren.

Dieser Beitrag untersucht im Rahmen einer empirischen Untersuchung die Frage, wie autobezogene Leitbilder in Familien ausgehandelt und in der Alltagspraxis umgesetzt werden. Zudem wird der Frage nachgegangen, wie die Wahrnehmung von Elektrofahrzeugen mit den autobezogenen Leitbildern in Familien kompatibel ist.

Forschungsstand und theoretischer Rahmen

Familien haben im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen erhöhte Mobilitätsanforderungen zu bewältigen, was u.a. durch eine zunehmende Berufstätigkeit von Müttern (vgl. Bundesministerium für Familie 2012) und gestiegene Wertvorstellungen zur optimalen Förderung und Erziehung der Kinder (vgl. Heine und Mautz 1999) bedingt ist. Infolgedessen legen Familien im Alltag mehr Wege als andere Bevölkerungsgruppen zurück (vgl. Nobis und Lenz 2005). Der Pkw stellt in diesem Kontext ein Verkehrsmittel dar, das für Familien eine wichtige Rolle spielt aufgrund der verschiedenen Zwecke, die es erfüllen kann. Dies resultiert in einer höheren Pkw-Verfügbarkeit und -Nutzung von Familien im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen, was auch für Großstädte zutrifft (vgl. Ahrend und Herget 2012; Follmer und Nobis 2009).

Gleichzeitig könnten sich aufgrund der gestiegenen Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Gesellschaft Leitbilder und Wertorientierungen zur Reduktion der Autonutzung mehr und mehr verbreiten. Die Umsetzung dieser Leitbilder in der Alltagspraxis kann jedoch für Familien aufgrund ihrer hohen Mobilitätsanforderungen eine Herausforderung darstellen. Zudem stehen diesen autobezogenen Wertorientierungen Vorstellungen einer „guten Mutter“ gegenüber, welche für die alltägliche Autonutzung verantwortlich sein können (vgl. Dowling 2000). Das heißt, Mütter können mit ihrer Autonutzung das Ermöglichen einer guten Bildung und Betreuung für ihre Kinder assoziieren (vgl. ebd.). Zudem stellt sich die Frage nach der familieninternen Aushandlung dieser autobezogenen Wertorientierungen und deren Umsetzung im Alltag. Denn wie die Forschung zeigt, unterliegt die Familienmobilität im Alltag einer Vielzahl von Aushandlungsprozessen, wie bspw. zum Zugang zum Pkw (vgl. Scheiner und Holz-Rau 2012).

Hier könnte die neue Technologie Elektromobilität für Familien die Möglichkeit bieten, den Bedarf nach motorisierter Individualmobilität mit dem Wunsch nach nachhaltiger Alltagsmobilität zu vereinbaren. Denn Elektrofahrzeuge werden in der Bevölkerung als umweltfreundliche Technologie wahrgenommen (vgl. Egbue und Long 2012). Auch die hohe Verfügbarkeit über Pkw in Familienhaushalten kann eine Chance für die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen darstellen; so sind Haushalte mit mehr als einem Pkw offener gegenüber Elektromobilität als solche mit nur einem Auto (vgl. Gärling 2001).

Weil die Mehrheit der VerbraucherInnen noch keine eigenen Erfahrungen mit Elektrofahrzeugen gesammelt hat, sind die Bewertungen elektrischer Fahrzeuge geprägt vom Leitbild des Autos als Universalfahrzeug (vgl. Zimmer und Rammler 2011). Dieses Leitbild beinhaltet die Vorstellung eines Fahrzeugs, mit dem verschiedenste Transport- bzw. Mobilitätsbedürfnisse befriedigt werden können (vgl. Canzler und Knie 1994). Neben diesen instrumentellen werden auch symbolische Bedürfnisse, wie Unabhängigkeit, Flexibilität oder Selbstdarstellung mit der Autonutzung verbunden (vgl. Burkart 1994). Elektrofahrzeuge sind aus Verbrauchersicht hinsichtlich dieser Aspekte konventionellen Fahrzeugen unterlegen (vgl. Zimmer und Rammler 2011); aus Sicht von Familien stellen vor allem der hohe Anschaffungspreis (vgl. Fornahl et al. 2011) sowie die geringe Reichweite und die zum Teil geringe Transportkapazität Barrieren für den Kauf dar (vgl. Gärling 2001).

Das zuvor beschriebene Leitbild des Automobils ist Bestandteil des theoretischen Rahmens der in diesem Beitrag dargestellten Untersuchung. Dieser stellt das Leitbild-Konzept aus der sozialwissenschaftlichen Technikforschung (vgl. Dierkes et al. 1992) dar. Leitbilder werden als längerfristig geltende kollektive Orientierungsmuster bzgl. wünschbarer und machbarer Techniken oder technischer Zukünfte definiert. Sie können sich auf die Ausgestaltung (technische Leitbilder) oder die Nutzung einer Technik (kulturelle Leitbilder) beziehen und prägen das Denken und Handeln ihrer TrägerInnen (vgl. Giesel 2007).

Forschungsfragen und methodisches Vorgehen

Die in diesem Beitrag präsentierte Studie analysiert die folgenden Forschungsfragen:

1. Welche kulturellen Leitbilder teilen Familien zu Automobilität, wie werden diese praktiziert und in den Familien ausgehandelt?
2. Welche Leitbilder teilen Familien zu Elektromobilität und wie werden diese in den Familien ausgehandelt?

Um diese Forschungsfragen zu beantworten, wurden bei 22 Familien (42 Elternteilen) in drei baden-württembergischen Großstädten (Freiburg, Karlsruhe und Stuttgart) Mobilitätstagebücher über eine Woche erhoben. Damit wird das alltägliche Mobilitätsverhalten der Familien erfasst. Anschließend wurden leitfadengestützte Paar- und Familieninterviews durchgeführt, um Leitbilder zu Autos und Elektroautos bei den Familien zu identifizieren.⁵ Diese kollektive Erhebungsform ermöglicht es, Interaktionen und Aushandlungsprozesse zwischen den Familienmitgliedern zu analysieren. Die Interviews wurden mit einer Kombination aus qualitativer Inhaltsanalyse und Sequenzanalyse ausgewertet.

Je sieben Familien im Sample leben in Freiburg und Stuttgart und acht in Karlsruhe. Bezüglich der Familienformen dominiert die „Normalfamilie“ (Peuckert 2004), d.h. zwei Elternteile leben mit ihren leiblichen Kindern in einem Haushalt. Daneben haben zwei alleinerziehende Mütter und eine Stieffamilie an der Studie teilgenommen. Die Hälfte, elf Familien, hat nur Schulkinder, d.h. keine Kinder unter sechs Jahren, im Haushalt, während die andere Hälfte (auch) jüngere Kinder hat. Das Sample weist ein relativ hohes Bildungsniveau auf (40 der 42 Elternteile haben einen (Fach-)hochschulabschluss) und die meisten Familien verfügen über ein hohes oder mittleres Haushaltseinkommen. Zudem besitzen die meisten Familien einen oder zwei Pkw im Haushalt; demgegenüber bewältigen sechs Familien ihre alltägliche Mobilität ohne ein eigenes Auto. Damit sind autolose Familienhaushalte in der vorliegenden Untersuchung im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überrepräsentiert. Dies zeigt der Vergleich mit dem Anteil von Familien ohne Auto in Deutschland, welcher zwischen zwei und drei Prozent liegt (vgl. infas und DLR 2010).

Diese speziellen Samplemerkmale – ein hohes Bildungsniveau und der hohe Anteil autoloser Familien – können möglicherweise mit einem hohen Umweltbewusstsein der teilnehmenden Familien assoziiert sein. Bei der Rekrutierung der UntersuchungsteilnehmerInnen spielte in den dazu bereitgestellten Informationen ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten und die Technologie Elektromobilität eine Rolle. Dies kann möglicherweise insbesondere umweltbewusste Familien angesprochen haben. Weil diese Studie nicht das Ziel verfolgt, die Bevölkerung abzubilden, sondern an zukünftigen Mobilitätskonzepten und -technologien Interessierte zu untersuchen, stellen diese Selbstselektionseffekte keinen Nachteil dar.

⁵ Insgesamt wurden 15 Paarinterviews, vier Familieninterviews (Kinder nahmen aktiv am Interview teil) und drei Einzelinterviews durchgeführt. Die Interviews fanden i.d.R. bei den Familien zuhause statt und dauerten zwischen 45 Minuten und 2,09 Stunden.

Ergebnisse: Typen der leitbildorientierten Autonutzung

Das Ergebnis der empirischen Untersuchung stellt eine Typologie dar. Diese wurde mittels eines Merkmalsraums mit zwei Vergleichsdimensionen konstruiert. Die Typenbildung wurde vorgenommen, um einen Überblick über die teilnehmenden Familien zu erhalten sowie um inhaltliche Sinnzusammenhänge aufdecken zu können. Die Vergleichsdimensionen stellen das Ausmaß der Autonutzung bei beiden Elternteilen (Ergebnis der Mobilitätstagebücher) und die Existenz kultureller Leitbilder zur Autonutzung (Ergebnis der Interviews)⁶ dar. Es wurden drei Typen der leitbildorientierten Autonutzung gebildet:

- Typus 1: Die pragmatisch Automobilen
- Typus 2: Die Autovermeider
- Typus 3: Die ambivalenten Autonutzer

Die folgende Abbildung veranschaulicht das Ergebnis der Typenbildung (Abbildung 1).

Typus 1: Die pragmatisch Automobilen (N=6 Familien):		Typus 2: Die Autovermeider (N=7 Familien):		Typus 3: Die ambivalenten Autonutzer (N=8 Familien):	
Tatsächliche Autonutzung	↓	Tatsächliche Autonutzung	↓	Tatsächliche Autonutzung	→
Kein Pkw im Haushalt	3 Familien	Kein Pkw im Haushalt	3 Familien	Kein Pkw im Haushalt	-
Autobezogene Leitbilder	-	Autobezogene Leitbilder	✓	Autobezogene Leitbilder	✓
Autobezogene Aushandlungen	-	Autobezogene Aushandlungen	-	Autobezogene Aushandlungen	✓

Abbildung 1: Typen der leitbildorientierten Autonutzung (tatsächliche Autonutzung: ↓ = durchschnittliche Autonutzung der Familien in diesem Typus liegt unter 20 Prozent, was als niedrige Autonutzung definiert wurde; → = durchschnittliche Autonutzung der Familien in diesem Typus liegt zwischen 20 und 40 Prozent, was als mittelhohe Autonutzung definiert wurde).

Eine der Familien ließ sich nicht den drei Typen zuordnen, weshalb dieser Fall in der weiteren Analyse nicht mehr berücksichtigt wurde.

Typus 1 umfasst Familien, in denen keine Leitbilder zur Autonutzung geteilt werden; gleichzeitig nutzen beide Elternteile das Auto wenig. Drei dieser Familien besitzen kein Auto und sind Mitglied in Carsharing-Organisationen. Leitbilder zur Vermeidung der Autonutzung werden nicht geteilt. Vielmehr wählen diese Familien flexibel und pragmatisch aus dem Angebot verschiedener Verkehrsmittel aus. Insofern sind keine Aushandlungen in Bezug auf die Autonutzung aufgetreten.

⁶ Diese kulturellen Leitbilder zur Autonutzung wurden in den Interviews mit der Sequenzanalyse herausgearbeitet. Einen Zwischenschritt stellte dabei die Identifikation von Werten zur Autonutzung dar. Strenggenommen kann erst von einem Leitbild gesprochen werden, wenn dieses auch in Handlungen sichtbar ist (Dimension der Auswirkungen auf das Denken und Handeln).

In den Familien des Typus 2 „Die Autovermeider“, wird die Wertvorstellung verfolgt, die Autonutzung im Alltag möglichst zu vermeiden. Das Motiv für dieses Leitbild bildet bei vielen Familien der Umweltschutz. Die meisten dieser Familien setzen dieses Leitbild auch in ihrer alltäglichen Mobilität um, d.h. das Auto wird von beiden PartnerInnen im Alltag eher wenig genutzt. Drei Familien in diesem Typus besitzen kein Auto, wovon zwei Car-sharing nutzen. Aushandlungen zur Autonutzung und autobezogenen Werten traten nur bei einer der hier untersuchten Familien auf. In dieser autolosen Familie handelten die Eltern aus, wie eine vorstellbare Autonutzung in der Zukunft, bedingt durch zunehmende Kinderaktivitäten, mit den Wertvorstellungen vereinbart werden könne.

Familien des Typus 3, „Die ambivalenten Autonutzer“, teilen ebenfalls das kulturelle Leitbild, die Autonutzung aus Gründen des Umweltschutzes zu reduzieren. Gleichzeitig ist aber der Umfang der Autonutzung zwischen beiden PartnerInnen unterschiedlich, d.h. ein Elternteil setzt dieses Leitbild im Alltag nicht oder nur teilweise um. Diese höhere Autonutzung ist mit dem Pkw-Besitz assoziiert, d.h. in diesem Typus gibt es keine Familie ohne eigenen Pkw im Haushalt. Aufgrund der Diskrepanz zwischen den Leitbildern und dem tatsächlichen Verhalten ist für diesen Typus ein hohes Potenzial für Aushandlungen festzustellen, die sich auf die Umsetzung autobezogener Werte und Leitbilder beziehen. Dies trifft insbesondere auf Familien zu, welche eine im Vergleich zu den anderen Familien in diesem Typus hohe Autonutzung aufweisen.

Die Typenbildung zeigte, dass die meisten teilnehmenden Familien das kulturelle Leitbild verfolgen, ihre Autonutzung im Alltag zu reduzieren. Die Leitbilder zur Autonutzung entsprechen bei der Mehrheit der Familien auch der Alltagspraxis, denn das Auto wird mit einem Anteil von 23 Prozent an allen Wegen (FahrerIn und MitfahrerIn)⁷ eher wenig genutzt. Dies zeigt die folgende Grafik (Abbildung 2), in der der Modal Split⁸ der Familien dargestellt ist. Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel ist in Freiburg und Karlsruhe das Fahrrad; dies trifft sowohl für Familien mit als auch ohne Auto im Haushalt zu. In Stuttgart wird demgegenüber am häufigsten zu Fuß gegangen, was ebenfalls für beide Haushaltformen zutrifft. Das Auto erreicht Anteile zwischen vier und 35 Prozent an allen in einer Woche zurückgelegten Wegen. Diese niedrige Autonutzung steht im Widerspruch zu Forschungsergebnissen zur Familienmobilität in Deutschland; so legen Haushalte in Kernstädten mit mindestens einem Kind 60 Prozent der Wege mit dem Auto zurück (vgl. Ahrend und Herget 2012).

⁷ Wenn im weiteren Verlauf dieses Papiers von der Autonutzung gesprochen wird, sind damit immer Wege, die als FahrerIn oder als BeifahrerIn zurückgelegt werden, gemeint.

⁸ Bei der Errechnung des Modal Split wird ermittelt, für wie viel Prozent der in der dokumentierten Woche zurückgelegten Wege welches Verkehrsmittel (Hauptverkehrsmittel) genutzt wurde.

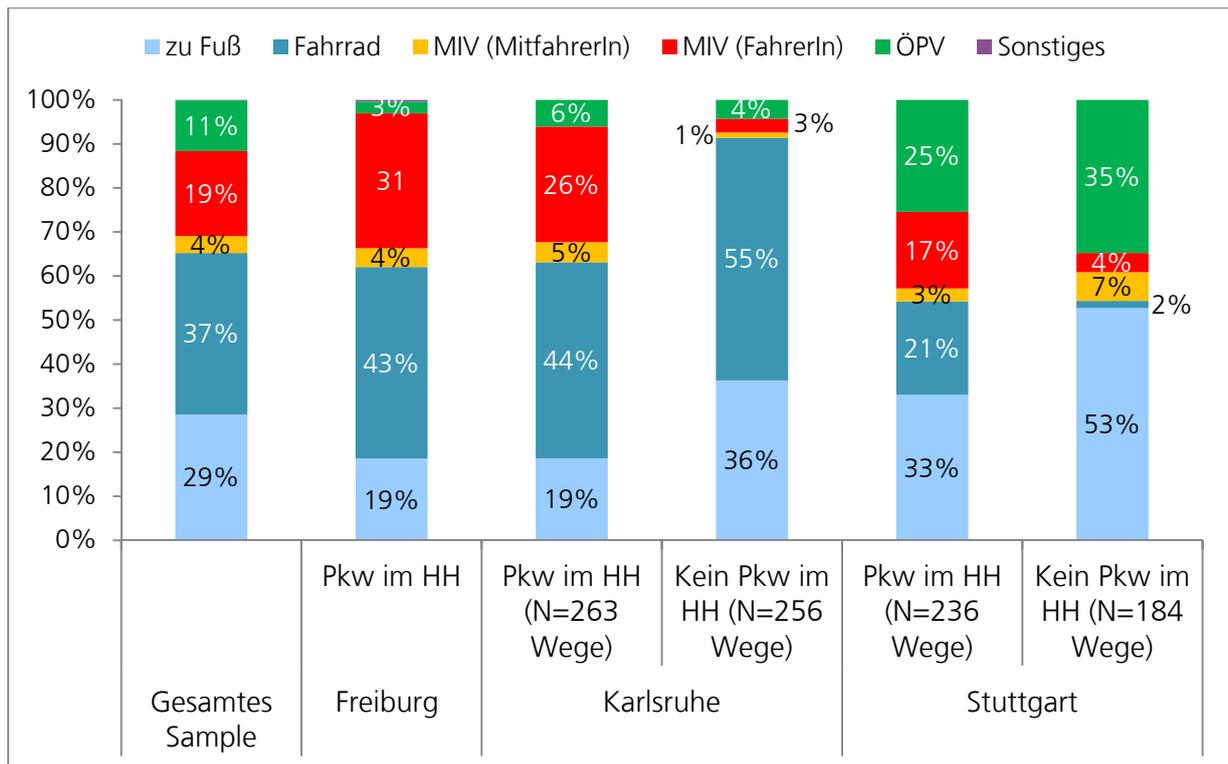


Abbildung 2: Modal Split differenziert nach dem Wohnort und der Pkw-Verfügbarkeit (in Freiburg verfügen alle teilnehmenden Familien über mindestens einen Pkw im Haushalt)

Abbildung 2 weist zudem auf einen möglichen Zusammenhang zwischen dem Wohnort der Familien und der Autonutzung hin. Dies bestätigen Chi-Quadrat-Unabhängigkeit-Tests⁹: Familien in Freiburg und Karlsruhe nutzen das Auto signifikant häufiger als in Stuttgart (sofern nur Familien mit mindestens einem Pkw im Haushalt betrachtet werden) ($p < 0,00$, χ^2 16,013, $df=2$).

Der Umfang der Autonutzung im Alltag hängt zudem auch von weiteren Personen- bzw. Haushaltsmerkmalen ab, wie dem Alter der Kinder (Haushalte mit ausschließlich Schulkindern nutzen das Auto häufiger als Haushalte, die (auch) jüngere Kinder haben) ($p < 0,05$, χ^2 5,502, $df=1$) und dem Geschlecht (Väter nutzen das Auto häufiger als Mütter) ($p < 0,05$, χ^2 6,007, $df=1$).

Die Autonutzung von Familien ist nicht nur vom Wohnort oder von Personen- bzw. Haushaltsmerkmalen abhängig, sondern diese unterliegt in den Familien einer Reihe von Aushandlungsprozessen. Dies stellt ein weiteres wichtiges Resultat der Typenbildung dar.

⁹ Der Chi-Quadrat-Test wird eingesetzt, um den Zusammenhang zwischen zwei nominalen bzw. dichotomen Variablen statistisch zu untersuchen (vgl. Bortz und Schuster 2011). Die Null-Hypothese lautet dabei, dass zwei Variablen keinen Zusammenhang aufweisen, d.h. unabhängig voneinander sind. Bei großen Differenzen zwischen erwarteten und tatsächlichen Häufigkeiten, worüber die Prüfgröße χ^2 Auskunft gibt, wird die Nullhypothese verworfen (vgl. ebd.). Dafür muss geprüft werden, ob das Ergebnis signifikant ist. Das Signifikanzniveau α wird hier mit 0,05 ($p=0,05$) angesetzt. Df bezeichnet die Freiheitsgrade, welche die Parameter der Chi-Quadrat-Verteilung darstellen.

Das heißt, die Familien handeln aus, wie sie ihre autobezogenen Werte in der Alltagspraxis der Verkehrsmittelnutzung umsetzen. So sind das Ausmaß und die Art der Aushandlungen u.a. abhängig von den Unterschieden hinsichtlich der Autonutzung zwischen beiden PartnerInnen (größere Unterschiede hängen mit stärkeren Aushandlungen zusammen, wie der Vergleich von Typus 2 und 3 zeigt), vom Vorhandensein von autobezogenen Leitbildern (die Existenz von Leitbildern hängt mit stärkeren Aushandlungen zusammen, wie der Vergleich von Typus 1 mit Typus 2 und 3 zeigt) sowie teilweise vom Umfang der tatsächlichen Autonutzung (eine höhere alltägliche Autonutzung hängt in Typus 3 mit stärkeren Aushandlungen zusammen)

Ergebnisse: Leitbilder zu Elektromobilität

Die hohen Mobilitätsanforderungen von Familien könnten im Alltag eine Herausforderung für den Wunsch, die Autonutzung zu reduzieren, darstellen. Dies kann möglicherweise insbesondere für Typus 3, die ambivalenten Autonutzer, zutreffen. Hier könnte die Technologie Elektromobilität für die Familien eine interessante Alternative bieten, um im Alltag nachhaltig mobil sein zu können. Insofern stellt sich die Frage, welche Leitbilder bzgl. Elektroautos die Familien verfolgen und inwiefern deren Existenz mit den Typen der leitbildorientierten Autonutzung zusammenhängt. Aus den Interviews konnten vier Leitbilder – zwei technische (Ausgestaltung einer Technik) und zwei kulturelle (Nutzung einer Technik) – bei den Familien identifiziert werden:¹⁰

- Technisches Leitbild vom Elektroauto als vollwertiger Ersatz des konventionellen Autos
- Technisches Leitbild vom umweltfreundlichen Elektroauto
- Kulturelles Leitbild vom Elektroauto als Stadtfahrzeug
- Kulturelles Leitbild einer bewussten Autonutzung bzw. Energieverbrauch

Das technische Leitbild vom Elektroauto als vollwertiger Ersatz des konventionellen Autos wird von allen drei Typen der leitbildorientierten Autonutzung geteilt. Die Familien wünschen eine Angleichung der technischen Eigenschaften von Elektrofahrzeugen an konventionelle, womit die Stabilität des Leitbildes des Automobils als Universalfahrzeug verdeutlicht wird. Das heißt, ein Auto bzw. Elektroauto soll verschiedenste Mobilitätsbedürfnisse befriedigen. Damit bildet das Leitbild des Autos als Universalfahrzeug die Referenz für die Bewertung von Elektrofahrzeugen (vgl. auch Dierkes und Rammler 2001). Dies verdeutlicht das folgende Zitat:¹¹

¹⁰ Die Leitbilder zu Elektrofahrzeugen wurden ebenso wie die Leitbilder zu Autos auf Grundlage der sequenzanalytischen Auswertungen herausgearbeitet. Die Dimension der Wunsch- und Machbarkeit von Leitbildern wurde in den Interviewäußerungen über das Vorhandensein von normativen Elementen im Kontext der Bewertung von Elektroautos operationalisiert sowie über Äußerungen, die eine perspektivische Einschätzung, wann der erwünschte Zustand für erreicht bzw. erreichbar gehalten wird, enthalten. Für die Operationalisierung der Dimension der kollektiv geteilten Vorstellung, ebenfalls Bestandteil des Leitbild-Konzepts, ist es wichtig, dass ein Leitbild bei mehreren Personen identifiziert wird. Die Auswirkungen auf das Denken und Handeln der Leitbild-TrägerInnen können bspw. über das tatsächliche Mobilitätsverhalten analysiert werden.

¹¹ In den wörtlichen Zitaten aus den Interviews stellen kursiv geschriebene Begriffe Wörter dar, die die Interviewten besonders betonten. Drei Punkte stellen kurze Sprechpausen dar.

„Aber ein reines Elektroauto, da würde uns die Reichweite gar net ausreichen. ... [...] damit kommen wir halt dann nicht zu den Großeltern oder so. Von daher... So ein *Hybrid* oder so was würd' uns dann wahrscheinlich eher... ähm eher nutzen. Weil wir dann nicht *nur* ein Auto für die Stadt hätten, einfach.“
(P14, Typus 2, Mutter)

Auch das technische Leitbild vom umweltfreundlichen Elektroauto findet sich bei allen drei Typen. Hier müssen gewisse technische Voraussetzungen erfüllt werden, wie bspw. die Bereitstellung von Strom aus erneuerbaren Energien. Momentan scheint die Umweltfreundlichkeit aus Sicht vieler Familien bei Elektrofahrzeugen jedoch nicht gegeben zu sein, weswegen diese abgelehnt werden. Zudem wünschen sich die Familien die Bereitstellung von wahrheitsgemäßen Informationen über die Umweltwirkungen von Elektrofahrzeugen.

Bei den kulturellen Leitbildern, d.h. solchen, die sich auf die Nutzung von Elektrofahrzeugen beziehen, wurde ersichtlich, dass Elektrofahrzeuge von Typus 1 und 3 als ideale Fahrzeuge für die Stadt bewertet wurden. Die kürzeren Wege in der Stadt lassen sich aus Sicht der Familien mit Elektrofahrzeugen gut bewältigen.

Einige Familien sehen Elektromobilität jedoch nicht als wirkliche Lösung der Probleme im Verkehrssektor an, sondern die Lösung liegt aus ihrer Sicht in einer Änderung des individuellen Nutzerverhaltens. Dies stellt das kulturelle Leitbild einer bewussten Autonutzung bzw. eines sorgsamen Energieverbrauchs dar und konnte in Typus 2 und 3 identifiziert werden; d.h. in den Familien, denen Werte zur Vermeidung der Autonutzung wichtig sind. Das folgende Zitat veranschaulicht dieses Leitbild:

„Also *eben*, ich denk letztendlich, ... natürlich macht's Sinn, ... mhhh, Fahrzeuge zu kaufen, die *wenig* verbrauchen, sei es jetzt Strom oder Benzin. Aber am meisten hilft es halt einfach, es *wenig* zu nutzen [...]“ (P4, Typus 2, Mutter)

Bei der Identifikation von Leitbildern zu Elektromobilität zeigte sich ein Zusammenhang mit den drei gebildeten Typen. Insbesondere Typus 2 und 3 teilen kulturelle Leitbilder, die sich auf ein nachhaltiges Mobilitätsverhalten beziehen; technische Leitbilder sind hingegen in allen drei Typen vertreten.

Insgesamt zeigte sich, dass der Großteil der Familien der Elektromobilität noch skeptisch gegenüber steht. Obwohl viele Familien das Leitbild der Vermeidung der Autonutzung teilen, wünschen sie sich von einem Elektroauto doch die gleichen technischen Eigenschaften wie von konventionellen Fahrzeugen. Zusätzlich sollen Elektrofahrzeuge auch umweltfreundlich sein. Da genau diese Eigenschaft aber von vielen angezweifelt wird, kann die These, dass Familien Elektrofahrzeuge als ideale Kombination aus den Vorteilen der Individualmobilität und umweltverträglicher Mobilität ansehen, nicht bestätigt werden. Des Weiteren konnten nur wenige Aushandlungen und Interaktionen in den Familien im Kontext der Bewertung von Elektrofahrzeugen ermittelt werden. Möglicherweise ist die neue Technologie Elektromobilität noch nicht wirklich in der familialen Lebenswelt angekommen.

Zusammenfassung und Diskussion

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die teilnehmenden Familien im Alltag nachhaltig mobil sind, was möglicherweise auch im Zusammenhang mit den spezifischen Samplemerkmalen (hohes Bildungsniveau und hoher Anteil autoloser Haushalte) steht. Der Wohnort in Großstädten und ein dementsprechend großes Angebot an Alternativen erlaubt es selbst Familien, die hohen Mobilitätsanforderungen ausgesetzt sind, im Alltag häufig auf das Auto zu verzichten. Dieses weitgehend autofreie Mobilitätsverhalten geht bei der Mehrheit der Familien mit kulturellen Leitbildern zur Vermeidung der Autonutzung einher. Das bedeutet, die Familien streben an, ihre bereits geringe Autonutzung weiter zu reduzieren. Die Umsetzung dieses Leitbildes unterliegt im Familienalltag jedoch teilweise Aushandlungsprozessen, insbesondere in Typus 3.

Diesem Leitbild liegt in vielen Fällen der Umweltschutz als Werthaltung zugrunde. Gerade weil viele teilnehmende Familien umweltbewusst sind, hinterfragen sie die propagierten Umweltwirkungen von Elektrofahrzeugen sehr genau. Aus ihrer Sicht sind Elektrofahrzeuge per se nicht umweltfreundlicher als konventionelle Fahrzeuge. Insofern sind viele Familien der Meinung, Elektrofahrzeuge stellen nicht die alleinige Lösung für die Verkehrsprobleme dar. Trotz dieser hohen Nachhaltigkeitsorientierung zeigte sich auch bei diesen Familien eine Dominanz des Leitbildes des Autos als Universalfahrzeug: Elektroautos sollen möglichst die gleichen technischen Eigenschaften wie konventionelle Fahrzeuge aufweisen (und zusätzlich umweltfreundlich sein), damit sie vielseitig einsetzbar sind. Neue Leitbilder im Sinne einer Auswahl von Fahrzeugen je nach Fahrtzweck, wie es bei Carsharing möglich ist, teilen bislang nur wenige Familien. Möglicherweise erwarten die Familien – gerade weil sie das Auto für ihre Alltagsstrecken nur wenig nutzen und eher eine geringe Pkw-Ausstattung aufweisen – eine vielseitige Einsetzbarkeit und hohe Flexibilität von einem Fahrzeug, damit dies für den Einsatz auf nicht-alltäglichen Fahrten geeignet ist.

Literatur

- Ahrend, Christine; Herget, Melanie (Hg.) (2012): Umwelt- und familienfreundliche Mobilität im ländlichen Raum. Handbuch für nachhaltige Regionalentwicklung. Technische Universität Berlin. Berlin.
- Bortz, Jürgen; Schuster, Christof (2011): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Lehrbuch mit Online-Materialien. 7. Aufl.. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.
- Bundesministerium für Familie, Senioren Frauen und Jugend (2012): Familienreport 2012. Leistungen, Wirkungen, Trends. 1. Auflage. Berlin. Online verfügbar unter <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Familienreport-2012,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf>.
- Burkart, Günter (1994): Individuelle Mobilität und soziale Integration. Zur Soziologie des Automobilität. In: Soziale Welt 45, S. 216–240.
- Canzler, Weert; Knie, Andreas (1994): Das Ende des Automobils. Fakten und Trends zum Umbau der Autogesellschaft. 1. Aufl. Heidelberg: C.F. Müller.
- Dierkes, Meinolf; Hoffmann, Ute; Marz, Lutz (1992): Leitbild und Technik. Zur Entstehung und Steuerung technischer Innovationen. Berlin: edition sigma.
- Dowling, Robyn (2000): Cultures of mothering and car use in suburban Sydney: a preliminary investigation. In: Geoforum 31, S. 345–353.
- Egbue, Ona; Long, Suzanna (2012): Barriers to widespread adoption of electric vehicles: An analysis of consumer attitudes and perceptions. In: Energy Policy 48, S. 717–729. DOI: 10.1016/j.enpol.2012.06.009.
- Follmer, Robert; Nobis, Claudia (2009): Generation Auto? Aktuelle Ergebnisse zur Kindermobilität. Präsentation auf dem Kinderkongress 2009. infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH; Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Institut für Verkehrsforschung. Online verfügbar unter http://www.agfs-nrw.de/cipp/agfs/lib/pub/object/downloadfile,lang,1/oid,4479/ticket,guest/~/~Vortrag_Follmer_Kinderkongress_2009.pdf, zuletzt geprüft am 17.05.2013.
- Fornahl, Dirk; Meier-Dörzenbach, Christiane; Santner, Dominik; Werner, Noreen; Kahle, Sarai; Bensler, Alexandra (2011): Mobilitätsstrukturen in der Modellregion Elektromobilität Bremen / Oldenburg. Modul 4: Verkehrskonzepte und Geschäftsmodelle. Arbeitsabschnitt 2.1 Gesellschaftliche und Umfeldanalysen. CRIE Centre for Regional and Innovation Economics. Bremen.
- Gärbling, Anita (2001): Paving the Way for the Electric Vehicle. VINNOVA Rapport 2001: 1. Chalmers University of Technology.
- Heine, Hartwig; Mautz, Rüdiger (1999): Die Mütter und das Auto. PKW-Nutzung im Kontext geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung. In: SOFI-Mitteilungen 27, S. 31–47.
- infas; DLR (2010): Mobilität in Deutschland 2008. Ergebnisbericht. Struktur – Aufkommen – Emissionen – Trends. Hg. v. infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH und Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Institut für Verkehrsforschung. Bonn, Berlin.
- Nobis, Claudia; Lenz, Barbara (2005): Gender Differences in Travel Patterns. Role of of Employment Status and Household Structure. In: Transportation Research Board (Hg.): Conference Proceedings 35, Volume 2: Research on Women's Issues in Transportation, S. 114–123.
- Peuckert, Rüdiger (2004): Familienformen im sozialen Wandel. 5., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS.
- Zimmer, Rene; Rammler, Stephan (2011): Leitbilder und Zukunftskonzepte der Elektromobilität. Hg. v. Berlin Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V. Institut für Transportation Design der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig. Berlin.
- Scheiner, Joachim; Holz-Rau, Christian (2012): Gender structures in car availability in car deficient households. In: Research in Transportation Economics 34 (1), S. 16–26.