

Studentische Arbeiten

Nr. 54/2013

Schriftenreihe der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)

Klang versus Lärm

Auto-Tuning und Geräuscherzeugung

Eine explorative Studie zu den Beweggründen von Auto-Tunern



Marcel Berni, Thomas Büttiker, Mila Meury, Sabrina Pfister, Timea Rusz

Impressum

Schriftenreihe Studentische Arbeiten der IKAÖ

Hrsg.: Thomas Hammer

Nr. 54 **Klang versus Lärm. Auto-Tuning und Geräuscherzeugung**
Eine explorative Studie zu den Beweggründen von Auto-Tunern

Arbeit im Rahmen des Moduls 3 des Studiengangs „Allgemeine Ökologie“ (Master Minor) an der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) der Universität Bern.
Betreut durch Dr. Stephanie Moser (IKAÖ).

Autorenschaft: Marcel Berni, Thomas Büttiker, Mila Meury, Sabrina Pfister, Timea Rusz

Jahr: 2013

Verlag: Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ),
Universität Bern

ISBN: 978-3-906456-70-6

Bild auf Titelseite: William Ouy-Lim Do

Auflage: 30

Druck: Universität Bern, Kopierzentrale
Gedruckt auf chlorfreiem Recyclingpapier

Pdf <http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>



Dieses Werk ist unter folgender Creative Commons-Lizenz lizenziert:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ch>

Klang versus Lärm

Auto-Tuning und Geräuscherzeugung

Eine explorative Studie zu den Beweggründen von Auto-Tunern

Interdisziplinäre Forschungsarbeit zu allgemein-ökologischen
Fragestellungen

Marcel Berni, Thomas Büttiker, Mila Meury, Sabrina Pfister, Timea Rusz

2013

Universität Bern,

Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)

Vorwort

Die interdisziplinäre Projektarbeit ist der wichtigste und umfangreichste Teil des Minorstudiums in Allgemeiner Ökologie an der Universität Bern. Beinahe ein Jahr verbrachten wir - eine Gruppe aus fünf Masterstudenten - mit der Konzeption, den Recherchen, dem Forschungsprozess und dem schriftlichen Abfassen der vorliegenden Arbeit. Interdisziplinarität wird im Berner Studienprogramm der Allgemeinen Ökologie grossgeschrieben, folglich stellt die fächerübergreifende Arbeitsweise auch ein elementarer Baustein dieser Abschlussarbeit dar. Unser Team bestand aus den Disziplinen Betriebswirtschaftslehre (Timea Rusz), Geschichte (Marcel Berni), Sozialanthropologie (Mila Meury), Soziologie (Sabrina Pfister) und Sportwissenschaft (Thomas Büttiker). Darüber hinaus standen uns viele Personen zur Seite, ohne die eine solche Arbeit nicht hätte geschrieben werden können und denen an dieser Stelle herzlich gedankt werden soll.

Als erstes möchten wir uns bei der Interfakultären Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) bedanken. Danke, dass es uns ermöglicht wurde, ein solch interessantes und spannendes Thema zu bearbeiten. Zu grossem Dank sind wir im Besonderen Dr. Stephanie Moser verpflichtet, die uns während der ganzen Projektarbeit begleitet hat. Sie betreute die Gruppe von Anfang bis Ende mit vollem Einsatz und ihr Wissen sowie ihre Ideen waren immer eine Bereicherung. Frau Dr. Moser konnte uns in schwierigen Situationen stets weiterhelfen und stand uns beratend und unterstützend zur Seite. Vielen Dank!

Ein weiterer grosser Dank geht an alle unsere Interviewpartner. Sie gaben uns die Möglichkeit, Einsichten in das Auto-Tuning zu bekommen. Ohne ihre Angaben wäre diese Arbeit undenkbar gewesen. Besten Dank!

Abschliessend gilt unser Dank an all jene Personen, die uns während des gesamten Entstehungsprozesses zur Seite gestanden sind und Mut zugesprochen haben.

Inhaltliche Zusammenfassung

Lärm ist eines der bedeutendsten Umweltprobleme der Schweiz. Für 80 Prozent des übermäßigen Lärms ist hierzulande der Strassenverkehr verantwortlich (Jörg, 2005, S. 6). Strassenlärm ist ein vielseitiges Phänomen, welches bisher aus sozialwissenschaftlicher Sicht nur wenig untersucht wurde.

Personen, die ihrem Fahrzeug eine nicht-funktionale Bedeutung zuschreiben, scheinen gegenüber lärmvermeidenden Massnahmen eher resistent zu sein (vgl. Moser, Fischer, Lauper, Hammer & Kaufmann-Hayoz, 2012). Aus diesem Grund werden in der vorliegenden Studie anhand eines Samples von Auto-Tunern funktionale und nicht-funktionale Beweggründe für die Geräuschverursachung untersucht. Das übergeordnete Ziel besteht dabei darin, einen Beitrag zum besseren Verständnis von nicht-funktionalen Beweggründen bezüglich der Strassenlärmverursachung zu liefern. Die untersuchte Forschungsfrage lautet: „Welche Beweggründe lassen sich bei Auto-Tunern in Bezug auf das Tuning, insbesondere auf das akustische Tuning, identifizieren?“

Mithilfe von Theorien zu persönlichen Motiven, Schall und Lärm, Auto und Auto-Tuning sowie durch Beobachtungen an zwei Tuning-Events und fünf Leitfaden-Interviews mit Auto-Tunern wird die Forschungsfrage beantwortet. Die Arbeit versteht sich als eine explorative Studie.

Im Forschungsprojekt konnten folgende nicht-funktionale Beweggründe von Auto-Tunern ermittelt werden: Auto-Tuning wird oft mit dem Ziel der Identitätskonstruktion betrieben, das getunte Auto zeigt die Zugehörigkeit zur sozialen Gruppe der Auto-Tuner. Insbesondere das Leistungsmotiv lässt sich als Beweggrund für akustisches Auto-Tuning bestätigen. Vor dem Anschluss- oder Machtmotiv kommt die persönliche Motivation, das Auto lauter bzw. auffälliger zu gestalten. Individualität und Exklusivität haben dabei einen sehr hohen Stellenwert. Akustisches Tuning wird dann angewendet, wenn externe Gegebenheiten dessen Resonanz erhöhen. So kann die Aufmerksamkeit gesteigert werden. Dabei werden die akustischen Impulse von den Auto-Tunern als gewünscht erzeugte Klänge wahrgenommen.

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------|--|
| BAFU | Bundesamt für Umwelt |
| BFE | Bundesamt für Energie |
| BWL | Betriebswirtschaftslehre |
| DEGA | Deutsche Gesellschaft für Akustik |
| EMMA | European Mobile Media Assoziation |
| ESPL | EMMA Sound Pressure League |
| IKAÖ | Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie |
| LSV | Lärmschutz-Verordnung |
| PKW | Personenkraftwagen |
| SPL | Sound Pressure League |
| TBA ZH | Tiefbauamt des Kantons Zürich |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Lärmbelastung durch Strassenlärm in der Schweiz (BAFU 2012, S. 1). | 1 |
| Abbildung 2: | Abgrenzung des Forschungsgegenstandes (eigene Darstellung). | 4 |
| Abbildung 3: | Das Grundmodell der klassischen Motivationspsychologie (eigene Darstellung, modifiziert nach Rheinberg, 2004, S. 70). | 12 |
| Abbildung 4: | Geräuscentwicklung eines Fahrzeugs (Quelle: TBA ZH, 2012). | 19 |
| Abbildung 5: | Beispiel für Optisches Tuning mit schrillen Farben (Foto: Rusz, 2012). | 23 |
| Abbildung 6: | Aufwändig getunter Wagen auf dem Swiss Car Event in Genf (Foto: Rusz, 2012). | 25 |
| Abbildung 7: | Mischung von akustischem und Leistungstuning am Swiss Tuning Event in Genf (Foto: Rusz, 2012). | 26 |
| Abbildung 8: | Ausstellungsbereich von getunten Volkswagen am Swiss Car Event (Foto: Rusz, 2012). | 33 |
| Abbildung 9: | Auspuff von Remus in Genf ausgestellt (Foto: Rusz, 2012). | 35 |
| Abbildung 10: | Akustisch getunter Pick-Up auf dem Swiss Car Event (Foto: Rusz, 2012). | 36 |
| Abbildung 11: | Erzeugte Wortwolke aus den Interviews (Quelle: Tagxedo.com). | 45 |
| Abbildung 12: | Ausgaben für das Auto-Tuning gemessen am Bruttolohn (eigene Darstellung). | 48 |
| Abbildung 13: | Zeitinvestitionen für das Hobby Auto-Tuning in Stunden pro Woche (eigene Darstellung). | 49 |
| Abbildung 14: | Wirkungszusammenhänge beim Auto-Tuning (eigene Darstellung). | 58 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Vorwort | I |
| Inhaltliche Zusammenfassung..... | II |
| Abkürzungsverzeichnis | III |
| Abbildungsverzeichnis | IV |
| Inhaltsverzeichnis..... | V |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Ausgangslage..... | 1 |
| 1.2 Eingrenzung des Forschungsgegenstandes..... | 3 |
| 1.3 Zielpublika..... | 5 |
| 1.4 Ziele und Fragestellungen | 6 |
| 1.4.1 Übergeordnetes Ziel..... | 6 |
| 1.4.2 Erkenntnisbezogene Ziele | 6 |
| 1.4.3 Operationalisierte Ziele..... | 7 |
| 1.4.4 Hauptfragestellungen | 7 |
| 1.4.5 Fragestellungen der einzelnen Arbeitsschritte | 7 |
| 1.5 Vorgehensweise und Gliederung..... | 8 |
| 2 Theoretische Grundlagen | 9 |
| 2.1 Methodik..... | 9 |
| 2.1.1 Untersuchungsplan..... | 9 |
| 2.1.2 Untersuchungsgegenstand..... | 9 |
| 2.1.3 Untersuchungsvorgehen..... | 10 |
| 2.1.4 Reflexion und Kritik | 10 |

| | | |
|---------|---|----|
| 2.2 | Resultate | 11 |
| 2.2.1 | Motivationspsychologische Aspekte | 11 |
| 2.2.1.1 | Personenfaktoren..... | 13 |
| 2.2.1.2 | Situationsfaktoren | 15 |
| 2.2.2 | Schall und Lärm | 16 |
| 2.2.2.1 | Auswirkungen des Schalls auf das Verhalten | 16 |
| 2.2.2.2 | Wahrnehmung von Lärm: individuelle und kulturelle Einflussfaktoren | 17 |
| 2.2.2.3 | Lärmemissionen im Strassenverkehr | 18 |
| 2.2.3 | Funktionale und nicht-funktionale Bedeutung des Autos..... | 20 |
| 2.2.3.1 | Entwicklung und Bedeutung des Autos | 20 |
| 2.2.3.2 | Entwicklung und Bedeutung des Auto-Tunings | 22 |
| 2.2.3.3 | Auto-Tuning und akustisches Auto-Tuning..... | 26 |
| 2.3 | Zusammenfassung und Implikationen..... | 27 |
| 3 | Tuning-Event-Besuche..... | 29 |
| 3.1 | Methodik..... | 29 |
| 3.1.1 | Untersuchungsplan..... | 29 |
| 3.1.2 | Untersuchungsgegenstand..... | 29 |
| 3.1.3 | Untersuchungsvorgehen..... | 30 |
| 3.1.4 | Beobachtungen..... | 30 |
| 3.1.5 | Event-Besuche | 30 |
| 3.1.6 | Untersuchungsdurchführung..... | 30 |
| 3.1.7 | Auswertung der Beobachtungen | 31 |
| 3.1.8 | Reflexion und Kritik | 32 |
| 3.2 | Resultate | 32 |
| 3.2.1 | Charakteristische Merkmale der Auto-Tuning-Szene..... | 33 |
| 3.2.2 | Subgruppen innerhalb der Tuning-Szene..... | 34 |
| 3.2.3 | Akustische Veränderungen am Auto | 36 |
| 3.3 | Zusammenfassung und Implikationen..... | 37 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4 | Interviews..... | 38 |
| 4.1 | Methodik..... | 38 |
| 4.1.1 | Untersuchungsgruppe | 38 |
| 4.1.2 | Interviewsetting..... | 39 |
| 4.1.3 | Durchführung der Interviews | 40 |
| 4.1.4 | Leitfadeninterviews..... | 40 |
| 4.1.5 | Transkription..... | 41 |
| 4.1.6 | Untersuchungsauswertung: Tagxedo | 41 |
| 4.1.7 | Untersuchungsauswertung: Globalauswertung..... | 42 |
| 4.1.8 | Untersuchungsauswertung: Diskursanalyse..... | 42 |
| 4.1.9 | Reflexion und Kritik | 43 |
| 4.2 | Resultate | 44 |
| 4.2.1 | Sprachanalyse | 44 |
| 4.2.2 | Warum Auto-Tuning? Motive und Erfordernisse..... | 45 |
| 4.2.3 | Warum akustisches Auto-Tuning? Beweggründe und Bedeutung | 49 |
| 4.2.4 | Warum akustisches Auto-Tuning anwenden? Intendierte Geräuschproduktion | 51 |
| 4.2.5 | Einschätzungen: Auto, Fahrstil und Lärm im Selbstverständnis der Tuner | 53 |
| 4.3 | Zusammenfassung und Implikationen..... | 56 |
| 5 | Synthese | 57 |
| 5.1 | Die Bedeutung eines getunten Autos..... | 59 |
| 5.2 | Motive für Auto-Tuning | 60 |
| 5.3 | Andere Einflussgrößen auf das Auto-Tunings | 62 |
| 5.4 | Ausgewählte Ergebnisse..... | 64 |
| 5.4.1 | Das Auto hat eine wichtige Bedeutung als nicht-funktionaler Gegenstand..... | 64 |
| 5.4.2 | Das Leistungsmotiv als Hauptgrund..... | 64 |
| 5.4.3 | Grosse Resonanz als entscheidendes Kriterium | 64 |

| | | |
|-----|---|----|
| 6 | Schluss | 66 |
| 6.1 | Fazit | 66 |
| 6.2 | Ziele | 67 |
| 6.3 | Empfehlungen..... | 67 |
| 6.4 | Ausblick..... | 69 |
| 7 | Diskussion und Reflexion der Projektarbeit | 70 |
| 7.1 | Angewendete Methoden und Interdisziplinarität | 70 |
| 7.2 | Zusammenarbeit | 73 |
| 7.3 | Reflexion und Kritik der Forschungsarbeit | 74 |
| 8 | Literaturverzeichnis..... | 76 |
| 9 | Anhang A: Halbstandardisierter Interviewleitfaden | 80 |
| 10 | Anhang B: Katalogenraster für die Textinterpretation..... | 87 |

1 Einleitung

1.1 Ausgangslage

Obwohl die persönliche Wahrnehmung von Lärm individuell geprägt ist, stellt Lärm eine Umweltbelastung dar (Walker, 2013, S. 8). Der fast überall präsente Umweltlärm ist in unserem Alltag aus gesundheitlicher und gesellschaftlicher Sicht eines der bedeutendsten Umweltprobleme (Oberle, 2005, S. 2). Die Dringlichkeit dieses Themas zeigt sich auch darin, dass das Schweizerische Bundesamt für Umwelt (BAFU) nach 2005 im Jahr 2013 erneut Lärm als Schwerpunktgegenstand der hauseigenen Zeitschrift „Umwelt“ aufgriff (Ausgabe 1/2013). Rund zwei Drittel der Bevölkerung fühlen sich in der Schweiz durch Alltagslärm gestört. Hunderttausende davon sind Immissionen ausgesetzt, die zum Teil weit über den Grenzwerten liegen (Jörg, 2005, S. 7, Walker, 2013, S. 9). 80 Prozent der Lärmemissionen sind in der Schweiz vom Verkehr verursacht, wobei drei Viertel der Belastung auf das Konto des Strassenverkehrs gehen (Schgüanin & Marty, 2005, S. 10). Die rot und orange markierten Adern in Abbildung 1 zeigen die von Strassenverkehrslärm besonders betroffenen Gebiete der Schweiz. Sie liegen in Städten und Ballungsräumen, an Autobahnen oder Hauptstrassen, wo 85 Prozent der Lärmbelästigten leben (Bundesamt für Umwelt (BAFU), 2012, S. 1).

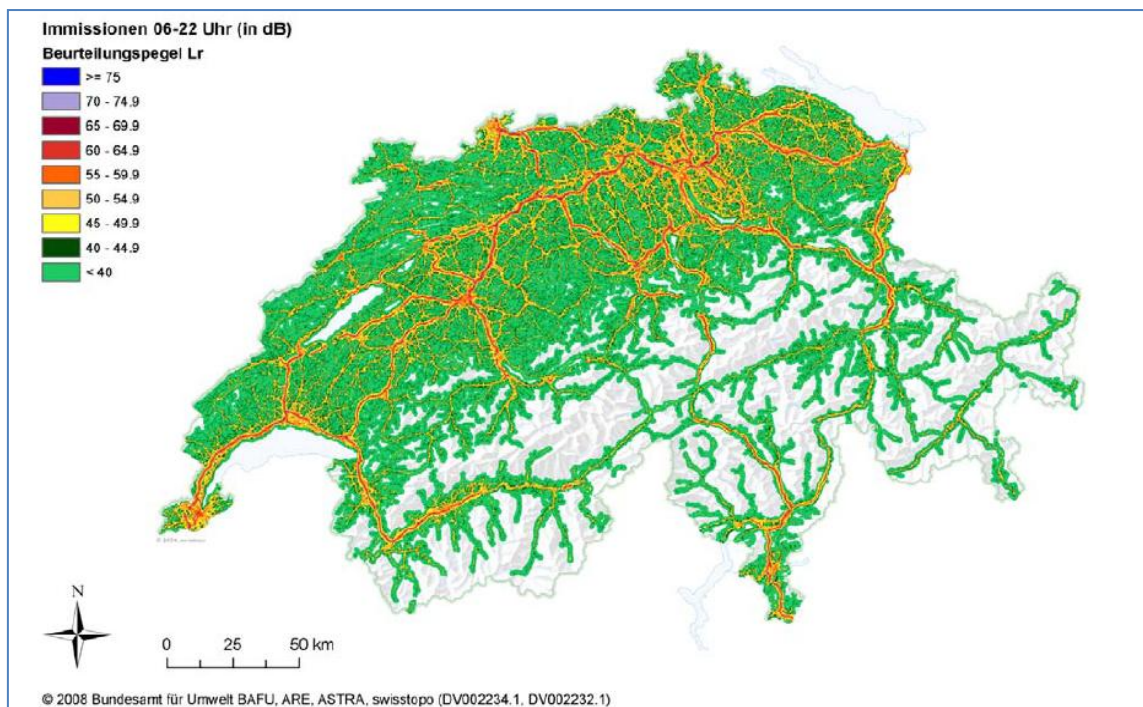


Abbildung 1: Lärmbelastung durch Strassenlärm in der Schweiz (BAFU 2012, S. 1).

Die bisherigen Lärmschutzmassnahmen haben zwar Verbesserungen gebracht, reichen jedoch zum erwünschten Schutz der Bevölkerung nicht aus (Jörg, 2005, S. 7-8). Nach Schätzungen des BAFU kann das erklärte Ziel, die Emissionen in den meistbetroffenen Gebieten unter die geltenden Grenzwerte zu senken, nebst technischen und raumplanerischen Massnahmen insbesondere durch solche an den Lärmquellen erreicht werden (Walker, 2013, S.9). Deshalb will sich das Bundesamt für Umwelt in der Zukunft vermehrt auf eine konsequentere Umsetzung des Verursacherprinzips konzentrieren (Oberle, 2005, S. 2), damit die individuellen Verursacher¹ vermehrt die Pflicht genommen werden.

Strassenlärm ist ein vielschichtiges Phänomen, das von den unterschiedlichsten Faktoren abhängt. Nebst Umweltfaktoren wie Windverhältnissen oder Witterung wird der Motorfahrzeuglärm durch Strassenbeschaffenheit, Fahrverhalten und die technischen Eigenschaften eines Autos mitbeeinflusst. (Tiefbauamt des Kantons Zürich (TBA ZH), 2012). Darüber hinaus ist beim verkehrsverursachten Lärm auch situationsabhängig eine grosse Volatilität zu beobachten. Der Bestimmung der Grenzwerte liegt ein Durchschnittswert zugrunde, obwohl die subjektive Störwirkung bei herausragenden Einzel-Schallereignissen, wie dem Passieren eines einzelnen lauten Motorrades, besonders hoch ist (vgl. Walker, 2013, S. 11). Wie verbreitet dieses Problem ist, zeigen die sich häufenden Beschwerden, welche auf verschiedenen Foren oft thematisiert werden (Vgl. Deutsche Anwaltshotline, 2006).

Bisher sind in der Forschung Faktoren, welche Personen dazu motivieren, Strassenlärm zu produzieren - beziehungsweise zu vermeiden - wenig erforscht. Zudem mangelt es an Grundlagen, um sinnvolle Massnahmen zur Förderung der individuellen Lärmvermeidung gestalten zu können. Aus diesem Grund läuft an der IKAÖ in Zusammenarbeit mit dem BAFU ein Forschungsprojekt, welches unter anderem zum Ziel hat, Faktoren lärmproduzierenden und -vermeidenden Handelns zu identifizieren. Erste Teilergebnisse lassen vermuten, dass Personen, für welche ein Fahrzeug vorwiegend funktionale Zwecke erfüllt, gegenüber lärmvermeidenden Massnahmen offener sind, als Personen, welche einem lauten Fahrstil oder einem stark lärmverursachenden Gefährt emotionale und/oder symbolische Bedeutung beimessen (Moser, Fischer, Lauper, Hammer & Kaufmann-Hayoz, 2012). Einem Zusammenhang zwischen Emotionsgehalt und Symbolik einerseits und Verursachung von Strassenlärm andererseits wurde in der Forschung bisher jedoch keine Beachtung geschenkt. Die vorliegende Forschungsarbeit möchte hierzu einen Beitrag leisten.

¹ Die weibliche Form ist der männlichen Form in dieser Arbeit gleichgestellt. Lediglich aus Gründen der Lesbarkeit werden im Folgenden männliche Formen verwendet.

1.2 Eingrenzung des Forschungsgegenstandes

Der Ausgangspunkt dieses Forschungsprojekts stellt das Umweltproblem Strassenverkehrslärm dar. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass die immer steigende Anzahl an Autos eine der Hauptgründe für die erhöhte Strassenlärmbelastung ist (vgl. Jörg, 2005, S. 6-9). Deshalb wurde der Fokus dieser Untersuchung auf Personenkraftwagen (PKWs) gesetzt. Die Entstehung von Strassenlärm wird auf individueller Ebene, wie bereits angesprochen, durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Daraus kann die Annahme abgeleitet werden, dass Lärm nicht nur als „Nebenprodukt“ von Mobilität entsteht, sondern dass bestimmte Geräusche² auch gewollt erzeugt werden. Dieser These soll in der vorliegenden Arbeit nachgegangen werden. Ein Ziel ist es dabei, herauszufinden, ob intendierte Geräuschproduktion tatsächlich zur Verstärkung des Problems Strassenlärm beiträgt. Unter „intendierter Geräuschproduktion“ wird hier jede Art von Veränderung am Auto verstanden, welche potentiell einen erhöhten Schallpegel hervorrufen kann. Hinzu kommen aber auch Verhaltensweisen wie bestimmte Aspekte des Fahrstils, die die Lärmemissionen eines Autos erhöhen können.

Die Ergebnisse der im ersten Kapitel erwähnten IKAÖ-Studie (vgl. Moser, Fischer, Lauper, Hammer & Kaufmann-Hayoz, 2012) weisen darauf hin, dass sich die verschiedenen Bedeutungen eines Fahrzeuges auch auf das Lärmverhalten auswirken. Die Fahrzeuge können für die Besitzer neben einem funktionalen Nutzen oft auch nicht-funktionale Bedeutungen haben. Die funktionale Sichtweise betrachtet Autos als pure Nutzobjekte, die die Mobilitätsbedürfnisse von Menschen befriedigen. Autofahrer, die ihren Wagen ausschliesslich als Fortbewegungsmittel betrachten, dem Auto also eine reine funktionale Bedeutung zuschreiben, tendieren gegenüber Lärmvermeidungsmassnahmen offener zu sein. Es schien folglich zu Beginn der vorliegenden Untersuchung sinnvoll, die zu untersuchende Gruppe auf Autofahrer einzuschränken, die ihrem Fahrzeug auch nicht-funktionale, also symbolische und emotionale Bedeutung, beimessen. Die symbolischen und emotionalen Bedeutungen lassen sich durch die Individualisierung des Autos verstärken, wie eine Studie von Pelters (2009, S. 115-116) zeigt. Je mehr in das jeweilige Fahrzeug investiert wird, desto höher ist die Bindung des Besitzers. Daraus lässt sich folgern, dass individualisierte Autos einen hohen symbolischen und emotionalen Wert für den Halter aufweisen. Aus diesem Grund wurden für die hier vorliegende Studie das Auto-Tuning sowie dessen Akteure als Untersuchungsgegenstand ausgewählt.

² Geräusch wird hier als Sammelbegriff für alle akustisch wahrnehmbare Impulse definiert.

Unter Auto-Tuning wird die individuelle Veränderung eines Fahrzeugs verstanden. Dabei ist es möglich, die Leistung, die Fahreigenschaften, das optische Erscheinungsbild oder die Akustik des Wagens zu modifizieren (TÜV NORD Mobilität GmbH & Co. KG, 2008). Eine hohe Investition führt während des Tunings zu einer grösseren nicht-funktionalen Bedeutung des gestalteten Autos (vgl. Pelters, 2009, S. 115-116). Deshalb kann davon ausgegangen werden, dass die Akustik eines getunten Wagens bzw. die auf diese Weise erzeugten Geräusche ebenfalls einen hohen nicht-funktionalen Wert für die jeweiligen Besitzer besitzen. Diese Annahme soll aber untersucht werden. Innerhalb der Auto-Tuning-Community existiert eine Subgruppe, die sich auf akustische Veränderungen spezialisiert hat. Aus diesen Gründen liegt der Fokus der vorliegenden Untersuchung auf intendiert geräuschverursachenden Auto-Tunern und ihren Beweggründe für akustisches Tuning. Personen, die akustisches Auto-Tuning betreiben, werden hier als solche definiert, die durch gezielte Veränderung(en) ihres Autos potentiell in der Lage sind, im Strassenverkehr höhere Geräuschemissionen zu verursachen, als dies mit einem serienmässigen und unveränderten Auto möglich ist. Dabei ist es aus der Sicht der vorliegenden Studie belanglos, ob dieses Potential auf der Strasse tatsächlich ausgenutzt wird. Abbildung 2 zeigt schematisch, wie sich der beschriebene Forschungsgegenstand der vorliegenden Arbeit Schritt für Schritt herauskristallisierte.



Abbildung 2: Abgrenzung des Forschungsgegenstandes (eigene Darstellung).

Den spezifischen Forschungsgegenstand dieser Arbeit bilden somit die Beweggründe von Auto-Tunern in Bezug auf ihre intendierte Geräuschproduktion. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Auto-Tunern, die durch vorgenommene Veränderungen an ihren Fahrzeugen in der Lage sind, hohe Geräuschemissionen zu verursachen. Deren „intendierte Geräuschproduktion“ ist bezüglich Strassenverkehrslärm insofern relevant, als dass zu einer möglichen Beeinflussung des unerwünschten Verhaltens zuerst die hinter der Handlung steckenden Motive eruiert werden müssen (vgl. Rheinberg, Vollmeyer & Burns, 2001, S. 58). Aus diesem eingegrenzten Forschungsgegenstand lassen sich für die vorliegende Studie Ziele und Fragen ableiten, die im folgenden Kapitel dargestellt werden.

1.3 Zielpublika

Die Resultate der vorliegenden Untersuchung können in erster Linie für Personen von Nutzen sein, die im Bereich der Lärmbekämpfung forschen oder arbeiten und sich besonders für die Faktoren der individuellen Geräuschverursachung im motorisierten Individualverkehr interessieren. Die Untersuchung kann aufgrund ihres explorativen Charakters weiterhin als Grundlage für weiterführende Untersuchungen im Themenbereich der Lärmvermeidung dienen.

Die Studie konnte darüber hinaus vier konkrete Zielpublika identifizieren, die in der Problematik auf unterschiedlicher Art und Weise Einfluss ausüben können. Das erste Zielpublikum bilden Auto-Tuner und deren nahestehenden Gruppen wie z.B. Auto-Tuning Event-Organisatoren oder Vereinsgründer von Tuningclubs. Dieses unterscheidet sich von den anderen drei insbesondere dadurch, dass hier intrinsische Motivationen wirken, die zur Lärmverringerung führen könnten. Falls diese intrinsische Motivation nicht vorhanden ist, kann das Schlussresultat Lärmvermeidung durch externe Anreize verändert werden. Die anderen Zielpublika haben folglich die Möglichkeit, Restriktionen gegen lärmverursachendes Verhalten einzuführen. Dabei geht es einerseits um Stadt- bzw. Verkehrsplaner, die lärmfördernde Gegebenheiten mit baulichen Massnahmen verringern können. Als weiteres Zielpublikum wird die Gesellschaft angesehen. Die vorherrschenden gesellschaftlichen Werte und Normen beeinflussen massgebend, inwiefern lärmverursachendes Verhalten toleriert oder sanktioniert wird. Das vierte Zielpublikum sind behördliche Institutionen, die juristische Massnahmen - wie Verbote oder Regelungen - gegen Lärm einsetzen können.

1.4 Ziele und Fragestellungen

1.4.1 Übergeordnetes Ziel

Das übergeordnete Ziel der vorliegenden Arbeit besteht darin, einen Beitrag zum besseren Verständnis von nicht-funktionalen Beweggründen zur Strassenlärmverursachung zu liefern. Aus diesem übergeordneten Ziel wurden die erkenntnisbezogenen und operationalisierten Ziele sowie die Fragestellung abgeleitet.

1.4.2 Erkenntnisbezogene Ziele

Die erkenntnisbezogenen Ziele haben das Untersuchungsdesign und den Aufbau der Studie bestimmt. Anhand derer lässt sich die Untersuchung in drei eigenständige Bereiche gliedern, welche alle in die Synthese einfließen. Den ersten Teil bildet die Erarbeitung der theoretischen Grundlagen zum Thema anhand der Fachliteratur, gefolgt wird dieser von Beobachtungen im Tuning-Milieu und den Erläuterungen der Resultate aus den Interviews mit ausgewählten Auto-Tunern.

Das Studium der Fachliteratur hatte zum Ziel, das Thema Lärm (insbesondere Strassenverkehrslärm), Motivationsfaktoren des menschlichen Verhaltens sowie den wissenschaftlichen Hintergrund über Autounutzung theoretisch zu ergründen. Die einbezogene Literatur war bei der Identifikation der empirisch zu untersuchenden Bereiche hilfreich. Die in der Forschung bereits bekannten Gebiete wurden aufgearbeitet, die noch weniger thematisierten Aspekte in Bezug auf die Fragestellung vertieft.

Um über Auto-Tuning und Auto-Tuner aus erster Hand Informationen sammeln zu können, wurden Veranstaltungsbesuche an Tuning-Events vorgenommen. Diese hatten das Ziel, praktische Eindrücke und Einsichten aus diesem Milieu zu gewinnen. Es wurde untersucht, ob innerhalb der Tuning-Szene auf akustisches Tuning spezialisierte Subgruppen existieren. Ebenfalls wurden die Potentiale von akustischem Tuning in der Praxis ergründet.

Da die Motive und Beweggründe der Auto-Tuner durch Beobachtungen nicht vollständig aufzudecken waren, schienen Interviews der zu untersuchenden Gruppe unerlässlich. Dabei sollten die Motive und Erfordernisse der befragten Auto-Tuner im Generellen identifiziert werden. Zudem waren der Stellenwert des akustischen Tunings und die Motive für die Geräuscherzeugung durch akustisches Tuning zu ermitteln. Ein weiteres Ziel bestand darin, einem möglichen Zusammenhang zwischen Fahrverhalten und Tuning-Aktivität nachzugehen.

1.4.3 Operationalisierte Ziele

Die operationalisierten Ziele dienen dazu, das konkrete Vorgehen in den verschiedenen Projektphasen zu bestimmen und so die Detailplanung der Untersuchung zu ermöglichen. Ein operationalisiertes Ziel des Theorieteils bestand in der Identifizierung von Theorien bzw. Modellen, die das menschliche Verhalten anhand von Motiven erklären. Dann wurden für eine Feldbeobachtung geeignete Tuning-Events ausgewählt, damit gezielt Eindrücke gesammelt und Kontakte zu akustischen Auto-Tunern hergestellt werden konnten. Mithilfe der Eindrücke der Tuning-Besuche wurde ein Fragebogen erstellt. Die Interviews hatten das Ziel, die noch offenen Punkte mithilfe von einem möglichst heterogenen Sample an Auto-Tunern zu klären.

1.4.4 Hauptfragestellungen

Die übergeordnete Forschungsfrage lautet: Welche Beweggründe lassen sich bei Auto-Tunern in Bezug auf das Auto-Tuning, insbesondere auf das akustische Tuning, identifizieren? Folgende Unterfragen wurden formuliert:

- Welche Bedeutungen haben getunte Autos für Auto-Tuner?
- Welche Motive der Auto-Tuner begründen das (akustische) Auto-Tuning?
- Welche anderen Einflussgrößen erklären das (akustische) Auto-Tuning?

1.4.5 Fragestellungen der einzelnen Arbeitsschritte

Die wichtigsten Fragestellungen zum Theorieteil sind:

- Welche Motive oder Beweggründe stehen hinter Handlungen im Allgemeinen?
- Welche Motive bewirken intendierte Geräuschverursachung?
- Was sind die (nicht-) funktionalen Bedeutungen des Autos?

Die anhand der Tuning-Event-Besuchen zu beantwortenden Fragen lauten wie folgt:

- Wie lässt sich die soziologische Gruppe Auto-Tuner charakterisieren?
- Gibt es innerhalb der Tuning-Gemeinschaft spezielle Subgruppen, insbesondere für akustisches Tuning?
- Wie lässt sich ein Auto, besonders aus akustischer Hinsicht, tunen?

Die Interviews sollen auf die folgenden Fragen Antworten liefern:

- Weshalb wird Auto-Tuning im Allgemeinen betrieben?
- Welche Erfordernisse braucht es für das Auto-Tuning?
- Welchen Stellenwert haben dabei die akustischen Eigenschaften eines Autos?
- Welche Motive stehen im Hintergrund der intendierten Geräuschverursachung?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen Auto-Tuning und Fahrverhalten?

1.5 Vorgehensweise und Gliederung

Nach der Eingrenzung des Forschungsgegenstandes konnten die Ziele und Fragen ausformuliert und die wissenschaftlichen Teilbereiche identifiziert werden. Aufgrund der theoretischen Basis wurden die operationalisierten Ziele der eigenen explorativen Forschung an Tuning-Events festgelegt und im Anschluss wurden die Interviews mit den Auto-Tunern durchgeführt.

Die Gliederung der Arbeit folgt dieser Vorgehensweise. Im Kapitel 1 „Einleitung“ werden Ausgangslage, Forschungsgegenstand, Forschungsfrage und Ziele formuliert und dargestellt. Kapitel 2 „Theoretische Grundlagen“ bildet den theoretischen Rahmen dieser Arbeit und behandelt die motivationspsychologischen Aspekte sowie den Einfluss von Schall und Lärm und das Thema Auto und Auto-Tuning. Kapitel 3 „Tuning-Event-Besuche“ schildert die Beobachtungen an zwei Tuning-Events. Das Kapitel 4 „Interviews“ behandelt die mit fünf Auto-Tunern geführten Interviews. Kapitel 5 „Synthese“ bringt die drei vorhergehenden Bereiche in Zusammenhang und zeigt Gemeinsamkeiten und Unterschiede auf. Im anschließenden Kapitel 6 „Schluss“ werden die Schlüsse aus dieser Forschung nochmals kurz dargestellt. Sowie die Empfehlungen und den Ausblick gegeben. Im letzten Kapitel 7 „Diskussion und Reflexion der Gruppenarbeit“ wird die Arbeit aus Sicht der Interdisziplinarität diskutiert und reflektiert.

2 Theoretische Grundlagen

Um einen guten Einstieg in das Forschungsprojekt sicherzustellen war es essentiell, mithilfe einer Literaturrecherche den aktuellen Kenntnisstand zum Thema zu eruieren. Für die Identifizierung von möglichen Motiven von Auto-Tunern wurde einerseits die Fachliteratur zur psychologischen Motivationsforschung einbezogen. Wichtige Basis der Arbeit lieferten andererseits die Lärmforschung sowie die sozialwissenschaftliche Literatur zu Auto und Auto-Tuning.

2.1 Methodik

2.1.1 Untersuchungsplan

Das Ziel des ersten Kapitels war, eine umfassende theoretische Basis zum Forschungsgegenstand zusammenzustellen. Die Literaturrecherche war weiter nötig, um das Leitfadeninterview vorzubereiten sowie die Auswertung der Interviews durchzuführen.

Die ausgewählten Werke wurden nach Relevanz zur Forschungsfrage aufgearbeitet. Als Einstieg war es überaus wichtig, zuerst den Prozess der intendierten Geräuscherzeugung zu verstehen. Die psychologischen Theorien über Handlungsmotivationen, welche das „warum“ des menschlichen Handelns untersuchen, konnten ein allgemeines Bild über die Motivations- sowie die Einflussfaktoren liefern. Diese allgemeinen Kenntnisse sollten anschliessend eingegrenzt und auf das konkrete Thema Auto-Tuning übertragen werden. Diese Anpassung erforderte auch den Einbezug der Lärmforschung. Da in Bezug auf das Forschungsthema viele Aspekte des Lärms (wie z.B. die gesundheitlichen Auswirkungen) irrelevant sind, stand vor allem die sozio-psychologische Fachliteratur im Mittelpunkt. Das Verständnis dessen, wie ein Geräusch oder Schall wahrgenommen wird, war unabdingbar, um mögliche Motivationsfaktoren bei der Geräuscherzeugung identifizieren zu können. Vor allem die sozialen und kulturellen Aspekte von Geräuschen und die gesellschaftsabhängige Wahrnehmung von Lärm wurden diskutiert, da diese zu einem besseren Verständnis der möglichen Lärmkonflikte beitragen können. Dieser Theorieteil wurde dann mit dem Thema Auto und Auto-Tuning aus sozialwissenschaftlicher Sicht abgerundet.

2.1.2 Untersuchungsgegenstand

Gegenstand der Untersuchung bildeten die drei oben genannten Themenkreise. Dementsprechend sollte die Literaturrecherche alle drei Bereiche abdecken. Diese geisteswissenschaftliche Herangehensweise war teilweise auch durch die disziplinären Hintergründe der Projektmitarbeitenden begründet.

2.1.3 Untersuchungsvorgehen

Während der Literatursuche wurde sowohl in systematischer wie auch in pragmatischer Weise vorgegangen. In einem ersten Schritt wurden mithilfe von Bibliothekentools und Internetsuche zu jedem Thema Grundlagenwerke gesucht, die die jeweiligen Themen umfassend behandeln und dadurch eine erste Vertiefung und Eingrenzung des Forschungsgegenstandes ermöglichen haben. Bei der systematischen Literatursuche werden alle verfügbaren Quellen nach Informationen durchforscht, welche für den Forschungsgegenstand relevant sein können. Dieses Vorgehen konnte mit der Methode der unsystematischen Recherche kombiniert werden. Bei letzterer wird von bekannten Quellen ausgegangen, wobei die dort als Quelle einbezogenen Werke sowie die empfohlene weiterführende Literatur je nach Relevanz in die weitere Forschung einbezogen oder verworfen wurde. Während der Suche wurde vor allem solchen Werken eine besondere Beachtung geschenkt, die mit dem Thema Strassenlärm bzw. Auto in Zusammenhang standen. (Vgl. Göx, 2006). Die anhand der Literatur ausgearbeiteten Theorieblöcke wurden in einem zweiten Schritt innerhalb einer Subgruppe besprochen und ergänzt. Anschliessend entstanden die drei Unterkapitel Motivation, Schall & Lärm, Auto & Auto-Tuning.

2.1.4 Reflexion und Kritik

Die Kombination der systematischen und pragmatischen Literaturrecherche hat eine breite Wissensbasis zum Forschungsthema geliefert. Die gewonnenen Erkenntnisse und die Eingrenzung des Forschungsgegenstandes erforderten aber immer wieder die erneute Anpassung der Literaturgrundlagen während des Arbeitsprozesses. Positiv daran war, dass die benutzten Quellen im Lauf der Arbeit eine hohe Qualität und Relevanz erreicht haben. Die mehrfache Überarbeitung des Theorieteils erforderte einen grossen Aufwand.

Die meisten Quellen, welche die Grundlage zu diesem Kapitel bilden, sind wissenschaftliche Publikationen. Die interessantesten Texte befassten sich mit der Auswirkung von Reifenbenutzung auf Strassenlärm. Einbezogen wurden auch verschiedene Online-Quellen und Broschüren betreffend Lärmerzeugung im Verkehr bzw. beim Auto-Tuning. Die Recherche wurde mit anderen Arten von Quellen wie Katalogen oder Flyern von Tuning-Events und mit Artikeln aus der Tagespresse ergänzt.

2.2 Resultate

Die Resultate des Theorieteils sind in drei eigenständige Teile gegliedert. Im ersten Teil wird darauf eingegangen, was unter dem Begriff Motivation zu verstehen ist. Im zweiten Teil werden die Begriffe Schall und Lärm definiert. Ebenfalls behandelt dieser Abschnitt die Auswirkungen des Lärms, dessen Wahrnehmung sowie die Lärmemissionen im Strassenverkehr. Der letzte Teil gibt einen kurzen Überblick über Auto und Auto-Tuning. Einerseits wird die funktionale, emotionale und symbolische Bedeutung des Autos geschildert, andererseits die Entwicklung und Bedeutung von Auto-Tuning, dabei wird besondere Aufmerksamkeit dem akustischen Auto-Tuning gewidmet.

2.2.1 Motivationspsychologische Aspekte

Um der Frage nachzugehen, weshalb Auto-Tuner die Lautstärke ihres Fahrzeuges erhöhen, erscheint es sinnvoll, vorab allgemein die Funktion und Bedeutung der Motivation für das menschliche Handeln zu beleuchten und in einen motivationspsychologischen Rahmen gestellt. Die Motivationsforschung ist ein Teilbereich der Psychologie und befasst sich mit dem menschlichen Verhalten bzw. Handeln.

In der Literatur sind verschiedene Definitionen für den Begriff Motivation zu finden (vgl. Odenbach, 1974, S. 326; Petzold, 1981, S. 306; Schorb, 1975, S. 178; Schröder, 1985, S. 210-211). Werden diese verschiedenen Definitionen miteinander verglichen, so kann festgehalten werden, dass Motivation eine Gesamtheit von Motiven darstellt, die einen Menschen in einer bestimmten Situation zu einer Handlung bewegen. Aufgrund der unterschiedlichen Definitionen kann darauf geschlossen werden, dass es keinen einheitlichen Motivationsbegriff gibt. Heckhausen (1989) und Thomae (1965) bestätigen diese Auffassung mit der folgenden Aussage (zitiert nach Rheinberg, 2004, S. 15): „Der Motivationsbegriff widerspiegelt nicht eine homogene Einheit, [...] und es gibt somit keinen einheitlichen ‚Motivationsmuskel‘, für den sich im Organismus ein spezieller Zellverband finden liesse. Der Motivationsbegriff ist vielmehr eine Abstraktionsleistung, mit der von vielen verschiedenen Prozessen des Lebensvollzuges jeweils diejenigen Komponenten oder Teilaspekte herausgegriffen und behandelt werden, die mit der ausdauernden Zielausrichtung unseres Verhaltens zu tun haben.“

Die Motivationspsychologie versucht folglich, das ‚Warum‘ unseres Verhaltens zu erklären. Die Aufgabe der wissenschaftlichen Motivationspsychologie ist es, [...] „verschiedene Komponenten und Teilprozesse in ihrem Zusammenspiel zu beschreiben und zu erfassen, ihre Abhängigkeiten und Beeinflussbarkeit zu bestimmen und ihre Auswirkungen im Erleben und nachfolgenden Verhalten näher aufzuklären“ (Rheinberg, 2004, S. 15).

Für das Erklären motivierten Handelns gibt es verschiedene theoretische Modelle, welche sich in drei Gruppen gliedern lassen: Kognitive Wahlmodelle, Selbstregulationsmodelle und Bedürfnismodelle. Für diese Studie eignet sich ein kognitives Wahlmodell am besten. Es handelt sich dabei um Prozessmodelle, welche die Entstehung und Ausrichtung von Motivation sowie deren Auswirkung auf das Verhalten als Ergebnis eines rationalen Wahlverhaltens erklären. Im Gegensatz dazu geht es bei den Selbstregulationsmodellen um den Einfluss von Zielen auf das Verhalten, wobei externe Anreize nicht beachtet werden, sondern die Selbstregulation im Mittelpunkt steht. Die Bedürfnismodelle können für diese Studie nicht von Interesse sein, da diese die konkreten Motive oder Bedürfnisse, die dem menschlichen Handeln bestimmend zugrunde liegen, thematisieren. (Jähmig, 2007, S. 6)

Diese Studie stützt sich hauptsächlich auf das klassisch-kognitive Motivationsmodell. Aus den Definitionen für den Motivationsbegriff geht hervor, dass bei der Interpretation des zielgerichteten Verhaltens eine Vielzahl von Einflussfaktoren eine Rolle spielen, die sich in personenbezogene und situationsbezogene Faktoren aufgliedern lassen (Heckhausen & Heckhausen, 2010, S. 3). Dieses Modell ist interaktionistisch angelegt und zeigt eben diese Wechselwirkung zwischen *Personen-* und *Situationsfaktoren*, wie in Abbildung 3 ersichtlich.

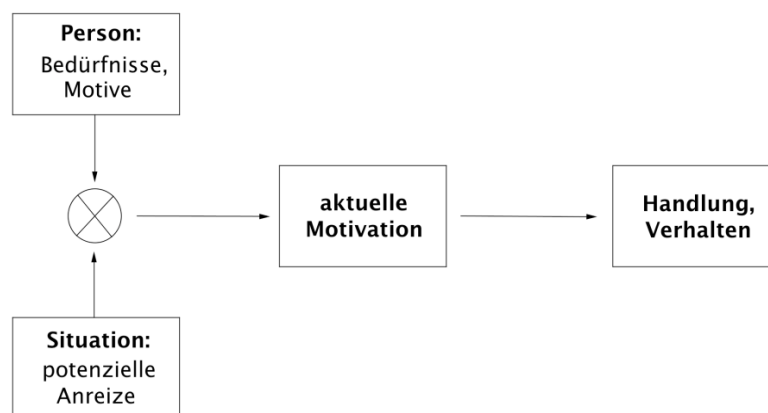


Abbildung 3: Das Grundmodell der klassischen Motivationspsychologie (eigene Darstellung, modifiziert nach Rheinberg, 2004, S. 70).

In der Motivationspsychologie bezeichnet man die Personenfaktoren als Bedürfnisse oder Motive. „Sie werden als überdauernde, hochgeneralisierte Merkmale der Person aufgefasst, bestimmte Klassen von Anreizen zu bevorzugen. Situationsfaktoren sind die situativen Anregungsgehalte, also die motivspezifischen Befriedigungschancen, welche die gegebene Situation in Aussicht stellen kann. Passen diese Anregungsgehalte zur Motivstruktur der Person, resultiert die aktuelle Motivation mit ihren ausrichtenden und energetisierenden Verhaltenskonsequenzen.“ (Rheinberg, Vollmeyer & Burns, 2001, S. 58) Das heisst, die Kombination aus persönlichen und Situationsfaktoren bestimmt in einer gegebenen Situation die aktuelle Moti-

vation, welche zum Ausführen oder Unterlassen einer bestimmten Handlung führen kann. „Erst diese aktuelle Motivation –und nicht etwa die Motive– haben direkten Einfluss auf das Verhalten respektive auf die Handlung.“ (Rheinberg, Vollmeyer & Burns, 2001, S. 58)

2.2.1.1 Personenfaktoren

Grundsätzlich können drei Arten von personenbezogenen Faktoren unterschieden werden: Bedürfnisse, Motive und Ziele (Heckhausen & Heckhausen, 2010, S. 3). Für diese Studie sind die drei Motivarten von zentraler Bedeutung, welche nachfolgend beschrieben werden. Es sind dies das *Leistungs-*, das *Anschluss-* und das *Machtmotiv*.

Leistungsmotiv

Heckhausen (1965, S. 604) definiert Leistungsmotive als „das Bestreben, die eigene Tüchtigkeit in all jenen Tätigkeiten zu steigern oder möglichst hoch zu halten, in denen man einen Gütemassstab für verbindlich hält, und deren Ausführung deshalb gelingen oder misslingen kann“ (zitiert nach Rheinberg, 2004, S. 62).

Leistungsmotivierte Menschen werden vom Verlangen getrieben, immer besser zu werden und haben zudem stets Freude an ihrer Leistung sowie Spass an ihrem Können. Sie wollen erleben, wie sie immer besser werden und herausfinden, welche persönlichen Leistungen für sie möglich sind. (Friedrich, 2009, S. 52) „Erfolge sind für sie Ansporn zu neuen Taten, Misserfolge sind Hinweise auf Optimierungsnotwendigkeiten. Stillstand ist für sie ein Rückschritt“ (Krug & Kuhl, 2006, S. 23).

Für Leistungsmotivierte steht nicht ein ständiger Konkurrenzkampf mit anderen im Vordergrund, denn es ist für sie nicht wichtig, wie gut die anderen sind, sondern es geht nur um ihre eigene Fähigkeit, immer besser zu werden. Die Steigerung der Eigenleistung stellt für sie den eigentlichen Erfolg dar. (Friedrich, 2009, S. 52)

Drei Voraussetzungen sind für Leistungsmotivierte wichtig. Es sind dies „herausfordernde und machbare Leistungsziele, eine hohe Eigenverantwortung bis zum Ziel, sowie genaue und konkrete Rückmeldungen über das von ihnen erbrachte Ziel“ (Friedrich, 2009, S. 52). Damit der leistungsmotivierte Mensch zufrieden mit seiner Leistung ist, braucht er ein Erfolgserlebnis und ist stolz auf das Erreichte. Dies kommt aber nur dann zustande, wenn die eigenen Fähigkeiten und nicht äussere Umstände wie z.B. Hilfe einer anderen Person oder geringe Anforderungen zum Erfolg geführt haben. Zu Spitzenleistungen wird diese Personengruppe nicht durch Lob und Kritik motiviert, da sie sich selbst einschätzen können, wie gut oder schlecht

sie sind. Viel wichtiger ist die eigene Zufriedenheit mit der erfüllten Leistung. (Friedrich, 2009, S. 52-53) Im Vergleich dazu orientieren sich anschlussmotivierte Menschen primär an sozialen Aspekten der Leistung.

Anschlussmotiv

Murray (1938) definiert das Anschlussbedürfnis damit, dass Menschen „anderen Menschen nahe [...] sein [wollen], sich auszutauschen [wollen], kooperieren und mit anderen befreundet [...] sein [wollen] und sich in Gruppen und Gemeinschaften zusammenschließen [möchten]“ (Murray 1938 in Sokolowski & Heckhausen, 2010, S. 196).

Anschlussorientierte strukturieren ihre Umwelt anders als leistungsorientierte Menschen, denn in ihrem Leben steht der Mensch im Mittelpunkt und zwar nicht als Mittel zum Zweck, sondern um seiner selbst willen. Menschen, die ein hohes Anschlussmotiv besitzen, zeichnen sich durch Nähe und Kontakt zu anderen sowie durch den Wunsch nach freundschaftlichen Beziehungen aus. Beziehungen werden stark gepflegt und es wird sehr viel Mühe und Zeit investiert, um diese aufrechtzuerhalten oder wiederherzustellen, falls sie gestört sind. (Friedrich, 2009, S. 55)

„Für anschlussmotivierte Menschen zählt das Gute im Menschen. Ihre Bereitschaft auf andere Menschen einzugehen, ihnen Sympathie und Vertrauen zu schenken, ihnen entgegenzukommen, zu helfen und auf ihre Vorstellungen und Ideen einzugehen, ist sehr hoch [...]. Ihr Ziel besteht darin, durch ihre Leistung und ihr Harmoniebedürfnis den Zusammenhalt der Gruppe zu sichern. Selbst der Bessere zu sein, ist ihnen nicht wichtig – aber sie setzen sich intensiv für ihre Gruppe ein, um sie nach vorne zu bringen.“ (Friedrich, 2009, S. 55)

„Das Freundschaftsmotiv ist ein stilles Motiv, das man am besten zu zweit oder in einer kleinen Gruppe pflegt. Man tauscht sich aus, man redet miteinander und hört sich zu, man ist für den anderen da, man versteht sich, man vertraut sich und fühlt sich wohl dabei. Die gute harmonische Beziehung ist das Endziel allen Bemühens. Sie ist nicht Mittel zum Zweck, um irgendwelche anderen Vorteile daraus zu ziehen.“ (Krug & Kuhl, 2006, S. 37) Die Gefühle, die mit diesen Bedürfnissen einhergehen, sind Empathie, Vertrauen, Liebe, Sicherheit und Sympathie. Wenn Anschlussmotivierte das Gefühl haben, dass ihr Vertrauen ausgenutzt und missbraucht wird, können sie ablehnend reagieren (Friedrich, 2009, S. 56).

Das Machtmotiv hingegen äussert sich vielmehr vor dem Hintergrund des sozialen Vergleichens.

Machtmotiv

Eine Grundsituation, welche das Machtmotiv zum Ausdruck bringt, ist dadurch charakterisiert, dass in einer sozialen Beziehung eine Person A absichtlich versucht, das Verhalten und Erleben einer Person B zu beeinflussen. Gelingt dies, so hat A Macht über B. Die wichtigsten Faktoren, mit denen sich Machthandeln als zwischenmenschliches Geschehen beschreiben lässt, sind Motivation des Machthandelns, Machtquellen, Machtmittel und Machtwirkung. Für die Motivation des Machthandelns ist der Ausgangspunkt, das Bedürfnis einer Person A, das nur dadurch zu befriedigen ist, dass eine oder mehrere Personen B ein bestimmtes Verhalten zeigen. Der Faktor Machtquelle gibt darüber Auskunft, wie Person A ihre Machtquellen in Form von körperlicher, geistiger oder institutioneller Überlegenheit mobilisiert, falls Person B Widerstand zeigt. Die Machtmittel ergeben sich zum Teil aus der Wahl der eingesetzten Machtquelle. Die Machtwirkungen können Nachgeben, Zorn, Zustimmung, Respekt bei Person B, hingegen Befriedigung und Erfolg bei Person A sein. (Rheinberg, 2004, S. 100-102) Es gibt vier verschiedene Machtstadien (vgl. Rheinberg, 2004, S. 112-121), in welchen sich eine Person befinden kann. Für diese Arbeit spielt das dritte Machtstadium der eigennützi- gen/personifizierten Machtausübung eine zentrale Rolle.

Dabei fühlt sich die Person stark und unbesiegbar. Die Machtquelle liegt also in der Person selbst. Die Stärke wird nicht mehr genutzt, um sich selbst zu beherrschen, sondern um sich über andere zu erheben. (Friedrich, 2009, S. 58) Es wird hier eine Machtorientierung – ein Gefühl der Stärke – beschrieben, das aus der erfolgreichen Durchsetzung der eigenen Person in der direkten Konfrontation mit anderen Personen erwächst, wobei viele Jugendliche und junge Erwachsene in solche Interaktionsprozesse verwickelt sind (Schmalt & Heckhausen, 2010, S. 220).

2.2.1.2 Situationsfaktoren

Damit es zu einer aktuellen Motivation und zu einer Handlung kommt, braucht es auch situative Faktoren, welche ein entsprechendes Motiv wachrufen (Beckmann & Heckhausen, 2010, S. 73). Heckhausen und Heckhausen (2010, S. 5) definieren die Bedeutung der Situation für das menschliche Handeln wie folgt:

„Alles was Situationen an Positivem oder Negativem einem Individuum verheissen oder andeuten, wird als ‚Anreiz‘ bezeichnet, der einen ‚Aufforderungscharakter‘ zu einem entsprechenden Handeln hat. Dabei können Anreize an die Handlungstätigkeit selbst, das Handlungsergebnis und an verschiedene Arten von Handlungsergebnisfolgen geknüpft sein.“

So besitzt zum Beispiel das Objekt Auto bei manchen Menschen einen Aufforderungscharakter, dieses technisch zu verändern. Oder es bieten sich bestimmte Situationen, in welchen man das Objekt Auto präsentieren kann und man beginnt aus diesem Grund technische Veränderungen vorzunehmen. Das Handeln einer Person richtet sich also nach den vorwegzunehmenden Anreizen.

Zusammenfassend wird festgehalten, dass die Forschung für den Begriff der Motivation keine einheitliche Definition zur Verfügung stellt. Den häufigsten Definitionen zur Folge führen persönliche Faktoren wie Bedürfnisse und Motive erst in einer bestimmten Situation mit spezifischem Anregungsgehalt zur Motivation und über diese zur Handlung. Die Ausführungen zeigen demnach auf, welche Motive oder Beweggründe im Allgemeinen hinter Handlungen stehen. Damit nun diese Personen- und Situationsfaktoren für lärmverursachende Handlungen identifiziert werden können, bedarf es im folgenden Abschnitt der Ausführung, wie Schall, respektive Lärm definiert ist und welche Auswirkungen dies auf das Verhalten haben kann.

2.2.2 Schall und Lärm

Als Schall werden Schwingungen bezeichnet, die sich in elastischen Medien wie z.B. Luft oder Wasser wellenförmig ausbreiten und fürs menschliche Gehör akustisch wahrnehmbar sind (Hering, Martin, & Stohrer, 2002, S. 490-495). Nach der Definition von Guski ist „Lärm [...] Schall, der für die Betroffenen unerwünscht ist oder geeignet, sie psychisch, physisch, sozial oder ökonomisch zu beeinträchtigen“ (1987, S. 9). Das menschliche Hörempfinden³ ist von der Frequenz⁴ der Schallwellen und vom Schalldruck abhängig, letzteres charakterisiert die Intensität eines Geräusches (Guski, 1987, S. 12-15). Die Beurteilung von Lärm erweist sich aber als individuelle Grösse, da dies nicht nur von messbaren physikalischen Eigenschaften des Schalls abhängig ist. Auch die Reaktion auf das Schallereignis entscheidet, ob ein Geräusch als Lärm wahrgenommen wird oder nicht. (Geisel, 2010, S. 8-13)

2.2.2.1 Auswirkungen des Schalls auf das Verhalten

Setzt man sich freiwillig Lärm oder übermässigem Schall aus, beispielsweise an Rockkonzerten oder Auto-Motor-Shows, kann die laute Umgebung eine euphorisierende Wirkung haben. Der Adrenalinpegel und der Blutdruck steigen, das Herz schlägt schneller, der Lärm kann sogar die Kontrolle über das Bewusstsein ausschalten. Dieser Ausnahmezustand kann aber auch in Aggression umschlagen, welcher ein Grund für zu schnell fahrende Discobesucher auf dem Heimweg sein kann. (vgl. Geisel, 2010, S. 38) Schall muss nicht unbedingt laut sein, um

³ Für das menschliche Ohr hörbare Bereiche liegen bei 1 kHz zwischen 0 dB und 140 dB, wobei die untere Grenze einen von gesundem Gehör gerade noch hörbaren Ton bezeichnet. Die obere Grenze ist die Schmerzschwelle (Deutsche Gesellschaft für Akustik (DEGA), 2006, S. 13).

⁴ Die Zahl der Schwingungen wird Frequenz genannt und in Hertz (Hz) gemessen (DEGA, 2006, S. 11).

Auswirkungen auf das Verhalten auszuüben. Musik beeinflusst während des Autofahrens das Fahrverhalten signifikant, unabhängig davon, ob anregende oder entspannende Musik abgespielt wird. Die Untersuchungsergebnisse von Dey, Gschwend, Baumgartner, Jäncke & Jäncke (2006, S. 32) zeigen, dass Probanden, die während des Fahrens Musik hören, auf unerwartete Hindernisse mit deutlich langsameren Reaktionszeiten reagieren als ohne Musik. Anregende Musik motiviert darüber hinaus zum schnelleren Fahren, unter diesen Umständen konnten vermehrt Geschwindigkeitsüberschreitungen beobachtet werden als während einer Kontrolluntersuchung.

2.2.2.2 Wahrnehmung von Lärm: individuelle und kulturelle Einflussfaktoren

Die Wahrnehmung von Lärm, auch von Verkehrslärm, ist neben physikalischen Faktoren auch durch die konkrete Situation (z.B. Ort, Zeitpunkt) und durch das Individuum bestimmt. Individuelle Einflussfaktoren sind unter anderem die Lärmempfindlichkeit,⁵ das Lärmbewältigungsvermögen⁶ und die Einstellung der betroffenen Person gegenüber der Lärmquelle. (Guski, 1987, S. 105-128) Eine positive bzw. negative Einstellung gegenüber der Schallquelle beeinflusst massgebend das Urteil über deren Lästigkeit (Guski, 1987, S. 123-125). Der laute Klang von Hochleistungsmotoren ist aus diesem Grund für gewisse Autofreaks angenehm, für andere ein störendes Dröhnen. Laut Geisel ist ein Geräusch, das man für vermeidbar und damit überflüssig hält, schwieriger zu ertragen, als ein Geräusch, dessen Notwendigkeit man einsieht. (Geisel, 2010, S. 11) Kreischende Bremsen und brüllende Motoren von Autos oder Motorrädern werden bei Autorennen also vielmehr toleriert als in Wohngebieten. In dichter besiedelten Gegenden kann gerade durch Lärm das Machtmotiv zum Ausdruck kommen: „Niemand entkommt dem Heulen des Motors einer Harley-Davidson, die nachts eine ganze Stadt aus dem Schlaf reißt. Lärm ist die Rache des kleinen Mannes, der auf dem Motorrad sitzt. Er genießt nicht nur die Geschwindigkeit und den ›Sound‹ [hervorgehoben im Original] seiner Maschine. Für ein paar Sekunden ist er Alleinherrscher in dem Territorium, durch das er fährt.“ (Geisel, 2012, S. 40-41)

Besonders solche Lärmsituationen, in denen man das Gefühl hat, dem Erzeuger schutzlos ausgeliefert zu sein und nichts gegen die Lärmbelastung unternehmen zu können, verstärken die psychischen Auswirkungen der störenden Geräusche (Guski, 1987, S. 118-120).

⁵ Unter Lärmempfindlichkeit wird die generelle Einstellung gegenüber Lärmemissionen verstanden (Guski, 1987, S. 116).

⁶ Das Lärmbewältigungsvermögen ist das eigene Wissen über Möglichkeiten, wie man mit Lärm umgehen kann (Guski, 1987, S. 118-119).

Die Wahrnehmung des Lärms wird auch von sozialen und kulturellen Einflussfaktoren geprägt. Jede Epoche, Region, Kulturkreis und Subkultur hat ein eigenes Klangbild, das die Wahrnehmung des Lärms beeinflusst. (Bijsterveld, 2011, S. 58) Wissenschaftliche Studien beweisen, dass die in der sozialen Hierarchie unten stehenden Gruppen meistens als eher laut wahrgenommen werden. Ausländer oder fremde Musik sind Lärmquellen einer sogenannten „populären Kultur“. (Guibert, 2011, S. 73) Da Ruhe als eine Art von Respekt gegenüber anderen eingestuft wird, wird Lärm als Einbruch in die Privatsphäre gedeutet (Guibert, 2011, S. 74). Oftmals werden Geräuschverursacher von anderen stigmatisiert, woraufhin die Stigmatisierten provozierend reagieren (Bijsterveld, 2011, S. 62). Diese Aktion-Reaktions-Kette ist oft auch bei Lärmereignissen im Strassenverkehr beobachtbar.

2.2.2.3 Lärmemissionen im Strassenverkehr

Unerwünschter Schall kann zwar mit technischen Lösungen eingedämmt werden, das Problem Strassenlärm ist aber auch mit umfassenden Massnahmen nur schwer zu bekämpfen. Es gibt ausser technischen Entwicklungen zwei Möglichkeiten, auf die Lärmbelastung zu reagieren: gesetzliche Regulierung oder der Appell an die Eigenverantwortung der Lärmverursacher. (Guibert, 2011, S. 73) In der Schweiz werden beide Methoden angewendet. So ist es gesetzlich geregelt, welche Belastungsgrenzwerte nicht überschritten werden dürfen (vgl. Grenzwerte im Anhang 6 in der Verordnung technische Anforderungen an Strassenfahrzeuge) und die Emissionswerte werden sowohl stichprobenartig im Strassenverkehr (vgl. 20minuten, 2012, S. 5), als auch anlässlich der periodischen Fahrzeugkontrollen geprüft. Ziel ist aber keine Nulltoleranz, so ist in der Lärmschutzverordnung festgehalten: „Die Lärmemissionen von Motor-, Luft-, Wasser- und Schienenfahrzeugen müssen so weit begrenzt werden, als dies technisch und betrieblich möglich sowie wirtschaftlich tragbar ist“ (Lärmschutz-Verordnung (LSV), SR 814.41 Art. 3).

Zurzeit ist der Hauptgrund für die steigende Lärmbelastung neben dem steigenden Verkehrsaufkommen die Gewichtszunahme der Motorfahrzeuge. Strassenfahrzeuge erzeugen Schall einerseits mit dem Antrieb (wie Motoren- und Auspuffgeräusche), andererseits durch Abrollgeräusche. Abbildung 4 zeigt die wichtigsten Geräuschquellen eines Fahrzeugs.



Abbildung 4: Geräuscentwicklung eines Fahrzeugs
(Quelle: TBA ZH, 2012).

Je schwerer ein Fahrzeug und je grösser dessen Hubraum ist, desto lauter ist dieses. Die Antriebsgeräusche werden neben der Grösse zudem durch die Drehzahl beeinflusst; sportliche Fahrweise mit hoher Drehzahl erhöht die Lärmemission. (Cercle Bruit, 2005) Bei modernen PKWs investieren die Hersteller zwar immer mehr in Lärmschutz. Das Ziel ist aber vor allem die Reduktion der Geräuschbelastung im Innenraum. Ausserhalb des Wagens übertönen jedoch ab einer Geschwindigkeit von ca. 35 km/h die Abrollgeräusche die Antriebsgeräusche. Je breitere Reifen verwendet werden, desto lauter sind die Reifengeräusche. (BAFU 2012, S. 2)

Reifen-Fahrbahn-Geräusche können durch die Sanierung der Strassen mit lärmarmen Strassenbelägen oder mit der Benutzung von geräuscharmen Reifen verringert werden. Strassensanierungen sind sehr kostspielig. Der Gebrauch von geräuscharmen Reifen ist aber eine sehr einfach umsetzbare und äusserst wirksame Methode zur Reduktion der Schallemissionen an der Quelle. Lärmarme Reifen können die Abrollgeräusche und damit die Schallemissionen im Vergleich zu herkömmlichen Produkten halbieren. Dieses Beispiel zeigt, dass die Eigenverantwortung der Lärmverursacher den Strassenlärm-Pegel wesentlich beeinflussen kann. (BAFU 2012, S. 2-4)

Die beste Massnahme gegen Lärm ist dessen Vermeidung am Ort des Entstehens (BAFU, 2012, S. 2). Diese ist dann erfolgreich umsetzbar, wenn – wie das vorige Beispiel zeigt – die individuellen Verursacher ihr Handeln reflektieren und eine grössere Verantwortung übernehmen (wollen).

Viele aktuelle Trends, z.B. der Gebrauch von breiten Reifen, sind kontraproduktiv hinsichtlich Lärmbekämpfung. Bestimmte Lenker erhöhen das Schallemissionspotenzial der Fahrzeuge durch akustisches Auto-Tuning sogar gewollt. Die nächsten Abschnitte sollen darüber Auskunft geben, weshalb das Auto in unserer Gesellschaft mehr als ein reines Fortbewegungsmittel geworden ist und warum sogar die Akustik eines Wagens eine nicht-funktionale Bedeutung haben kann.

2.2.3 Funktionale und nicht-funktionale Bedeutung des Autos

Die funktionale Sicht betrachtet das Auto als pures Nutzobjekt, welches die Mobilitätsbedürfnisse der Menschen befriedigt. Wäre das Auto ein einfacher Gebrauchsgegenstand, könnten die Autohersteller bei der Technik und beim Design viel Aufwand sparen. Autos oder Motorräder sind aber weit mehr als einfache Transportmittel, die während des täglichen Lebens genutzt werden. Die Fahrzeuge haben für die Besitzer neben einem funktionalen Nutzen oft auch nicht-funktionale, wie z.B. emotionale oder symbolische Bedeutungen, die mit geschichtlichen und gesellschaftlichen Einflussfaktoren verbunden sind. Die symbolische Bedeutung charakterisiert ein Auto als kulturelles Symbol, das auf bestimmte Eigenschaften des Besitzers oder Benutzers wie z.B. Macht oder Kraft hindeuten soll. Die emotionale Ebene beschreibt das subjektive Gefühlserleben, also die Emotionen der Einzelnen gegenüber dem Objekt Auto. (vgl. Sachs, 1990; Pelters, 2009) “Some people have regarded it [automobile] as a wonder, as a perfect welding of technology and art, while others have seen it as a vehicle of social liberation and individual fulfillment.” (Marsch & Collett, 1986, S. 139).

2.2.3.1 Entwicklung und Bedeutung des Autos

Die ersten Automobile waren lärmende und schmutzige Maschinen, die nur von Maschinisten gefahren werden konnten und in der Öffentlichkeit eher Angst als Bewunderung auslösten. Sie wurden vor allem für das Vergnügen entwickelt, bevor ihnen ein funktionaler Wert zugeschrieben wurde. Durch den allmählichen Ausbau des Strassennetzes und die Verbreitung des öffentlichen Personenverkehrs durch Busse und Taxis in den 1920er Jahren kamen immer breitere Bevölkerungsschichten in den Genuss der Auto-Mobilität. (Pelters, 2009, S. 112-113) Die Personenwagen waren aber nach wie vor für die wohlhabenden Bevölkerungsschichten vorbehalten und wurden als Symbole für Wohlstand, Prestige und Fortschrittlichkeit betrachtet. “The image of the pioneer motorist was constituted of two essential symbols: wealth and speed”. Wie die zitierten Autoren behaupten, veränderte die ‚Ankunft des Autos‘ am Anfang des 19. Jahrhunderts sogar die Wahrnehmung des Reichtums. In den Besitz eines Autos zu kommen wurde eine neue Priorität für die Vermögenden, denn Autos wurden mit Freizeit und

Freiheit assoziiert. Das vor der Liegenschaft parkierte Fahrzeug wurde als Prestigeobjekt oft als Konkurrent zum Haus wahrgenommen. Wer seinen Reichtum zeigen wollte, sollte nicht nur ein vornehmes Haus, sondern auch ein entsprechendes Auto besitzen. Diese Eindrücke haben die vergangene Zeit teilweise überdauert und das Auto steht für viele immer noch für Wohlstand. (Marsch & Collett, 1986, S. 28)

Mit der Verbreitung der Autos in der Mittelklasse hat sich auch dessen Bedeutung verändert. Die teuren Wagen wurden zwar immer noch mit Reichtum gleichgesetzt, aber durch die Nutzung des Fahrzeugs in jeder Familie entwickelte sich auch ein funktionales Bild über das Auto. Das Auto wurde als eine ‚secure niche‘, als ein ‚sicherer Ort‘, wahrgenommen. So wurde es zu einer Art Wohnzimmer oder einer Ausweitung des Hauses. (Marsch & Collett, 1986, S. 11) Dieses ‚Gefühl der Geborgenheit‘ wurde mit der Zeit durch den erhöhten Komfortgrad der Wagen noch verstärkt. Die Karosserie schützt gegen Wind und Wetter, die technische Ausrüstung wie Servolenkung gegen körperliche Anstrengungen, die zur Verfügung stehenden Kontrollinstrumente, welche akustische oder Lichtsignale geben, entlasten den Geist. (Sachs, 1990, S. 152-163) So meint Sachs, im Auto „kann [man] sich so wohlig, fast wie in den bergenden Mutterschoß, zurücksinken lassen, umfungen von summender Technik und hautnaher Bequemlichkeit, und doch gleichzeitig eine Macht und eine Kraft verspüren, wie sonst selten im Leben. Geschützt und gestärkt zugleich fühlt man sich da, in der Nacht durch peitschenden Regen jagend, aber doch eingelullt in wohliger Wärme und rhythmischer Musik.“ (Sachs, 1990, S. 157)

Die Personenwagen widerspiegeln lange Zeit Charakter, Beruf und Lebensabschnitt des Besitzers und reflektierten auch die Zugehörigkeit zu einer kulturellen oder sozialen Gruppe. So ist der Glaube auch heute noch vorhanden, dass man bestimmten Automarken bestimmte Menschentypen zuordnen könne und damit auf die Identität des Lenkers schliessen könne. (Marsch & Collett, 1986, S. 83) Das Auto soll dem Besitzer unter anderem das Gefühl von Überlegenheit und Sex-Appeal verleihen. All diese Botschaften, die Autos vermitteln können, sind mit einem sozio-demographischen Milieu oder einem Status verbunden. (Haustein, Klöckner & Blöbaum, 2009, S. 169)

Die verschiedenen Automodelle wurden mit der Zeit immer mehr zweckentfremdet. Pick-ups werden oft für die Fahrt ins Büro genutzt und Geländewagen von Hausfrauen zum Einkaufen gefahren. Die Fahrzeuge dienen also schon lange nicht mehr ausschliesslich als Fortbewegungsmittel. Sie können vielmehr, ähnlich wie menschliche Kleidung, als Ausdruck der Persönlichkeit betrachtet werden. „Sie sind wie eine Sprache, die der Person erlauben, sich mit

anderen und mit sich selbst in Verbindung zu setzen. Nach aussen teilen sie mit, was der Besitzer von sich hält und wie er seinen Platz in der Gesellschaft sieht und im inneren Dialog offenbaren sie sich als Quelle ergötzlicher Selbstbestätigung.“ (Sachs, 1990, S. 175) Das Auto kann also einen Status darstellen, der nicht unbedingt der Realität entsprechen muss. Es kann auf diese Weise als ‚Persönlichkeitsprothese‘ betrachtet werden. So fahren kleine Menschen oft grosse Autos und Unauffällige tunen ihre Wagen. (Möser, 2002, S. 324)

Die Wahl des Autos ist ein wichtiger Hinweis auf den Charakter. Wenn man ein Auto fährt, fühlt man, dass man eine andere Person wird. (Marsch & Collett, 1986, S. 44) “People wanted something which more accurately projected an image of themselves, and they were prepared to wait rather than buy another car which communicated only their responsible concern for dwindling fossil fuel reserves” (Marsch & Collett, 1986, S. 45).

Für viele sind Autos Objekte der Leidenschaft, an denen man hängt. Zum eigenen Fahrzeug besteht oft ein ganz besonderer Bezug. Die Pflege des Autos verstärkt das Gefühl einer Beziehung. (Pelters, 2009, S. 115-116)

Diese persönliche Identifikation ist sicherlich ein Grund dafür, dass sich z.B. Car-Sharing, was ausschliesslich die funktionale Anwendung des Autos ermöglicht, bei Menschen, die auch symbolische und emotionale Motive für die Autonutzung haben, nicht durchsetzen konnte.

Um aus der Masse herauszustecken kann dem Wagen ein persönliches Flair verliehen werden. Die Individualisierung kann von ganz kleinen Veränderungen wie zum Beispiel einem Aufkleber auf dem Heck bis zum kompletten Umbau der Karosserie auf sehr unterschiedliche Art und Weise erfolgen. Diese individuellen Anpassungen erleichtern die Identifikation mit dem eigenen Auto und stärken die symbolische-emotionale Bedeutung des Wagens. (Pelters, 2009, S. 115-118)

2.2.3.2 Entwicklung und Bedeutung des Auto-Tunings

Das Tuning von Autos hat sich während den 1920er Jahren in Kalifornien verbreitet. Aus dem Trend entwickelte sich ein Hobby, in dessen Rahmen Gleichgesinnte aufeinander trafen, um ihre Wagen zu tunen. Tuning wurde oft als Symbol von Nonkonformismus betrachtet und bot insbesondere den Jugendlichen eine Möglichkeit, mit exzentrischen Farben, übertriebenem Stil und lauten Autos eine eigene Identität aufzubauen. Die Wahl einer auffälligen Farbe blieb bis heute eine oft angewendete Methode, um aus der Masse herauszustecken, wie es auch Abbildung 5 (Seite 23) zeigt.



**Abbildung 5: Beispiel für Optisches Tuning mit schrillen Farben
(Foto: Ruzs, 2012).**

Die Autogestaltung wurde erstmals in den 1960er Jahren eine weitverbreitete Modeerscheinung, als sich die Jugend vom Lebensstil und vom Geschmack der Eltern distanzieren und gleichzeitig die Zugehörigkeit zu den Peers aufzeigen wollte, wie es Barth (1969) beschreibt. (zitiert nach Cuche, 2004, S. 85)

Die Änderungen an den Autos sind zwar hauptsächlich von technischer Natur, rufen aber auch soziale Veränderungen hervor. „[...] [T]hrough custom-car design, participants develop material skills and knowledge, establish important professional and social networks, and contribute to a sense of optimism, identity and achievement in a city [...]” (Warren & Gibson, 2011, S. 2711) Auto-Tuning ermöglichte jungen Leuten den Aufbau einer sozialen Identität in der Gesellschaft und eines sozialen Status in einer Gruppe. Die Tuner deklarierten ihre Zugehörigkeit zu der Tuner-Gesellschaft einerseits nach aussen, andererseits für die Gruppe von Tunern. (Cuche, 2004, S. 85) „In their desire to distance themselves from their parents, young people of the early 1960s gravitated toward different kinds of clothes, music and cars. [...] You had to be a non-conformist; in order to reject the value of your parents you have to show that you accepted those of your peers.” (Marsch & Collett 1986, S. 94) In diesem Sinn kann dem Auto-Tuning in der Gesellschaft eine soziale Rolle zugeschrieben werden.

Die jungen Autofahrer wurden aber wegen ihrer Auffälligkeit von älteren Personen als gefährlich, achtlos und unverantwortlich abgestempelt, mit Strassenrennen und mit lauter Musik assoziiert. Deswegen galt Tuning in der Anwendung oft als illegal. Die Tuner wurden wegen ihres angeblich asozialen, lauten und störenden Verhaltens zunehmend von der Gesellschaft ausgeschlossen. Am Anfang wurde Auto-Tuning deswegen geheim betrieben. Mit der Zeit wurde die Veredelung der Fahrzeuge in den USA, in Japan und später auch in Europa populärer. (Warren & Gibson, 2011, S. 2709) Tuning ist heute keine Seltenheit mehr, was unter anderem Fernsehsendungen wie ‚Pimp my ride‘⁷ oder Filmen wie ‚The Fast and the Furious‘⁸ zu verdanken ist. Die getunten Autos werden vermehrt mit Stolz als Statussymbole präsentiert. (Warren & Gibson, 2011, S. 2705)

Warren & Gibson (2011) betrachten Auto-Tuning als Kreativitätsprozess. Ihre Forschungen zeigen, dass “[v]ernacular creativity typically relies on oral forms of knowledge production and stems from personal passions, reliant on generosity and sharing, as well as the quest to perform idiosyncratic elements of personal identity.” (Warren & Gibson, 2011, S. 2707) Kreativität braucht Vorstellungskraft, Ressourcen und Einfallsreichtum und Auto-Tuning erfüllt all diese Kriterien. Die Autos werden teilweise komplett „gestylt“, mit verschiedenen Accessoires in die Szene gesetzt.

Besonders Jugendliche haben mittels Tuning eine Möglichkeit, wichtige Erfahrungen, Wissen und Kenntnisse zu sammeln. Die Aktivität ‚Auto-Tuning‘ trägt damit zu einer „every day cultural production“ bei. (Warren & Gibson, 2011, S. 2707)

7 ‚Pimp my ride‘ ist eine amerikanische Fernsehserie, die von einem bekannten Rapper moderiert wird. Während der Sendung tut eine professionelle Crew ein altes und heruntergekommenes Auto, wobei der Stil des Wagens der Persönlichkeit des Besitzers angepasst wird. Erstellt von B. Redman und R. Hurvitz wurde die Sendung das erste Mal 2004 auf dem Jugendsender MTV ausgestrahlt.

8 Der Film von Rob Cohen aus dem Jahr 2001 ‚The Fast and the Furious‘ hat als Pionier in dieser Art von Filmen das Auto-Tuning populärisiert.

Diese Forschungsergebnisse lassen darauf schliessen, dass der Kreativitätsprozess ein wichtiger Faktor bei der Entstehung der nicht-funktionellen Bedeutung des Autos ist. Die Auto-Tuner betrachten ihren Wagen in erster Linie nicht als Nutzobjekt, sondern als ein Produkt ihrer Kreativität. Ein Beispiel wird in Abbildung 6 ersichtlich, wie dieser Kreativprozess das Auto verändern kann. Es ist ebenfalls anzunehmen, dass es einen Zusammenhang zwischen investierter Zeit und nicht-funktioneller Bedeutung des Autos gibt. Je mehr Zeit für die Veränderungen des Wagens verwendet wurde, desto grösser ist die nicht-funktionelle Bedeutung des Autos.



Abbildung 6: Aufwändig getunter Wagen auf dem Swiss Car Event in Genf (Foto: Ruzs, 2012).

2.2.3.3 Auto-Tuning und akustisches Auto-Tuning

Ursprünglich wurde unter Auto-Tuning vor allem eine Leistungssteigerung des Autos verstanden, wobei das Aussehen von Beginn an ebenfalls wichtig war. Mit der Zeit haben sich drei Hauptströmungen entwickelt. „[...] The key elements of customs cars [are] performance, appearance and sound.” (Warren & Gibson, 2011, S. 2709)

Die Anhänger des akustischen Tunings vergleichen ihre Fähigkeiten mitunter an Wettbewerben. Die ersten Car-Media Wettbewerbe wurden in den USA veranstaltet, inzwischen gibt es auch eine Europäische Dachorganisation, die solche Wettkämpfe (Loudest Exhaust Competition, SPL (Sound-in-Car)-Wettbewerb, etc.) organisiert (European Mobile Media Association (EMMA), 2009). Werden Antrieb oder andere technische Parameter des Autos verändert, verbessert sich oftmals auch die Leistung des Autos. Optisches Tuning zielt vor allem auf Veränderungen an der Karosserie oder an sichtbaren Bestandteilen des Wagens ab. Welche Tuning-Art gewählt wird, hängt von der Mode und Kultur ab, aber auch von individuellen Wünschen und von den finanziellen Mitteln des Besitzers. In Abbildung 7 wird eine Kombination beider Tuningarten gezeigt.

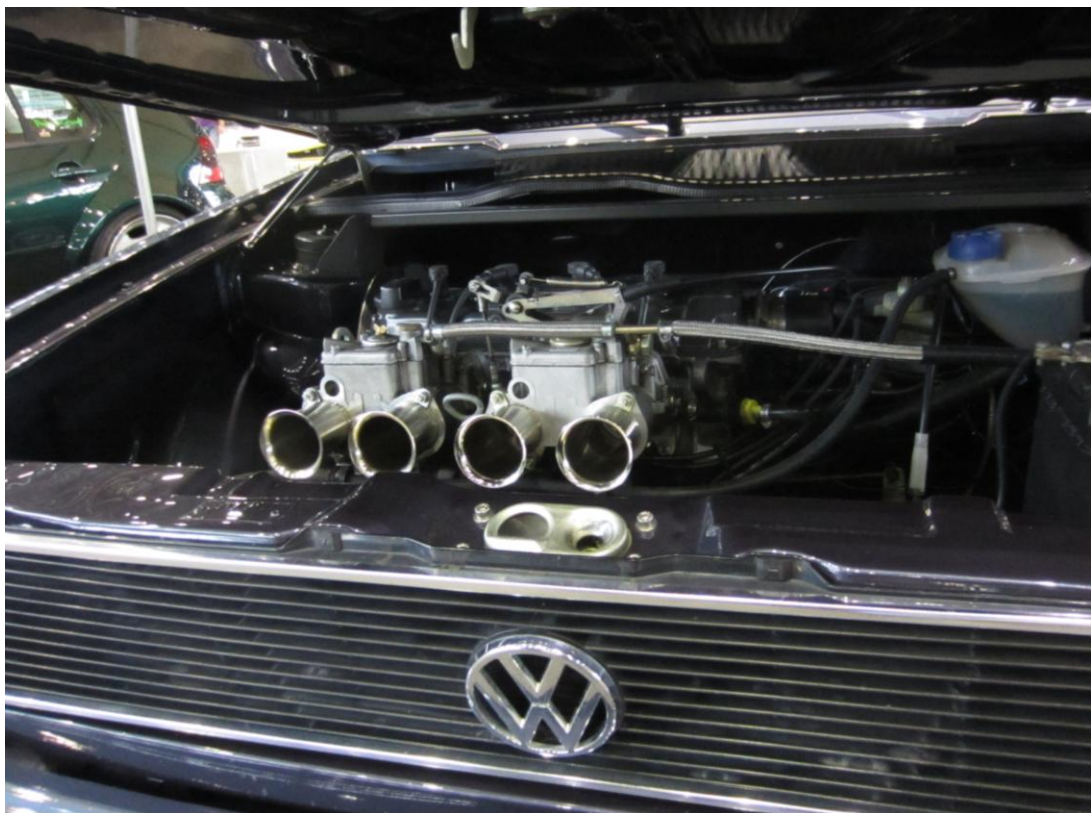


Abbildung 7: Mischung von akustischem und Leistungstuning am Swiss Tuning Event in Genf (Foto: Rusz, 2012).

2.3 Zusammenfassung und Implikationen

Motivation stellt die Gesamtheit von Motiven dar, die einen Menschen in einer bestimmten Situation zu einer Handlung bewegen. Die Beweggründe zum menschlichen Handeln können mithilfe der Motivationspsychologie aufgedeckt werden. Grundsätzlich sind zwei Arten von Einflussfaktoren zu unterscheiden, welche sich auf das Verhalten auswirken können: Personen- und Situationsfaktoren. Unter Personenfaktoren werden Bedürfnisse, Motive und Ziele verstanden. Für diese Arbeit sind die drei Motivarten, Leistungs-, Anschluss- und Machtmotiv von zentraler Bedeutung. Für leistungsmotivierte Personen steht die eigene Zufriedenheit mit der erfüllten Leistung im Vordergrund. Anschlussorientierte haben das Ziel, durch ihre Leistung den Zusammenhalt und die gute, harmonische Beziehung innerhalb einer sozialen Gruppe zu sichern. Machtmotivierte Menschen wollen sich über andere erheben, sie werden dadurch befriedigt, wenn die andere Person ein von ihnen gefordertes Verhalten zeigt. Damit es zu einer aktuellen Motivation und zu einer Handlung kommt, braucht es auch situative Faktoren, welche ein entsprechendes Motiv wachrufen. Situationsfaktoren oder situative Anreize geben dem Individuum also den Antrieb zu einer entsprechenden Handlung.

Was Menschen zur Verursachung von besonderen Schallereignissen motiviert, bzw. wann Schall als Lärm wahrgenommen wird, versucht die Lärmforschung zu erklären. Im Allgemeinen wird unter Lärm für die Betroffenen unerwünschter oder lästiger Schall verstanden. (Guski, 1987, S. 9) Die Wahrnehmung von Lärm wird durch individuelle und kulturelle Einflussfaktoren geprägt. Übermäßiger Schall und Musik können eine euphorisierende Wirkung haben, letzteres kann unabhängig von der Lautstärke das Fahrverhalten und damit auch die Geräuschentwicklung des Wagens beeinflussen.

Viele Autofahrer messen ihrem Wagen auch eine nicht-funktionale Bedeutung bei. Das Auto kann als Symbol von Macht oder Erfolg fungieren und damit Bedürfnisse befriedigen. Das Auto-Tuning als Kreativitätsprozess kann ebenfalls zur Bedürfnisbefriedigung dienen, ist aber gleichzeitig auch ein kultureller Prozess, da die Auto-Tuner mit ihrer Tätigkeit ihre Gruppenzugehörigkeit symbolisieren können.

Die Fachliteratur lieferte wichtige Informationen über die Motivationsfaktoren menschlichen Handelns und die Auswirkungen von Schall, anhand deren ein besseres Verständnis von lärmverursachendem Verhalten ermöglicht wurde. Die Kenntnisse über die nicht-funktionale Bedeutung des Autos trugen dazu bei, dass der Stellenwert des Kultobjekts Auto bedacht und so empirisch erfragt werden konnte. Damit boten die erarbeiteten theoretischen Grundlagen ein unverzichtbares Fundament für die weiteren Untersuchungen.

Die aus der wissenschaftlichen Literatur erworbenen Kenntnisse wurden des Weiteren bei der Zusammenstellung eines halbstandardisierten Leitfadenfragebogen zu den geplanten Interviews, sowie bei der Interview-Auswertung genutzt, damit die Motive bzw. die nicht-funktionale Bedeutung des Autos für Auto-Tuner identifiziert werden konnten.

Leider konnten auf diese Weise keine Informationen über die Tuning-Szene selbst bezogen werden. Aus diesem Grund machte es Sinn, die Literaturstudie mit einer explorativen Feldforschung zu ergänzen. Auf diese wird im folgenden Kapitel 3 eingegangen.

3 Tuning-Event-Besuche

Um die Tuning-Szene besser kennenzulernen und erste Eindrücke über die Auto-Tuner selbst zu gewinnen, wurden zwei Tuning-Events besucht. Das erste war im Juni 2012 das Swiss Car Event⁹ in Genf, ein zweitägiges Treffen für Auto-Liebhaber und -Tuner. Die Veranstaltung ist der grösste Automobil- und Tuning-Treff in der Schweiz, wobei der Tuning-Teil (früher als ‚Swiss Tuning Show‘ eine eigenständige Veranstaltung) auf eine sechsjährige Geschichte zurückblicken kann. Der zweite ausgewählte Grossanlass war der Tuning Day Cazis¹⁰ im Kanton Graubünden. Dabei handelt es sich um ein spezifisches Tuning-Meeting, wo neben der Präsentation der Wagen auch verschiedene Wettbewerbe stattfinden.

3.1 Methodik

3.1.1 Untersuchungsplan

Über Auto-Tuning wird zwar bisweilen immer mehr publiziert, wissenschaftliche Fachliteratur zum Thema ist aber nur schwer zu finden. Diese Tatsache erforderte, eine eigene Untersuchung der Tuning-Szene durchzuführen, um das soziale Milieu von Auto-Tunern besser kennenlernen zu können. Als Einstieg wurde zuerst eine Internet-Recherche nach Tuning-Events in der Schweiz durchgeführt. Solche Veranstaltungen boten eine gute Möglichkeit, eine explorative Untersuchung durchzuführen und so im sozialen Milieu der Auto-Tuner konkrete Beobachtungen zu sammeln, sowie Interviewpartner zu finden.

Die Auswahl der zu besuchenden Events war vor allem durch die Verfügbarkeit solcher Anlässe im benötigten Zeitraum bedingt. Wichtiges Ziel war dabei, die grössten Veranstaltungen in dieser Art zu identifizieren und an denen eigene Beobachtungen durchzuführen. Geplant waren offene, passiv-teilnehmende Fremd-Feldbeobachtungen. Dabei wurde die Rolle der Forscher nicht verheimlicht und das Milieu der Auto-Tuner wurde von aussen beobachtet. Im Anschluss an die Besuche wurden die Beobachtungen in Wort und Bild dokumentiert.

3.1.2 Untersuchungsgegenstand

Gegenstand der Untersuchung bildete im Fall der Swiss Car Event das Tuning-Milieu im Allgemeinen. Das Ziel bestand darin, ein erstes umfassendes Bild über die Tuning-Szene zu bekommen, welches dann wiederum Anhaltspunkte für das weitere Vorgehen lieferte. In Cazis standen vor allem solche Personen im Zentrum des Interesses, die akustisches Tuning betreiben.

⁹ <http://www.swisscarevent.ch/de/> (Stand vom 11.11.2012).

¹⁰ Weitere Informationen über die Veranstaltung sind unter <http://www.tuningday.ch/> zu finden (Stand vom 11.11.2012).

3.1.3 Untersuchungsvorgehen

Das Vorgehen während der Event-Besuche stützte sich auf die Methode der wissenschaftlichen Beobachtung. Diese unterscheidet sich von der Alltagsbeobachtung vor allem dadurch, dass diese zielorientiert ist und die Observationen protokolliert und reflektiert werden (Mayring, 1990, S. 57-58).

3.1.4 Beobachtungen

Bei den Beobachtungen an den Events wurde die Methode der passiv-teilnehmenden freien (oder unstrukturierten) Beobachtung verwendet. Bei dieser Beobachtung ist das Hauptziel, bisher noch nicht Erkanntes zu suchen und so den Kenntnisstand zu erweitern. Aus diesem Grund ist die Methode vor allem explorativ und erlaubt eine ‚Infiltration‘ in das soziale Milieu von Auto-Tuner. Diese Forschungsphase war sehr wichtig, um sich in die Welt der Auto-Tuner einzuarbeiten. Bei einer freien Beobachtung wird nicht im Voraus festgelegt, was beobachtet werden soll. Die Schwerpunkte ergeben sich im Verlauf der Untersuchung. Diese Methode zählt zu den qualitativen Verfahren (Olivier de Sardan, 2008, S. 51-53).

Die Daten können aus drei Arten von Quellen entstammen. Einerseits aus Beobachtungen, zumeist belegt durch Notizen, Fotos oder Videoaufnahmen. Zusätzlich können Druckerzeugnisse zum Untersuchungsgegenstand gesammelt werden, aber auch Interaktionen (z.B. informelle Gespräche) mit der beobachteten Gruppe sind möglich. Diese Daten bilden dann zusammen einen Korpus, welcher protokolliert und reflektiert wird. (Olivier de Sardan, 2008, S. 49)

3.1.5 Event-Besuche

Der erste Veranstaltungsbesuch in Genf hat während der ersten Projektphase stattgefunden, als bei den Autoren dieser Arbeit die Kenntnisse über Auto-Tuning noch eher rudimentär waren. Das Swiss Car Event ermöglichte der Gruppe, sich durch Beobachtung in die Welt der Auto-Tuner einzuarbeiten. Beim nächsten besuchten Event, dem Tuning Day Cazis waren zwei Hauptziele zu erreichen. Einerseits sollten Interviewpartner gefunden und rekrutiert werden, die zu der untersuchten Zielgruppe gehörten. Andererseits wurde erneut eine passiv-teilnehmende Beobachtung durchgeführt, welche szenenspezifische Zusatzinformationen lieferte, die dann in den Interviewleitfaden eingebaut werden konnten.

3.1.6 Untersuchungsdurchführung

In Genf wurde als erstes ein Rundgang auf dem Palexpo-Gelände vorgenommen, was einen visuellen und akustischen Eindruck über die Ausstellung ergab. Dabei wurden so viele relevante Informationen wie möglich gesammelt. Diese Beobachtungen lieferten allgemeine Da-

ten, die eine Basis für die Feldforschung bildeten. Um sich besser in das Milieu hineindenken zu können, wurde eine Vielzahl von Unterlagen wie Magazine, Zeitungen, Visitenkarten, Flyer, Ratgeber oder etwa Handbücher gesammelt. Diese Dokumente halfen beim ‚sich-vertraut-machen‘, haben aber auch Detailinformationen für die Vorbereitung der Interviews geliefert.

Die ungezwungene Atmosphäre ermöglichte auch Interaktionen mit Teilnehmenden. So bot sich die Gelegenheit, mit Fachkundigen wie Tuning-Experten (z.B. Garagen-, oder Sattlerei-mitarbeitenden), Juroren des ESPL-Wettbewerbs¹¹ sowie Herstellern von Auto-Zubehör zu sprechen. Diese Kurzinterviews in Genf waren frei und explorativ. Es wurde versucht, möglichst aus jeder Akteur-Gruppe (Tuner, Garagen, Organisatoren, usw.) jemanden kurz zu befragen. Dabei wurde das Hauptaugenmerk auf ein besseres Verständnis über Auto-Tuning und Fahrzeugakustik, insbesondere in Bezug auf die akustischen Tuningmöglichkeiten gelegt. Über das Gesagte wurden kurze Gesprächsprotokolle erstellt. Die Gesprächspartner lieferten zudem Kontaktmöglichkeiten und weiterführende Informationen zum Thema Tuning.

In Cazis ermöglichten die Vorkenntnisse über die Szene ein zielgerichteteres Vorgehen und die Konzentration auf die spezifischen Objekte, die den Gegenstand der Untersuchung bildeten. Der Ablauf des Besuchs war trotz dessen ähnlich wie in Genf. Zuerst wurde auf dem Messegelände ein Rundgang vorgenommen. Das Ziel war in erster Linie nach akustisch getunten Wagen und Teilnehmenden am ESPL-Wettbewerb zu suchen. Die ausgestellten Autos mussten für die Veranstaltung bei den Organisatoren zuerst registriert werden. So bot sich die Möglichkeit, bei der Einfahrt auf dem Gelände die Autos anzuhören und mögliche Kandidaten für das spätere Interview auszuwählen. In einem zweiten Durchlauf wurden dann die Besitzer bzw. Fahrer der ausgewählten Autos angefragt, ob sie zu einem Interview bereit wären.

3.1.7 Auswertung der Beobachtungen

Die erste Auswertung der Veranstaltungsbesuche erfolgte in Untergruppen mit den jeweils teilnehmenden Gruppenmitgliedern. Die während den Event-Besuchen aufgenommenen Beobachtungsprotokolle wurden miteinander verglichen. Anhand dessen entstand für jeden Event-Besuch die endgültige Version, welche sowohl die Einzelbeobachtungen, als auch die wichtigsten Gemeinsamkeiten enthielt. Die Protokolle wurden dann mit den Bildern ergänzt und während der Gruppentreffen in Plenum besprochen. Diese Vorgehensweise ermöglichte eine systematische Analyse der Tuning-Veranstaltungen.

¹¹ Der SPL-Wettbewerb ist eine Art Klangwettbewerb, wobei die Herausforderung ist, möglichst hohe Schalldrücke in Fahrzeugen mit entsprechendem optischem Erscheinungsbild der Car Hi-Fi-Systeme zu erzielen.

3.1.8 Reflexion und Kritik

Die Hauptziele der Veranstaltungsbesuche, das Thema zu erforschen, praktische Kenntnisse über Auto-Tuning zu erwerben und Kontakte zu knüpfen, konnten erfüllt werden. Äusserst gewinnbringend war die Möglichkeit der Informationsbeschaffung über Auto-Tuning aus erster Hand. Diese Insider-Informationen waren bei der Bestimmung der Auswahlkriterien der Interviewpartner sehr hilfreich. Als eine potentielle Zielgruppe zu den Interviews konnten beispielsweise die Teilnehmenden des ESPL-Wettbewerbs identifiziert werden.

Das zur Verfügung stehende relativ knappe Zeitfenster ermöglichte leider nicht, mehr Events zu besuchen. Eine grössere Auswahl über einen längeren Zeitraum hätte wahrscheinlich umfangreichere Resultate gebracht. Ebenfalls aus Zeitgründen wurde auch auf den Besuch eines wöchentlichen Tuner-Gruppentreffens verzichtet, obwohl es für die Arbeit sicherlich eine Bereicherung gewesen wäre. Die Durchführungssprache der Interviews war für die Auswahl der Veranstaltungen zwar nicht massgebend, in Genf war die Event-Sprache in erster Linie Französisch, in Cazis Deutsch. Es ist aber möglich, dass die Erweiterung der Untersuchung auf weitere Sprachregionen die Forschungsergebnisse beeinflussen würde. Die Besuche an den Auto-Tuning-Veranstaltungen waren wissenschaftlich teilweise zu wenig vorbereitet gewesen, hier bestünde durchaus Verbesserungspotential. Sie hätten ebenfalls besser dokumentiert werden können. Diese Art von Forschung war zwar für die vorliegende Arbeit gewinnbringend, mit einem vorstrukturierten Beobachtungsleitfaden hätten aber die Events wahrscheinlich noch mehr Informationen liefern können. Mit weiteren Ergänzungen, zum Beispiel durch Interviews mit den Event-Organisatoren wäre es möglich gewesen, eventuell andere Untersuchungsgruppen zu identifizieren oder stärker auf die verschiedenen Subgruppen zu fokussieren.

3.2 Resultate

Während den Event-Besuchen konnten sowohl charakteristische Merkmale in der Auto-Tuning-Szene, als auch diverse Subgruppen innerhalb von Auto-Tunern beobachtet und identifiziert werden. Darüber hinaus bot sich die Gelegenheit, sich über die Methoden und Möglichkeiten des akustischen Tunings am Auto zu informieren. Da die ausgestellten Fahrzeuge überwiegend mit offenen Türen bzw. Motorhauben präsentiert wurden, war es gut möglich, sich die Veränderungen anzuschauen. Jeder angefragte Aussteller hat sich bereit gezeigt, nach Anfrage die Akustik des Wagens erlebbar zu machen und die vorgenommenen Änderungen aufzuzeigen, was den Kenntnisstand der Gruppe massgeblich erhöhte.

3.2.1 Charakteristische Merkmale der Auto-Tuning-Szene

Das Swiss Car Event fand in Genf auf dem Palexpo-Gelände in einer geschlossenen Halle statt. Schon vor dem Eintritt in die Ausstellungshalle war ein sehr hoher Lärmpegel wahrnehmbar. In der Halle tönte aus grossen Lautsprechern überall laute Musik, untermalt von Motoren- und Auspuffgeräuschen. Die Ausstellung der getunten Autos wurde mit einem Rahmenprogramm und verschiedenen Showeinlagen ergänzt.

Es erforderte eine grosse Konzentration, Informationen zu beziehen, da man die eigene Stimme kaum verstehen konnte und sich mit den Gesprächspartnern aufgrund der Lautstärke kaum unterhalten konnte. Es waren ca. 30 Tuning-Klubs aus der Schweiz, Italien, Frankreich und Luxemburg vertreten, die ihre Autos präsentierten. Es gab auch Privatpersonen, die als Besitzer veredelter Fahrzeuge ausgestellt haben. Sie hatten die Möglichkeit, mit den Wagen an verschiedenen Wettbewerben teilzunehmen. Die Teilnehmer waren überwiegend junge Leute, viele Männer, aber auch Frauen oder junge Familien mit Kleinkindern. Es gab relativ wenige Personen in fortgeschrittenem Alter.

Der Tuning Day Cazis liess ähnliche Beobachtungen zu, wie der Event in Genf. Die Tuner – mehrheitlich Männer – waren zumeist jung bis sehr jung. Oftmals kamen mehrere Personen in kleinen Gruppen zu diesem Anlass, sie waren häufig Mitglieder desselben Tuning-Klubs, was an der Kleidung mit dem Aufdruck des Klubs ersichtlich war. Da die Veranstaltung unter freiem Himmel stattfand, war die Geräuschkulisse weniger imposant, als in der geschlossenen Halle in Genf. Laute Musik aus aufgestellten Lautsprechern und die typischen Sounds der getunten Autos waren aber auch hier allgegenwärtig.

3.2.2 Subgruppen innerhalb der Tuning-Szene

Auf den Tuning-Events wurden getunte Autos auf unterschiedlicher Art und Weise präsentiert. Alle drei Hauptströmungen, ‚Performance‘, ‚Appearance‘ und ‚Sound‘ waren vertreten (vgl. Warren & Gibson, 2011) und gut abgrenzbare Subgruppen konnten beobachtet werden, so z.B. nach äusserem Erscheinungsbild, oder nach Automarken. Abbildung 8 zeigt eine Gruppe von optisch getunten Volkswagen mit ‚flashy‘ Farben und zu den Wagen passenden Accessoires in Szene gesetzt.



Abbildung 8: Ausstellungsbereich von getunten Volkswagen am Swiss Car Event (Foto: Rusz, 2012).

Nicht jeder Auto-Tuner gehörte einem Klub an, das organisierte Auftreten und das ‚Corporate Image‘ der Autos wies aber auf einen hohen Stellenwert der Klubs innerhalb des Milieus hin.

Bei den Veranstaltungen scheint die Fahrzeugakustik ebenfalls eine wichtige Rolle zu spielen (Abbildung 9), sei es die Ausstellung von akustisch getunten Autos, die Präsentationen von Tuning-Garagen oder des Zubehörs in diesem Bereich. Für Tuning-Fans bietet sich auch die Möglichkeit, sich beraten zu lassen oder die neuesten Trends und Gadgets zu entdecken. In Genf war unter den Ausstellern unter anderem auch die renommierte österreichische Firma Remus, der Weltmarktführer im Bereich Sportauspuffanlagen vertreten. Auch die Klangwettbewerbe erweisen sich als wahres Publikumsmagnet. Sie bilden oft einen festen Bestandteil des Rahmenprogramms und bieten in unterschiedlichen Kategorien eine Plattform, um die Fähigkeiten und Fertigkeiten der Auto-Tuner zu vergleichen.



**Abbildung 9: Auspuff von Remus in Genf ausgestellt
(Foto: Rusz, 2012).**

3.2.3 Akustische Veränderungen am Auto

Das Ziel von akustischem Tuning ist es, das Klangbild eines Wagens zu verändern. Eine Möglichkeit dazu ist z.B., mit dem Umbau des Motors oder des Auspuffs die generelle Lautstärke des Fahrzeugs zu erhöhen.



Abbildung 10: Akustisch getunter Pick-Up auf dem Swiss Car Event (Foto: Rusz, 2012).

Es ist ebenfalls möglich, die akustischen Grenzen des Autos mit der Erweiterung oder dem kompletten Umbau der Musikanlage zu erweitern. Ein extremes Beispiel dafür zeigt Abbildung 10. Bei solchen Wagen spielen vor allem Subwoofer¹² eine wichtige Rolle. Mit der entsprechenden – für Tiefton-Lautsprecher extra angepassten - Musik lässt sich im Wagen bei hohen Lautstärken ein sichtbarer Schalldruck erzeugen. Leichtere Gegenstände vibrieren oder hüpfen auf dem Armaturenbrett auf und ab und alles, was im Wagen aufgehängt ist, bewegt sich. Dieses Phänomen wird während den Events oft und gern präsentiert und erfreut im Tuning-Kreis grosser Beliebtheit.

¹² Subwoofer oder Basslautsprecher sind spezielle Lautsprecher, die für die Wiedergabe von Schallwellen tiefer Frequenzen (Bass) geeignet sind (Kostis, 2008).

Für akustisch getunte Autos werden sogar verschiedene Wettbewerbe organisiert. Die zwei Hauptströmungen sind die Klangwettbewerbe und die Lautstärke-Wettbewerbe (ESPL). Bei vorigen wird die Einbauqualität und Klang der Anlage beurteilt, bei letzteren zählt nur die Lautstärke der eingebauten Car-HiFi-Anlage. (Carmedia, 2013) Für die vorliegende Arbeit sind vor allem die Lautstärke-Contests interessant. Das Ziel darin besteht dabei darin, das lauteste Auto zu haben. Während der Schalldruckmessung sitzt der Fahrer meistens im Auto, um die Audioanlage zu bedienen. Bei einem Schalldruckpegel von mehr als 150 dB wird die Audio-Anlage wegen des gesundheitlichen Risikos per Computer von aussen gesteuert.

3.3 Zusammenfassung und Implikationen

Zusammenfassend kann behauptet werden, dass die Veranstaltungen wertvolle und vielseitige Informationen über die Tuning-Szene und das akustische Tuning geliefert haben. Die Besucher waren mehrheitlich junge Männer. Oftmals kamen mehrere Personen in kleinen Gruppen zu diesem Anlass, sie waren häufig Mitglieder desselben Tuning-Klubs, was an der Kleidung mit dem Logo des Klubs ersichtlich war. Die Szene setzt sich aus gut abgrenzbaren Subgruppen zusammen, die aufgrund von verschiedenen Merkmalen, wie zum Beispiel der Automarke oder Tuning-Typ zu identifizieren sind. Das spezifische Tuning-Milieu konnte während den Events aus der Beobachterperspektive erfasst und die diesbezüglichen Kenntnisse in die Synthese einbezogen werden. Dennoch war für die Ergründung der individuellen Motive von Auto-Tunern für akustisches Tuning ein weiterer Schritt nötig, darum wurden in einer weiteren Forschungsetappe Interviews mit verschiedenen Auto-Tunern durchgeführt. Da während beiden Events auch ESPL-Wettbewerbe durchgeführt wurden, bot sich die Gelegenheit, die Teilnehmenden von diesen Veranstaltungen gezielt um ein Interview zu bitten.

4 Interviews

In den vorherigen beiden Kapiteln wurden einerseits die Theorie, andererseits die Beobachtungen an den Tuning-Events beschrieben. Die gewonnenen Erkenntnisse aus den beiden Kapiteln flossen in den Leitfaden für die Interviews mit den Auto-Tunern ein. In diesem Kapitel ‚Interviews‘ werden die durchgeführten fünf Interviews dargestellt. Die Interviewten fahren akustisch veränderte Autos. Sie gaben einerseits Auskunft über ihre Motivation, Auto-Tuning, insbesondere akustisches Tuning zu betreiben, andererseits über die Erfordernisse beim Tuning und den Stellenwert der akustischen Eigenschaften des Autos.

4.1 Methodik

Da Motive mit reiner Beobachtung nicht aufzudecken waren, war es unerlässlich, qualitative Interviews mit Auto-Tunern durchzuführen. Die Interviews sollten auf die folgenden Fragen Antworten liefern:

- Warum wird Auto-Tuning im Allgemeinen betrieben?
- Welche Erfordernisse stellen sich an Auto-Tuner beim Tuning?
- Welchen Stellenwert haben dabei die akustischen Eigenschaften des Autos für die Interviewpartner?
- Welche Motive stehen im Hintergrund der intendierten Geräuschverursachung?
- Welcher Zusammenhang besteht zwischen Auto-Tuning und Fahrverhalten?

Zuerst wurde ein mündlich halbstandardisiertes Leitfadeninterview konstruiert. Als Basis dienten zwei Quellen, die Literaturrecherche und die Tuning-Event-Besuche. Als nächster Schritt erfolgte die Auswahl der Interviewpartner, gefolgt von der Durchführung der Interviews sowie der anschließenden Auswertung und Interpretation der Resultate.

4.1.1 Untersuchungsgruppe

Obwohl bei explorativen Studien die Auswahl der zu interviewenden Personen nicht relevant ist, solange sie bestimmte Kriterien erfüllen, wurde in dieser Arbeit trotzdem eine möglichst heterogene Gruppe gesucht (Bortz & Döring, 2006, S. 70). Dies, damit ein weites Spektrum an Motiven von Auto-Tuning aufgedeckt werden kann. Es wurden nur solche Auto-Tuner befragt, die mindestens ein akustisch verändertes Auto nutzen. Da die Interviewdurchführung auf Deutsch oder Schweizerdeutsch geplant war, war auch die Sprache als Auswahlkriterium relevant. Aus den Beobachtungen an den Tuning-Events wurde das Sample in Anlehnung an eine Quotenauswahl definiert (vgl. Diekmann, 2007, S. 390). Es wurde darauf geachtet, dass das Sample aus Männern und mindestens einer Frau maximal aber zwei Frauen besteht. Wei-

ter sollte jeweils mindestens ein Interviewpartner Mitglieder bzw. Nicht-Mitglied in einem Tuning-Klub sein, ebenso wurde jeweils mindestens ein Interviewpartner ausgewählt, welcher bei ESPL-Wettbewerben teilnimmt bzw. nicht teilnimmt. Die Beobachtungen haben gezeigt, dass die Mehrheit der Tuner zwischen 18 und 30 Jahre alt ist. Deshalb mussten 18 bis 30-Jährige die Mehrheit der Interviewpartner stellen, ergänzt durch maximal zwei Interviewte über 30 Jahren. Aus diesen Bedingungen entstand ein theoretisches Sample zwischen drei bis sechs Interviewpartner.

Für die Auswahl wurden sechs Personen über persönliche Kontakte aus dem Bekanntenkreis angefragt. Von denen nahmen schliesslich zwei an den Interviews teil. Gleichzeitig wurden am zweiten Tuning-Event in Cazis potenzielle Auto-Tuner direkt angesprochen und angefragt, ob sie Interesse hätten, an einem Interview teilzunehmen. So wurde die Mailadresse bzw. die Telefonnummer von insgesamt sieben Personen aufgenommen. In der folgenden Woche wurde ein Mail an sechs Auto-Tuner verschickt, darauf antworteten zwei, diese wurden interviewt. Mit einem Auto-Tuner wurde telefoniert, er erklärte sich ebenfalls bereit, am Interview teilzunehmen.

Das empirische Alter der Interviewten liegt zwischen 19 und 52 Jahre, das Durchschnittsalter beträgt 33.6 Jahre. Das Sample umfasst vier Männer und eine Frau. Drei Personen tunen selber ihren Wagen, zwei lassen die Änderungen von Spezialisten durchführen. Ein Befragter gehört einem Auto-Tuning-Klub an. Alle leben in ländlicher Umgebung, zwei sind verheiratet, die anderen drei leben in einer Partnerschaft. Alle Befragten haben an den Interviews freiwillig teilgenommen, sie waren intrinsisch motiviert, ihre Meinung der Forschungsgruppe mitzuteilen.

4.1.2 Interviewsetting

Die Interviews wurden an neutralen Orten wie Cafés oder Restaurants durchgeführt. Dabei nahmen maximal zwei Gruppenmitglieder am Interview teil. Der Interviewer stellte die Fragen und hörte dem Befragten aktiv zu. Die Art des Gesprächs anhand des Leitfadenterviews liess den Interviewten viel Freiraum, um sich zu äussern. Sehr wichtig war dabei, den Befragten Raum zu bieten, die eigene Meinung zum Thema äussern zu können. Dafür wurde nach beendetem Satz jeweils drei Sekunden gewartet, damit der Interviewte Ergänzungen machen konnte. Dank der Pause nach den Fragen gab es genügend Zeit für ausführliche Antworten. Falls eine Frage nicht ausführlich genug beantwortet wurde, haben die Interviewer zusätzliche Fragen gestellt, womit weitere Informationen gewonnen werden konnten (vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 309).

Die andere Person der Forschungsgruppe war als Beobachter anwesend und machte Notizen über mögliche Ergänzungen. Sie schaltete sich im Interview nur dann ein, wenn sich zu einem bestimmten Punkt eine weitere interessante Frage ergab, welche nicht nachgefragt wurde. Der Beobachter sollte das Gespräch aber nicht beherrschen.

4.1.3 Durchführung der Interviews

Mit den befragten Personen wurde ein Termin festgelegt, wobei Ort und Zeit von der interviewten Person bestimmt wurde. Es wurde darauf geachtet, dass der Ablauf der Interviews, wenn möglich, immer gleich war. Als erstes stellten sich die Interviewer als Studierende der Universität Bern vor und erwähnten, wer für die Durchführung des Interviews zuständig ist. Bevor das Interview begann, wurden die Interviewten über Zweck und Ziel der Angaben, Vertraulichkeit, über die Aufzeichnung des Gesprächs und über den Ablauf des Interviews informiert. Die teilnehmenden Personen hatten jederzeit die Möglichkeit, Fragen auszulassen oder das Interview ohne Begründung zu beenden. Das wissenschaftlich-methodische Vorgehen kann somit als ethisch unbedenklich eingestuft werden. Jedes Interview wurde mit einem Diktaphon aufgenommen, damit die Antworten schriftlich festgehalten werden konnten.

4.1.4 Leitfadeninterviews

Die Interviews wurden mündlich mit Hilfe eines halbstandardisierten Leitfadens durchgeführt. Bei einem Leitfadeninterview¹³ werden vorgängig die wichtigsten Fragen formuliert. Während dem Interview kann jedoch die Reihenfolge der Fragen angepasst werden. Die verschiedenen Interviews bleiben damit vergleichbar und der Befragte kann seine eigene subjektive Sichtweise genügend einbringen. Der Leitfaden kombiniert Systematik und Flexibilität. Durch Nachfragen (Ad-hoc-Fragen) können einzelne Aspekte des Gesprächs, welche nicht im Leitfadeninterview stehen, trotzdem dokumentiert werden. (Bortz & Döring, 2006, S. 314) Diese Vorteile waren der Grund dafür, weshalb diese Erhebungsmethode angewandt wurde.

Die Fragenden müssen sich während des Leitfadeninterviews an den Gesprächsfluss des Interviewten anpassen, d.h. die Reihenfolge der Fragen ändern, passende Nachfragen stellen und ein aufmerksames und stimulierendes Klima für ein gutes Gespräch liefern (Flick, 2010, S. 203-205). Ein eventueller Nachteil der Änderung der Fragenreihenfolge während des Interviews ist der sogenannte Halo-Effekt oder Fragekontexteffekt, welches zu einer systematischen Verzerrung führen kann. Die Beantwortung einer Frage kann zusätzlich durch die vorangegangenen Fragen beeinflusst sein, indem diese Fragen Erinnerungen und somit positive oder negative Gefühle seitens des Befragten aktivierten können. (Diekmann, 2007, S. 484)

¹³ Der verwendete Leitfaden ist in Anhang A abgebildet.

Der während der Untersuchung verwendete Leitfaden war als ‚lernender‘ Fragebogen aufgebaut. Das bedeutet, dass anhand der Informationen aus den vorgängigen Interviews der Leitfaden für die späteren Interviews angepasst werden konnte. Da während dem ersten Interview tatsächlich zusätzliche Aspekte auftauchten, wurde die erste Version des Leitfadens leicht modifiziert.

4.1.5 Transkription

Die gemachten Interviews wurden transkribiert. Dabei wurde eine Wort-zu-Wort-Transkription¹⁴ gemacht, welche die Inhalte einheitlich und systematisch auswertbar machte. Die Texte wurden von Mundart in Schriftsprache übertragen. Diese Veränderung des Originals sollte keine Probleme darstellen, da der Erkenntnisinteresse auf dem Inhalt und nicht auf der Sprache an sich lag.

4.1.6 Untersuchungsauswertung: Tagxedo

Nach der Transkription der Interviews folgte die Auswertung der Untersuchung. In einem ersten Schritt wurden dabei die Textbausteine der Interviews heuristisch analysiert. Dafür wurde das Textanalyseprogramm Tagxedo¹⁵ verwendet. Dieses basiert auf dem Prinzip der statistischen Häufigkeitsanalyse. Die Anwendung generiert eine sogenannte Wortwolke; ein Bild aus Wörtern, die am meisten genannt wurden. Je grösser der Begriff in der Wortwolke erscheint, desto häufiger kam dieses in den Interviews vor. Die quantitativ weniger angesprochenen Begriffe erscheinen in der Peripherie der Wortwolke in kleineren Lettern.

Das Ziel der Untersuchung lag weniger in der Durchführung einer linguistischen Häufigkeitsanalyse, sondern vielmehr in der Identifizierung der für das Forschungsthema relevanten Wörter und Begriffe. Aus diesem Grund wurden gewisse Wortgruppen in der erzeugten Wortwolke gelöscht, da diese Wörter kaum eine inhaltliche Aussagekraft aufwiesen. So wurden Präpositionen, Artikel, Pronomen Konjunktionen, Interjektionen, Partikel sowie Hilfs- und Modalverben aus der Sprachanalyse ausgeschlossen. Dadurch konnte der Informationsgehalt gesteigert werden.

Tagxedo ist ein visuelles Tool, das für eine umfassende Auswertung der Informationen aus den Interviews nicht geeignet ist. Die Wortwolke aus Tagxedo kann aber aufgrund der quantitativen Analyse der angesprochenen Inhalte zu neuen Reflexionen führen. Die so erworbenen Erkenntnisse wurden im vorliegenden Fall nicht als Resultate ausgewertet, sondern als ein ergänzendes Mittel der Untersuchung betrachtet.

¹⁴ Transkriptionen sind auf Anfrage bei den Autoren erhältlich.

¹⁵ www.tagxedo.com (Version vom 28.03.2013).

4.1.7 Untersuchungsauswertung: Globalauswertung

Die Auswertung vollzog sich in mehreren Teilschritten. Die Transkriptionen wurden anhand eines Rasters¹⁶ geordnet, um Muster in den verschiedenen Interviews zu erkennen. Der Raster diente als Strukturierungshilfsmittel für die folgende Diskursanalyse, dafür wurden die Hauptfragen des Interviews nochmals aufgelistet, zusätzlich zu unseren Forschungsinteressen, der Beweggründe von Auto-Tunern. Es war wichtig, dass alle Autoren diesen Auswertungsschritt vornahmen, dies mit dem Ziel, das qualitative Auswertungsverfahren intersubjektiv nachvollziehbar und konsensfähig zu machen (vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 331). Dieser ist in Anlehnung an die zehn Schritte der Globalauswertung nach Legewie (1994) konzipiert worden. Als erstes wird eine *Orientierung* des Materials vorgenommen, dabei verschafft man sich einen groben Überblick über die Dokumente. Beim *Aktivieren des Kontextwissens* wird der Entstehungskontext der Interviews vergegenwärtigt. Im nächsten Schritt, den *Text durcharbeiten*, werden beim sorgfältigen Durchlesen wichtige Aussagen markiert, dabei wird der Text erfasst und interpretiert. Anschliessend werden *Einfälle* für die Interpretation *ausgearbeitet*. Die nächsten beiden Schritte wurden in einem gemacht, dabei wurden wichtige *Themen festgehalten* und diese mit Stellenvermerk *zusammengefasst*. Die *Bewertung der Texte* wurde ausserhalb der Textanalyse vollzogen und beinhaltete hier keinen separaten Schritt in der Analyse. In der *Auswertung der Stichwörter* wird der Text auf die Relevanz der Fragestellung untersucht. Die beiden letzten Schritte *Konsequenzen für die weitere Arbeit* lagen darin, dass die Textanalyse nicht nur in einem Interview gemacht wurde, sondern über alle fünf Interviews und die *Darstellung der Ergebnisse* sind ein Teil dieser Arbeit. (Legewie, 1994, S. 177)

4.1.8 Untersuchungsauswertung: Diskursanalyse

Die inhaltliche Interpretation war stark an der Diskursanalyse nach Allolio-Näcke (2010) angelehnt. Zum besseren Verständnis wird im folgenden Abschnitt erklärt, wie die Diskursanalyse allgemein funktioniert und wie diese hier angewandt wurde.

Mittels der Diskursanalyse ist es nicht nur möglich, die individualpsychologischen Motive auszuwerten, sondern auch situationsspezifische Faktoren in Bezug auf das menschliche Handeln gezielt zu analysieren. Mit dieser Art von Auswertung werden Aussagen kontextuell betrachtet und analysiert. Die wahrscheinlich grösste Schwäche der Diskursanalyse liegt darin, dass einer Gruppe von Menschen die Macht zukommt, sich als ‚Experten‘ zu äussern. Dieser Umstand wird aber dadurch abgeschwächt, dass es zumeist nicht nur einen Diskurs gibt, son-

¹⁶ Der verwendete Auswertungsrastrer ist in Anhang B ersichtlich.

dern durch die Interpretation der Forscher eine spezifische Perspektive entsteht, welche einen möglichen Diskurs ermöglicht. (Allolio-Näcke, 2010, S. 670-672)

Die interviewten Tuner erhielten die Möglichkeit, als Experten zu sprechen. So konnten nicht nur die individualpsychologischen Motive ausgewertet werden, sondern auch dem jeweiligen Kontext konnte in der Analyse Beachtung geschenkt werden. Dies einerseits durch die Interviews an sich, aber auch durch die Feldbeobachtungen bei den Auto-Tuning-Events.

4.1.9 Reflexion und Kritik

In den vorhergehenden Ausführungen wurde aufgezeigt, wie man in dieser Untersuchung vorgegangen ist. Eine Reflexion über die eigene Vorgehensweise ist demnach unabdingbar.

Ein erster Punkt, welcher betrachtet wird, betrifft die Untersuchungsgruppe. Die Interviews wurden infolge der Kürze der zur Verfügung stehenden Zeit lediglich mit fünf Personen durchgeführt. Demzufolge sind die erhaltenen Informationen und Resultate durch die Anzahl der Interviews begrenzt. Aus diesem Grund ist es problematisch, die Ergebnisse ausserhalb des Samples zu verallgemeinern. Es kann nicht mit Sicherheit davon ausgegangen werden, dass die theoretische Sättigung mit fünf Befragten erreicht worden ist und deshalb müssen die entstandenen Resultate mit Vorsicht interpretiert werden, denn sie zeigen nur eine Tendenz an möglichen Antworten an. (Vgl. Bortz & Döring, 2006, S. 309) Die Auswahl der untersuchten Gruppe sollte für das nächste Mal auf mehreren unterschiedlichen Events beruhen, um so eine möglichst heterogenes Sample erreichen zu können. Als Ergänzung neben weiteren Interviews mit Auto-Tuner wären Interviews mit anderen Involvierten, wie Event-Betreiber, Polizei oder Auto-Mechaniker möglich.

Ein weiterer Punkt, der nicht vernachlässigt werden darf, besteht in der Gefahr, dass Teile des Gesprächs durch die Transkription verloren gehen können, zum Beispiel die Stimmlage der befragten Person.

Ein weiterer Punkt, welcher reflektiert werden muss, ist der Kontext der Interviews. Dieser beeinflusst nicht nur die Resultate, sondern auch die Interpretation. Die Untersuchung des Samples kann einerseits über die Gütekriterien der qualitativen Forschung, andererseits über die Einflüsse, die sich auf die Untersuchungsergebnisse auswirken, Auskunft geben. Die Interviewer waren für die Befragten unbekannt. Dieser Faktor hat sowohl Vor- als auch Nachteile. Einerseits kann es sein, dass die Befragten nicht alle ihre Eindrücke mitteilen, da sie die Fragenden nicht kennen und ihnen ev. nicht vollumfänglich vertrauen. In diesem Fall kann auch die soziale Erwünschtheit eine Rolle bei den gegebenen Antworten spielen. Andererseits

können sich die Befragten freier fühlen, ihre Meinung zu äussern, weil die Subjektivität und Intimität einer speziellen Beziehung wegfällt. (Bortz & Doring, 2006, S. 326)

Als letzten Punkt werden externe Faktoren betrachtet, welche nur begrenzt in die Analyse einbezogen werden konnten. Sie wurden aber soweit wie möglich mit berücksichtigt, zum Beispiel mit dem Versuch, das soziale Umfeld und dessen Einfluss auf die Tuner zu erfassen. Ebenfalls wurde geprüft, ob und weshalb Auto-Tuner intendiert Geräusche verursachen. Für eine nächste Untersuchung sollten diese Punkte besser kontrolliert und untersucht werden.

4.2 Resultate

Im folgenden Kapitel werden die Resultate aus den Interviews strukturiert dargestellt. Es wurde versucht, typische Antwortmuster aufzudecken. Diese werden im Folgenden dargestellt und erklärt. Die Zitate stammen aus den transkribierten Interviews¹⁷.

4.2.1 Sprachanalyse

Die Atmosphäre während der Interviews war freundlich und aufgeschlossen. Häufig wurde der Eindruck bestätigt, dass die Interviewten, die sich für ein Gespräch einverstanden erklärten, tatsächlich etwas mitteilen wollten und dass sie seriöse Angaben und Daten lieferten. Für einen Interviewten war es entscheidend, mittels des Gesprächs und dieser Studie gängige Vorurteile über Auto-Tuner aufzulösen. So meinte er abschliessend: „[...] Ja, ich hoffe, dass Ihr [die Interviewenden] das [Interview] wahrheitsgetreu auswertet und dass dann vielleicht endlich mal rauskommt eben, dass halt nicht Tuner gleich Raser, dass das nicht so ist.“ (Interview 2, Z: 448-449)

Die Fragen wurden weitgehend präzise und konzis beantwortet und auf Nachfragen und Erläuterungswünsche der Interviewenden wurde immer eingegangen. Keine Fragen wurden unbeantwortet gelassen, auch wenn einige bei der Frage nach dem aktuellen Verdienst eher zögernd antworteten. Teilweise mussten Fragen umformuliert nochmals gestellt werden. Auffallend viele Fachtermini wurden von den Interviewten ins Feld geführt; generell entsteht der Eindruck einer sehr technisch und handwerklich gefärbten und dadurch präzisen Sprache und Wortwahl. Durch dieses strukturell simple, aber bisweilen doch spezifische Vokabular erscheinen Äusserungen im Rahmen der Konversation als kohärent, gut verständlich und nachvollziehbar. In diesem Sinne sind auch die Satzkompositionen eher kurz und auffallend häufig passiv formuliert. Generell ist die analysierte Sprache fachgemäss, umgangssprachlich gefärbt, sehr konkret, ausführlich und wenig plakativ.

¹⁷ Die Zitation erfolgte jeweils nach dem folgenden Muster: Interview [1 bis 5], Z für Zeile, gefolgt von den Zeilenangaben, welche aus den Transkriptionsprotokollen stammen.

Das Textanalyseprogramm ‚Tagxedo‘ liefert unter anderem folgende Schlüsselwörter, die in den Interviews am häufigsten verwendet wurden (siehe Abbildung 11): ‚Reaktionen‘, ‚Auto‘, ‚Situationen‘, ‚Tuning‘, ‚Hobby‘, ‚Fahrstil‘ und ‚Freude‘. Diese wurden in quantitativer Hinsicht sehr häufig in den durchgeführten Interviews verwendet.



Abbildung 11: Erzeugte Wortwolke aus den Interviews (Quelle: Tagxedo.com).

4.2.2 Warum Auto-Tuning? Motive und Erfordernisse

Die Motive zum Auto-Tuning liegen hauptsächlich im Vergnügen, dem Spass an der Sache und der Freude an einem umfassenden und eher seltenen Hobby. Aussagen wie „[Ich tune Autos], weil es mein Hobby ist [und], weil es mir gefällt“ (Interview 2, Z: 8) lassen sich als Motive für das Auto-Tuning im Allgemeinen verallgemeinern und ziehen sich wie ein roter Faden durch die Interviews. Bei vier der fünf Interviewten fallen Begriffe wie Freude oder Vergnügen (Interview 1, Z: 78, Interview 2, Z: 92, Interview 3, Z: 134, Interview 5, Z: 143), die als die Hauptbeweggründe für das Auto-Tuning gesehen werden dürfen.

Ergänzend dazu sehen sich zwei Interviewte als Autofans und merken an, dass sie generell sehr viel Zeit mit ihrem Auto verbringen. Ein Tuner schätzt die Bedeutung seines Hobbys derart hoch ein, dass es alles andere in seinem Leben zu überstrahlen scheint: „[B]ei mir ist

das Auto-Tuning eigentlich an erster Stelle... bevor irgendwie etwas anderes kommt... vor dem Ausgang oder so..." (Interview 2, Z: 92-94)

Auto-Tuning ohne aber das Gefühl, darauf stolz zu sein, würde sich hingegen nicht lohnen. Für keinen der Interviewten ist das Hobby Auto-Tuning Selbstzweck; direkt oder indirekt verweisen die meisten darauf, dass sie mit ihrem Hobby auch andere Ziele verfolgen. Darunter fallen Argumente, die den Stolz und das Verlangen nach Exklusivität, Individualität und Eigenständigkeit zum Ausdruck bringen: „Es macht mir Spass, etwas Einzigartiges zu schaffen, das nicht jeder hat [...]“ (Interview 5, Z: 109) In diese Argumente mischt sich auch Begeisterung, etwas Erworbenes nach eigenen Ideen und Vorstellungen verschönern und veredeln zu können. Die damit vollziehbare Transformation eines Massen- oder Serienproduktes in ein individuelles und einmaliges Einzelstück scheint ein wichtiges Grundmotiv für das Auto-Tuning zu sein.

Zudem wird die Möglichkeit zu sozialen Kontakten mit Gleichgesinnten von mehreren Interviewten ins Feld geführt. Fachsimpeln, sich austauschen und Freude an der gemeinsamen Sache zu haben sind ebenso wichtig, wie die rein technischen Gründe. Trotzdem stehen und fallen solche Austauschmöglichkeiten mit dem getunten Auto, nur wenn es hier Anknüpfung- und Berührungspunkte gibt, kann darüber gesprochen werden. In dieser Hinsicht scheint wichtig, dass solche Gespräche nicht immer deckungsgleich verlaufen müssen und dass man überhaupt nicht einer Meinung sein muss. Gerade aus den verschiedenen Optiken, Eindrücken und Präferenzen entstehen interessante Gesprächsthemen. Folgendes Zitat vermittelt einen Eindruck über den Meinungs austausch in einem Tuning-Klub: „[J]a eben im Klub, wenn wir da Klubhöck haben und dann ja sagst du, ich habe noch das und das gemacht und ja und dann schauen es alle ein bisschen an und der Eine meint nein, das finde ich nicht gut und das ja das wäre noch voll geil und ja das ist halt, jeder hat dann halt seine eigene Meinung, aber man tut ein bisschen fachsimpeln über das [...]“ (Interview 1, Z: 164-167).

Nur ein Interviewter betreibt das Auto-Tuning auch aus wirtschaftlichen Gründen. Mittels der Dienstleistung Auto-Tuning für andere findet er einen Nebenerwerb und kann so einen Ausgleich zu seinem Beruf finden (Interview 5, Z: 8-11).

Im Allgemeinen stellt nach den Befragten Kompetitivität kein Hauptmotiv für das Auto-Tuning dar. Trotz dessen kann es durchaus wichtig sein, dass andere das jeweilige Auto als schön und ansprechend beurteilen. Auch die Vermutung, dass Autos getunt werden, um dann an Wettbewerben und Tuning-Messen erfolgreich zu sein und so Preise zu gewinnen, lässt

sich nicht bestätigen: „[I]ch gehe nicht primär [an Tuning-Events], ich melde mich nicht an wegen Ruhm oder Medaille[n] oder irgendetwas sonst auf das Regal zu stellen, sondern um einen lustigen Tag mit den Kollegen von mir zusammen zu verbringen und Spass zu haben.“ (Interview 5, Z: 17-19)

Als Abschluss des jeweiligen Interviews wurden die Auto-Tuner gefragt, eine Rangfolge vorgegebener Begriffe zu erstellen. Auch hier wiederholt sich die oben genannte Motivstruktur: Zu allererst steht das Auto-Tuning als Hobby, das Spass macht (vgl. Interview 1, Z: 362-371, Interview 2, Z: 261-263, Interview 3, Z: 382-389, Interview 4, Z: 384-393, Interview 5, Z: 479-490). Erst als zweites kommen eher technische Interessen zum Zug. Trotzdem braucht es auch letztere, um das Tuning überhaupt wunschgemäss (selber) praktizieren zu können, denn nur so können die vorgenommenen Änderungen erläutert und rechtfertigt werden.

Es braucht sehr viel Geld um Autos tunen zu können: „[Für mein Tuning brauche ich] Geld ohne Ende! Das ist das dümmste am ganzen Hobby, es braucht einfach viel zu viel Geld! Es ist wirklich extrem; also mit dem Geld würden andere Leute viele Male im Jahr in die Ferien gehen [...].“ (Interview 1, Z: 22-24) Aber trotzdem lohnt sich für die Befragten der grosse finanzielle Aufwand. Zwei Interviewte lassen ihr Auto extern umbauen (vgl. Interview 3 und 4), was teurer ist, während dem die restlichen drei Befragten das Tuning selber vornehmen (vgl. Interview 1, 2 und 5). Gefragt nach den finanziellen Ausgaben gemessen am jeweiligen Verdienst klagte ein Auto-Tuner explizit darüber, dass er eigentlich gemäss subjektivem Empfinden zu viel Geld ausgeben würde (Interview 1, Z: 428).

Die Auswertung der Frage nach den Ausgaben gemessen am Einkommen ist in Abbildung 12 (Seite 48) dargestellt. Wie ersichtlich wird, gaben drei Interviewte an, 0-20 % ihres Bruttoehnes für das Auto-Tuning auszugeben, einer gab 20-40% an und ein Befragter war der Meinung, dass er gar 40-60% seines Bruttoehnes in das Tuning stecke.

Angesichts dessen, dass sich die Löhne der Befragten eher im unteren Lohnsegment befinden (vgl. Interview 1, 2, 3 und 5), scheinen die Ausgaben verhältnismässig hoch zu sein.

Wie viel Geld investieren Sie jährlich in das Hobby Auto-Tuning?

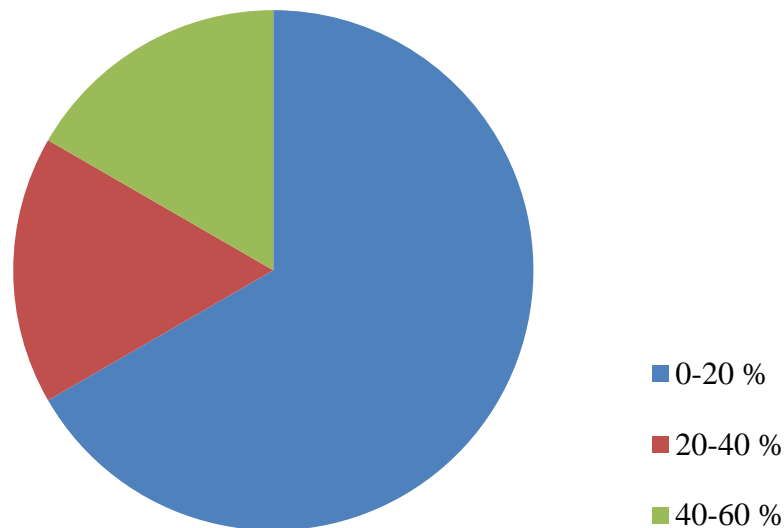


Abbildung 12: Ausgaben für das Auto-Tuning gemessen am Bruttolohn (eigene Darstellung).

Zusätzlich zu den finanziellen Ressourcen betonen die Auto-Tuner vor allem auch die Rolle von innovativen Ideen als weiteres Erfordernis. Zudem brauche es Fachkenntnisse und Wissen, auch dann, wenn die Umsetzung in einzelnen Fällen nicht selbst durchgeführt wird. Unter die genannten Erfordernisse fallen durchaus auch rechtliche beziehungsweise juristische Kenntnisse, was überhaupt von Gesetzes wegen erlaubt ist und was nicht. Nicht zuletzt spielt der Faktor Zeit eine grosse Rolle, wenn es darum geht, die Ideen umzusetzen: „[Ein solches Hobby] braucht viel Zeit, [so] ein Auto von Anfang an so aufzubauen braucht monatelang[e] Arbeit! Ich habe letzthin mit einem Kollegen ein hundsgewöhnliches Auto gemacht [umgebaut] und daran haben wir sechs Monate dran gemacht [umgebaut], bis es mal anständig ausgesehen hat... und dann ist noch die Lackierung dazugekommen und alles drum und dran [...]“. (Interview 2, Z: 37-40) Da viele Arbeitsschritte aufeinander aufbauen und sich gegenseitig ergänzen, lässt sich also auch nur schwer ein Zeitbudget aufstellen, das dann zumeist in der Freizeit individuell umzusetzen ist.

Der jeweilig investierte Zeitaufwand pro Woche gemessen in Stunden ist in Abbildung 13 ersichtlich. Dabei wird klar, dass Auto-Tuning eine sehr zeitintensive Tätigkeit ist. Drei Interviewte gaben an 20 oder mehr Stunden pro Woche in ihr Hobby zu investieren.

Wie viel Stunden pro Woche investieren Sie in das Hobby Auto-Tuning?

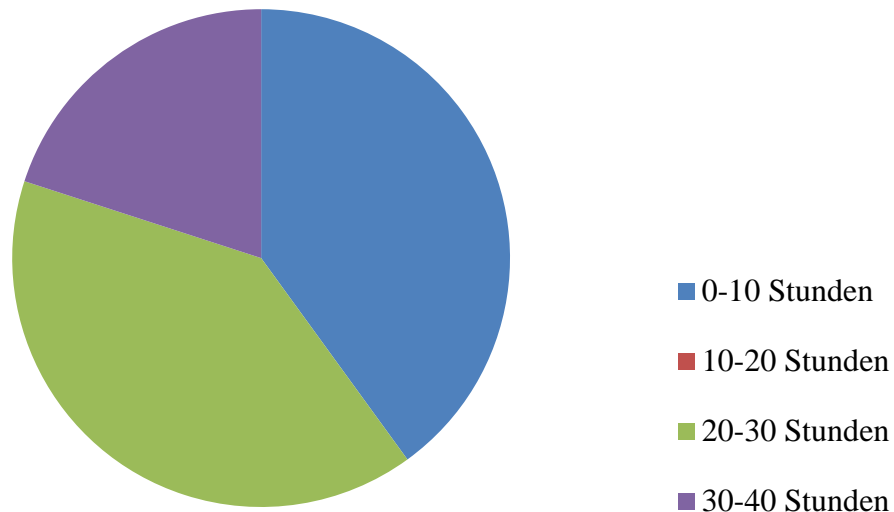


Abbildung 13: Zeitinvestitionen für das Hobby Auto-Tuning in Stunden pro Woche (eigene Darstellung).

Zudem gibt es saisonale Unterschiede im Zeitaufwand. Im Winter werden eher die grösseren und zeitintensiveren Arbeitsschritte vollzogen, da das Auto wegen den Gefahren von Strassensalz, Schnee und Eis nur begrenzt benutzt werden kann. Dies ändert sich zu den wärmeren Jahreszeiten, da werden vermehrt nur noch kleinere Änderungen durchgeführt.

4.2.3 Warum akustisches Auto-Tuning? Beweggründe und Bedeutung

Die Beweggründe für akustisches Auto-Tuning sind im Sample sehr heterogen, jedoch tätigen nicht alle Befragten selber akustisches Auto-Tuning. Für zwei Auto-Tuner sind die optischen Veränderungen am Auto zentraler als die akustischen: „Hat das akustische Auto-Tuning auch eine Bedeutung, oder nicht?“ [gestellte Frage] „Nein, nicht gross. Also nicht eigentlich. Also vielleicht bei einem Elektroauto würde ich jetzt, dass man ihn [das Auto] hört. Dass es nicht gefährlich wäre, also dann würde man das schon machen, klar.“ (Interview 3, Z: 104-107) Bei diesem Interviewpartner zeigt sich also, dass akustisches Tuning nur dann betrieben werde, um das Auto sicherer zu machen um damit vor allem Fussgängern die Möglichkeit zu geben, das Auto zu hören und so sicherer zu sein.

Die anderen drei Befragten gaben zu verstehen, dass das akustische Tuning ein Hauptelement darstelle. Gerade hier wird deutlich, dass das akustische Tuning ein wichtiges Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal darstellt. Ein Interviewter brachte den Wunsch zum Ausdruck, dem eigenen Wagen einen charakteristischen Klang zu verleihen: „[E]in schöner Klang und sich damit von der Masse abheben zu können [ist mir wichtig]. Das hat grundsätzlich viel mit Tuning zu tun, sich von der Masse abheben und nicht das haben was alle anderen haben, sondern etwas Spezielles.“ (Interview 1, Z: 69-71)

Erreicht wird dies vor allem mit einer lauterer Musikanlage, mit speziell präparierten Auspuffs, aber auch mit eher situativ anwendbaren Praktiken, wie dem ‚Kavaliersstart‘, dem Bremsenquietschen oder etwa rassicem Hoch- bzw. Herunterschalten. Besonders attraktiv ist solch akustisch lauterer Verhalten, wenn es durch externe Faktoren verstärkt wird: „[...] wenn man einmal so in einer Einstellhalle herumfährt, dann gibt man vielleicht schon einmal mehr Gas, ja. Das tönt eben heavy. Oder wenn du schnell durch einen Tunnel fährst, dann kannst du schon mit höheren Touren fahren, ja. Das kommt vor [...].“ (Interview 4, Z: 165-167) Dies wird noch attraktiver, wenn man dann noch von anderen wahrgenommen wird. Wobei hier festgehalten werden muss, dass einige Interviewte eine Aussage wie die folgende ablehnten. Nichts destotrotz meinte ein Befragter: „Also [meine] Musikanlage, wie auch [meinen] Auspuff nutze ich in der Stadt drin, zum Beispiel in der Stadt Zürich oder [in der] Stadt Luzern oder [in der] Stadt Zug, dass die Leute nach einem schauen [...], das gefällt mir einfach.“ (Interview 2, Z: 133-134) In diesem Zitat wird deutlich, welche Wirkung die Fremdwahrnehmung für das Einsetzen des akustischen Auto-Tunings spielt. Dem Befragten scheint es grosse Freude zubereiten, die akustischen Potentiale in dicht besiedelten urbanen Räumen zu präsentieren, um so auf sich aufmerksam zu machen.

Stärker noch, als beim herkömmlichen Tuning, spielen beim akustischen der Wettkampf und das Messen mit anderen eine dominante Rolle. So betreibt ein Befragter sein akustisches Tuning als gezielten Sport, um so Preise zu gewinnen. Durch gezielte Manipulationen und weiteres „Aufmotzen“ möchte er „nächstes Jahr Europameister werde[n] [im Wettbewerb für „so laut wie möglich“, [...]] und [er möchte zudem] einfach noch mehr [aus dem Auto] herausholen [...] als jetzt.“ (Interview 2, Z: 161-163)

Für viele Auto-Tuner ist das akustische Tuning also eine wichtige Komponente des Tunings. Aber auch hier gibt es unterschiedliche Einschätzungen. Der Befragte Nummer eins bezeichnet es lediglich als einen Teil des Tunings: „Ist das akustische ein Bereich [des Tunings] oder der wichtigste?“ [gestellte Frage] „Nein, das akustische ist ein Bereich vom Tuning.“ (Inter-

view 1, Z: 72-73) Ähnlich sehen es die Interviewten drei und vier. Im Gegensatz dazu stellt der Interviewte Nummer fünf das akustische Tuning als das wesentliche Strukturmerkmal des gesamten Tunings dar: „Das akustische Auto-Tuning ist eigentlich die grosse Leidenschaft, die ich in diesem Bereich [Auto-Tuning] habe. Und zwar eigentlich das, was mir auch die meiste Freude macht. Und zwar, da ich das für andere auch mache. Weil ich bin früher in die Musikschule gegangen und habe Akustik ein bisschen studiert und gelernt. Ein Kollege von mir ist das wirklich an einer Universität studieren gegangen und ich profitiere sehr, sehr viel von ihm. [...] Soweit [wie möglich] habe ich das jetzt zu meinem Hobby gemacht.“ (Interview 5, Z: 142-148) In diesen Äusserungen wird deutlich, dass das akustische Element auch eine Art wohltuende Kunst darstellen kann. Hier vergilbt die Grenze zwischen Lärm und Klang. Was von Aussenstehenden nur als lästiger Lärm wahrgenommen und interpretiert wird, ist für den Erzeuger lange vorbereiteter, konstruierter und harmonischer Klang.

4.2.4 Warum akustisches Auto-Tuning anwenden? Intendierte Geräuschproduktion

Die befragten Auto-Tuner erhofften sich von Dritten keine grossen Reaktionen auf Ihr Tuning. Die Argumentation der Befragten ist weitgehend gleich; sie sagen, dass sie hauptsächlich für sich tunen, jedoch Freude haben, wenn andere ihr Werk schön finden. „Also ich mache es grundsätzlich in erster Linie für mich. Wenn andere Leute daran Freude haben, wenn sie es schön finden und so, dann habe ich natürlich nichts dagegen, das ist kein Problem für mich, aber ich mache es nicht für andere und nicht wegen anderen. Also das ist rein für mich selber und halt eben wieder um sich von der Masse abzuheben.“ (Interview 1, Z: 155-158) Im letzten Satz dieser Aussage kommt noch ein weiterer wichtiger Punkt zur Sprache: Die Auto-Tuner wollen sich mit ihren Autos von anderen abgrenzen, „weil das Original [das Auto vor dem Tunen] einfach nicht schön ist!“ (Interview 2, Z: 18) „Wenn man schon Reaktionen möchte, dann dass die Leute nachschauen und das Auto anschauen. [...] Das wäre eigentlich das einzige. [Pause] Und wenn du selber noch Freude daran hast.“ (Interview 4, Z: 265-266) Diese Aussage zeigt, dass primär die Freude am eigenen getunten Auto im Zentrum steht, wenn andere auch daran Freude haben, umso besser.

Die erhaltenen Reaktionen von Dritten, insbesondere von anderen Auto-Tunern, scheinen aber zumeist positiv. Die Bewunderung für das Auto oder, dass das Auto überhaupt wahrgenommen wird, sind die häufigsten externen Reaktionen. Zum Teil kommt es von Kollegen auch zu weiteren Ideen für zusätzliche Änderungen am Auto. „Hei, jetzt hast Du wieder etwas gemacht und es sieht immer besser aus, aber sie [die Anderen] geben mir auch die Ideen was

ich noch könnte machen, aber meisten tue ich diese Ideen ablehnen, weil sie mir gar nicht passen.“ (Interview 2, Z: 176-178)

In diesem Zusammenhang wurden die Auto-Tuner gefragt, wie die Polizei auf sie reagiere. Darauf wurde entgegnet, dass sie bei Kontrollen ständig angehalten würden. „Polizeien haben mich schon viel herausgenommen, ja, sie nehmen mich praktisch alle zwei Wochen raus“ (Interview 2, Z: 184-185), meint ein Interviewter. Ein anderer Auto-Tuner findet, „wenn Du an eine Polizeikontrolle heranfährst, du kannst jedes Mal hinausfahren, sie nehmen dich immer raus. [...], aber eben mit dem lernst du leben, das ist Standard, da kannst du den Blinker schon im Vorneheraus stellen, denn du weisst, es ist so“ (Interview 1, Z: 170-171). Die Befragten zeigten mehrheitlich keine grosse Entrüstung über solche Kontrollen, da die vorgenommenen Veränderungen geprüft und genehmigt seien. „Mir können sie nichts strafen, weil ich meistens nur mit diesen zwei Autos unterwegs [bin], [die]zugelassen sind“ (Interview 2, Z: 185-186). Aber die Aussagen zeigen, dass die Polizei gegenüber den Auto-Tunern eher misstrauisch ist und diese sehr oft bei Fahrzeugkontrollen kritisch überprüft.

Aus dieser Unterscheidung zwischen den Reaktionen von Kollegen oder anderen Auto-Tunern und den Externen, im Speziellen, der Polizei, wird deutlich, dass andere Reaktionen von der eigenen sozialen Gruppe sowie von anderen gewünscht werden.

Neben der Frage, ob es überhaupt möglich ist, akustisches Auto-Tuning anzuwenden, wird aufgezeigt, wann die Möglichkeiten des akustischen Tunings umgesetzt werden. Wie bereits angetönt, wird akustisches Tuning besonders dann angewandt, wenn es durch externe Faktoren verstärkt wird. Insbesondere in Situationen, wo man Auspuff oder Motorenanlage besser hören kann, wie in Tunnels oder in Garagen, wo der „Auspuff [einen] schöneren Klang [produziert und so] lauter ist. Dies sei „ja immer cool, wenn man durch ein[en] Tunnel fährt und man ein bisschen Gas gibt und dann etwas hört vom Motor...“ (Interview 2, Z: 71-72) Es braucht nicht zwingend eine bestimmte Situation, dass die Auto-Tuner ihre akustischen Möglichkeiten anwenden, sondern dies kann auch nach Lust und Laune geschehen: „Nach Gefühl. Wenn ich Lust habe“ (Interview 1, Z: 152). Ausserdem bietet das Aufdrehen der Musikanlage eine Möglichkeit, sich abzureagieren. „[...], oder wenn ich [etwas] abreagieren will, dann drehe ich [die Musik] einfach auf.“ (Interview 5, Z: 313-314) Natürlich gibt es zudem spezielle Situationen, in welchen das ‚Laut sein‘ sogar Pflicht sei, zum Beispiel an Wettbewerben oder Tuning-Treffen. „Da bei den Tuning-Treffen gibt es ja meistens auch so ein[en] Event, wer den lautesten Auspuff hat und das ist meistens ganz lustig, dort mitzumachen. Weil so richtig Situationen, dass einzusetzen, das gibt es eigentlich nicht, das ist einfach... für mich

muss das Auto einfach tönen, sonst hat es keinen Wert.“ (Interview 5, Z: 322-325) Es gibt also nur wenige Möglichkeiten, in denen die Auto-Tuner ihre Anlagen ausprobieren oder sich mit anderen Auto-Tunern messen können.

4.2.5 Einschätzungen: Auto, Fahrstil und Lärm im Selbstverständnis der Tuner

Mit folgenden Adjektiven beschreiben die Auto-Tuner ihren Fahrstil, verglichen mit einem durchschnittlichen Autofahrer: „rassig“, „flott“ und „gemütlich“. Trotzdem würden sie die vorgeschriebenen Tempovorgaben einhalten. „Ich habe ein bisschen einen rassigen Fahrstil“ (Interview 3, Z: 180-181) oder „Also ich ‚schlärpele‘ schon nicht. Ich bin einfach, wenn möglich das Tempo am Einhalten, wenn es angegeben ist“ (Interview 3, Z: 174-175). „Mein Fahrstil ist [...] gemütlich, manchmal auch krank. Gemütlich fahre ich, wenn ich heim vom Ausgang fahre... und krank ist [es], wenn ich Tourenzahl [will], wenn ich zum Beispiel in [den] Ausgang fahre...“ (Interview 2, Z: 140-142)

Den jeweiligen Fahrstil grenzen die Interviewten klar von demjenigen eines Rasers ab. Das Rasen wird von allen Interviewten abgelehnt, und sie grenzen sich klar von solchem Verhalten ab. „Also die Raser, die verstehe ich sowieso nicht, wieso es überhaupt Raser gibt... also mein Fahrstil ist gegen einem Raser gerade gemütlich... gemütliches herumfahren... weil Raser, die wollen einfach Vollgas geben.“ (Interview 2, Z: 149-151) Generell scheint bei den interviewten Auto-Tunern ein grosses Unverständnis gegenüber Rasern zu herrschen. Einer der Interviewten liefert eine Vermutung, worin seiner Meinung nach der Unterschied zwischen Auto-Tunern und Rasern liege: „Und eben also die, die sich Mühe geben so ein Auto aufzubauen und also x-100-Arbeitsstunden darin gesteckt haben, die gehen dann nicht sinnlos rasen und gehen so also viel die grössere Gefahr ein, das Auto wieder kaputt zu machen und dann einfach wieder nichts zu haben.“ (Interview 1, Z: 252-255) Diese Aussage bestätigt die Vermutung, dass die Auto-Tuner viel Zeit und Geld in ihre Autos investieren und diese nicht durch überhöhte Geschwindigkeit ruinieren wollen. Deshalb sind bei allen eine grosse Abneigung und ein Unverständnis gegenüber Rasern zu spüren. In einem weiteren Interview kommt diese Erkenntnis noch klarer hervor. Auf die Frage, wie er sich mit einem Raser vergleiche, gibt ein Interviewter folgende Antwort: „Viele sagen, ich bin selber einer [ein Raser]. Nach den 6 Monaten sehe ich [das] ein wenig anders, es hat sich radikal geändert nach den 6 Monaten, [die] ich auf dem Töff verbracht habe [...] [Nach Abgabe und Wiedererhalt des Führerausweises]. Früher bin ich schon selber einer gewesen auf der Autobahn, jaa, ziemlich sagen wir mal nicht gerade 200 aber so 180 [Pause]. Und mittlerweile sehe ich es schon als grobe Fahrlässigkeit im Verkehr.“ (Interview 5, Z: 231-234) Die Interviewten sehen Raser als eine

Bedrohung für die Verkehrssicherheit und versuchen sich weitgehend davon zu distanzieren. Sie stellen lieber ihr Werk, das getunte Auto, in den Vordergrund.

Eine vermutete Beziehung zwischen Auto-Tuning und Fahrstil wurde von allen Interviewten bestätigt. Es wird folgende Beziehung dargestellt: „Einer der ein Auto tunt, der hat auch mehr Sorge dazu und fährt dementsprechend. [...], [er nimmt [k]ein Risiko in Kauf [...] und [rast auch nicht] irgendwo durch die Gegend [...] [Er hat auch keinen] Fahrstil [...], welcher unsicher wird. Weil er ja sein Auto ja behalten und präsentieren möchte.“ (Interviewer 4, Z: 217-221)

Das Antwortschema war zumeist eher verteidigend aufgebaut. Die Auto-Tuner grenzen sich gegenüber Rasern ab und weisen auf den Wert ihres eigenen Autos hin. Dieser Wert kann finanziell sein, „weil im Auto sehr viel Geld steckt“ (Interview 5, Z: 286), oder er kann in Mühe und Arbeit, welche in das Auto investiert wurde, begründet sein: „Die[jenigen, die] wirklich Sorge zum Auto geben, die wirklich viel Mühe und Arbeit reinstecken, die fahren auch nicht aggressiv mit dem Auto“ (Interview 1, Z: 137-138). Aber natürlich gäbe es überall auch Ausnahmen, stellen die Interviewten im Weiteren klar.

Stellt sich für Auto-Tuner eine spezielle Empfindung beim Fahren ihres getunten Autos ein? Eine solche Beziehung zwischen Auto und Fahrer scheint plausibel und bestätigt sich auch in den Interviews: „[Es] macht sicher Freude. [...] Wenn du es natürlich hörst, in einem Tunnel, weisst du eben, dass du etwas daran gemacht hast. Dann hast du auch eine gewisse Freude daran.“ (Interview 4, Z: 341-316) Nicht nur die Freude am Fahren des getunten Autos ist für die Befragten wichtig, sondern diese ist auch eine Bestätigung für die eigene Arbeit. „Ich habe ein gutes Gefühl, weil ... zum Beispiel [wenn ich] mein Auto fahre, dann weiss ich, oder ich hoffe, dass ich keinen Fehler gemacht habe.“ (Interview 2, Z: 211-212) Das jeweilige individuell gestaltete Auto macht gerade darum Freude, da es ein Unikat ist: „Ja ein [ein getuntes Auto zu fahren] ist schöner, es ist interessanter, es ist ja einfach angenehmer zu fahren, als sagen wir so etwas ab der Stange. Es ist halt auch wieder individuell.“ (Interview 1, Z: 207-209)

Im Interview wurden die Auto-Tuner mit einer Aussage konfrontiert, die sie kommentieren sollten. Die Aussage besagte: ‚Durch akustisches Auto-Tuning werden viele Autos lauter, durch Untersuchungen ist bekannt, dass Strassenlärm für viele Schweizer Bürger ein grosses Problem darstellt. Oftmals wird in diesem Zusammenhang behauptet, dass Auto-Tuner mehr Strassenlärm produzieren.‘

Die Antworten der Interviewten gehen hier auseinander. Ein Interviewter stimmt dieser Aussage voll zu (Interview 1, Z: 262), ein anderer meint, dass die Grundausstattung des Autos entscheidend in Bezug auf die Lautstärke des Fahrzeugs sei (Interview 3, Z: 327-335). Ein Dritter findet, dass früher Autos lauter waren als heute und darum solle man doch heutige Auto-Tuner in Ruhe lassen (Interview 2, Z: 218-222). Ein weiterer Interviewter stimmt dieser Aussage zwar zu, bringt aber als Zusatz mit ein, dass getunte Autos weniger verbreitet seien und darum nicht das Hauptproblem für Lärm darstellen würden (Interview 4, Z: 327-331). Ein letzter Interviewter sieht im akustischen Tuning nicht zwingend eine Erhöhung der Geräuschemission, sondern stellt fest, dass es hauptsächlich um ein anderes Klangbild gehe und dass zum Teil nach dem Tunen das Klangbild sogar leiser sei (Interview 5, Z: 431-441).

Ein solidarisches Verständnis für andere Menschen, die sich über getunte Autos aufregen, scheint nicht vorhanden zu sein. Gesetzliche Vorlagen werden zwar eingehalten, aber sonst ist die Meinung anderer nicht relevant, um leiser zu fahren. (Interview 2, Z: 235-238) Dennoch gibt es Situationen, bei denen die Interviewten Rücksicht nehmen oder sich anders verhalten. Dies vor allem aus Gründen der Rücksichtnahme auf die eigene Sicherheit: „[Ich nehme Rücksicht und fahre langsamer] in Dörfern, sagen wir mal [wo es] relativ viele Bauernhöfe [...] hat, weil da kann immer wieder ein, ein Traktor rausfahren, wo schlechte Sicht ist.“ (Interview 2, Z: 240-241) Auch auf andere Verkehrsteilnehmer, wie Motorradfahrer oder Fussgänger, (Interview 4, Z:362-363) würden sie Rücksicht nehmen.

Mehrere der Interviewpartner äusserten sich auch zu Situationen, in denen sie gerade wenig Rücksicht zeigen würden. Dabei kamen mehrmals Elektroautos als Antwort. „[M]ich stört jetzt eigentlich mehr, dass es elektrische Autos gibt“ (Interview 2, Z: 245-246). „Also es tönt jetzt paradox, aber für mich ist der Schlimmste de[rjenige], den man nicht hört. Ich finde diese hier viel schlimmer [er deutet auf Elektroautos] oder Tram[s], die man nicht mehr hört.“ (Interview 4, Z: 366-368) Das ‚Nicht-Tönen‘ wird als ein schwerwiegenderes Problem angesehen als Strassenlärm. Die Begründungen sind hier wiederum mit der eigenen Sicherheit verknüpft, aber auch mit dem Tuning. Denn anscheinend können Elektroautos nicht akustisch getunt werden, da kein Auspuff verändert werden könne und da auch keine Musikanlagen eingebaut werden könnte denn diese würden zusätzliche Batterien erfordern und solche würden dem Motor schaden. (Interview 2, Z: 257-259)

4.3 Zusammenfassung und Implikationen

Auto-Tuning wird im Allgemeinen aus eigenem Stolz betrieben. Weiter kommt ein Verlangen nach Exklusivität, Individualität und Eigenständigkeit hinzu. Dagegen ist Kompetitivität gegenüber anderen kein Hauptgrund fürs Auto-Tuning.

Um Auto-Tuning zu betreiben braucht es viel Geld. Relativ am Einkommen der Interviewten gemessen wenig, jedoch ist der Verdienst absolut gesehen eher tief. Zusätzliche Erfordernisse sind das fachlich-technische Wissen und die nötige Zeit, um selber die Veränderungen am Auto vorzunehmen.

Die Motive, um akustisches Auto-Tuning zu betreiben, sind bei den Interviewpartnern sehr vielfältig. Da akustisches Tuning ein wichtiges Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal darstellt, nimmt es auch einen grossen Stellenwert ein. Die Veränderungen werden sowohl durch technische Massnahmen, wie aber auch durch situativ anwendbare Praktiken ausgelebt. Sind situative Anreize, also externe Faktoren, wie ein Tunnel, vorhanden, werden die akustischen Möglichkeiten des Autos auch verstärkt genutzt.

Auto-Tuner erhoffen sich keine grossen Reaktionen von Dritten, jedoch sind erhaltene Reaktionen, meist von Kollegen oder anderen Auto-Tunern, positiv. Die erhaltenen Reaktionen von der Polizei sind bei den Auto-Tunern erwartet, aber nicht erwünscht. Kontrollen sind häufig, dennoch sind die gemachten Veränderungen bei den Interviewten gesetzlich genehmigt.

Viele Auto-Tuner sind überzeugt, dass sie schneller und rassistiger fahren als ein durchschnittlicher Autofahrer, sich jedoch an vorgeschriebene Tempovorgaben halten. Der Fahrstil wird von den Auto-Tunern klar von demjenigen eines Rasers abgegrenzt. Der Unterschied zwischen Auto-Tunern und Rasern besteht in der jeweiligen Bedeutung des Autos. Während Auto-Tuner viel Geld und Zeit in ihre Autos stecken, benutzen Raser ihre Autos lediglich zum Fahren.

Die Resultate aus den Interviews werden im nächsten Kapitel zusammen mit denjenigen aus den Bereichen Theorie und Tuning-Event Besuchen vergleichend in der Synthese dargestellt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufzeigen zu können. Dadurch kann anschliessend die Forschungsfrage beantwortet werden.

5 Synthese

Im folgenden Teil wird die eingangs formulierte Fragestellung: „Welche Beweggründe lassen sich bei Auto-Tunern in Bezug auf das Auto-Tuning, insbesondere auf das akustische Tuning, identifizieren?“ beantwortet. Dafür wurden folgende drei Leitfragen gestellt, nach welchen sich die Synthese strukturiert:

- Welche Bedeutungen haben die getunten Autos für die Auto-Tuner?
- Welche Motive der Auto-Tuner begründen das (akustische) Auto-Tuning?
- Welche anderen Einflussgrößen erklären das (akustische) Auto-Tuning?

Das erste Unterkapitel schildert die Auswirkung von verschiedenen Bedeutungen eines Autos auf unterschiedliche Auto-Tuner. Im zweiten Teil werden die Motive für das Auto-Tuning geklärt. Teil drei zeigt weitere Einflussgrößen die für die Auto-Tuner und das Auto-Tuning wichtig sind. Abschliessend wird die Fragestellung wieder aufgegriffen und geklärt. Dabei wird versucht, aus der ausgewerteten Theorie, den Feldbeobachtungen an den besuchten Auto-Tuning-Events und den Resultaten aus den Interviews die Gemeinsamkeiten und möglichen Unterschiede darzustellen. In einem letzten Abschnitt werden ausgewählte und besonders interessante Kernaussagen der durchgeführten Forschung zusammenfassend festgehalten.

Das Kapitel ‚Synthese‘ ist nach dem Modell auf Abbildung 14 (Seite 58) aufgebaut. Dieses Modell wurde erstellt, um die Wirkungszusammenhänge zwischen Auto-Tuner, Auto-Tuning und dem Auto zu visualisieren.

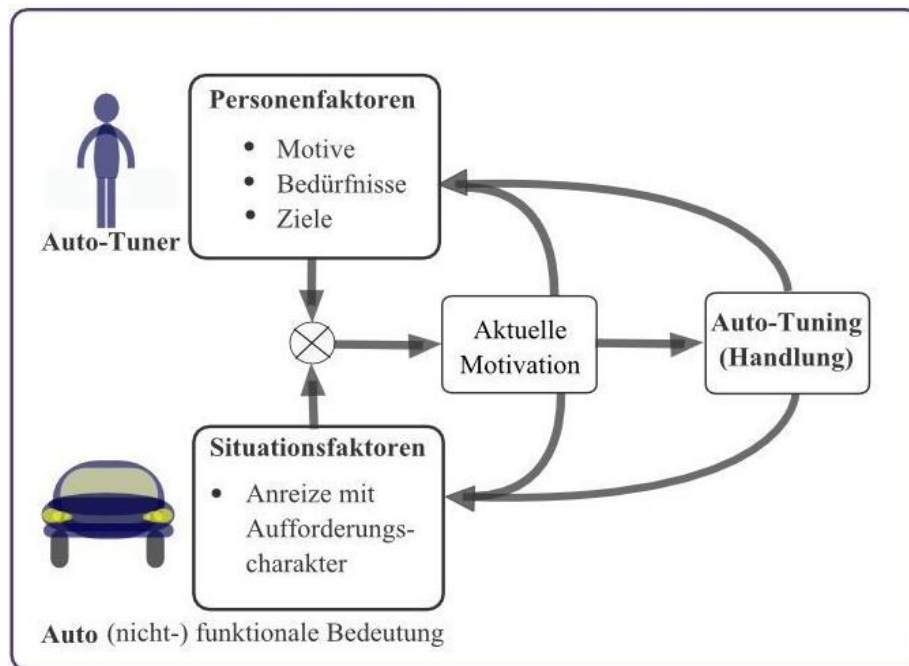


Abbildung 14: Wirkungszusammenhänge beim Auto-Tuning (eigene Darstellung).

Der Aufbau von Abbildung 14 orientiert sich stark am Grundmodell der Motivationspsychologie (Quelle, vgl. Abbildung 3), welches für die Thematik des Auto-Tunings adaptiert und erweitert wurde. Der Auto-Tuner als Person hat durch das Auto-Tuning, wie aus vielen Interviews erkenntlich wurde, eigene Motive zu erfüllen, Bedürfnisse zu befriedigen und Ziele zu erreichen. Solche Personenfaktoren können von Individuum zu Individuum stark variieren, spielen beim Auto-Tuning aber immer eine Rolle. Ergänzt werden diese durch Situationsfaktoren, die gewisse Personenfaktoren verstärken oder abschwächen können, diese aber auf jeden Fall wechselseitig beeinflussen. Beide wirken auf die aktuelle Motivation aus, welche sich wieder im Auto-Tuning äussert. Die eruierten Beweggründe für Auto-Tuning lassen sich demnach in Personen- und Situationsfaktoren unterscheiden.

Das Auto besitzt für den Tuner zwei Funktionen. Beide, die funktionalen und die nicht-funktionalen Bedeutungen eines Autos, wirken auf den Auto-Tuner und beeinflussen wiederum seine Motive, Bedürfnisse und Ziele. Diese Personenfaktoren bestimmen dann mitunter welche Modifikationen durch Auto-Tuning am Wagen vorgenommen werden. Diese können dann wieder zurück auf die Personenfaktoren des Auto-Tuners wirken. Der ganze Prozess wird zusätzlich durch externe Situationsfaktoren beeinflusst, sie können beispielsweise die Motive des Auto-Tuners wachrufen oder den Ablauf des Tuningprozesses beeinflussen.

5.1 Die Bedeutung eines getunten Autos

Die befragten Auto-Tuner benutzen ihre getunten Autos zum einen als Gebrauchsgegenstände. Sie fahren mit ihnen zur Arbeit, zu Freizeitbeschäftigungen oder zum Einkaufen. Neben dieser alltäglichen und funktionalen Bedeutung hat das Auto an sich für die Auto-Tuner ebenfalls einen äusserst hohen Wert. Zum anderen, wie schon im Theorieteil beschrieben (vgl. Marsch & Collett, 1986), lässt sich auch aus den empirischen Resultaten erkennen, dass das Auto für die Besitzer eine wichtige Funktion auf der nicht-funktionalen Ebene darstellt. Diese Beziehung, die die befragten Auto-Tuner mit ihren Autos aufbauen, zeigt sich unter anderem darin, dass die Auto-Tuner sehr viel Zeit mit ihren Autos verbringen. Das Auto ist oftmals der Lebensmittelpunkt und ist wichtiger als soziale Kontakte oder andere Hobbys. Dies ist vor allem dann ausgeprägt der Fall, wenn das Tuning selbst durchgeführt wird. Nicht nur das Ergebnis, also das getunte Auto, sondern auch das Tuning als Tätigkeit, ist für viele der Befragten ein sehr wichtiger Prozess. Dadurch wird die Beziehung zwischen Mensch und Auto zusätzlich verstärkt.

Viele der Tuning-Arbeiten werden von den Besitzern selber durchgeführt (vgl. Interviews 1, 2 und 5), dies ist einerseits kostengünstiger, zudem bildet sich so erst eine Beziehung zwischen Auto und Tunern (vgl. Pelters, 2009). Aufgrund dieser materiellen und zeitlichen Investitionen behandeln die Tuner ihre Autos mit grosser Sorgfalt. Dadurch lässt sich auch erklären, weshalb sich Auto-Tuner nicht mit Rasern gleichsetzen lassen. Auto-Tuner gehen mit ihren Autos zärtlich um und identifizieren sich mit den Fahrzeugen. Darum steht es nicht in ihrem Interesse, dass durch unvernünftiges Fahrverhalten ihr eigentlicher Schatz – das sorgfältig und aufwändig gestaltete Auto – beschädigt wird. Diese Identitätskonstruktion als Auto-Tuner und die damit einhergehende Abgrenzung zu Rasern spielt eine spezielle Rolle, um die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe, in diesem Falle derjenigen der Auto-Tuner, zu definieren und sich andererseits abzugrenzen. Wie von Barth (1969) beschrieben, bauen Personen auf diese Weise ihre Identität auf, indem sie sich selbst von anderen abgrenzen. Auf diese Weise wird klar zwischen Gruppenmitgliedern und Nicht-Gruppenmitgliedern unterschieden (zitiert nach Cuche, 2004, S. 85).

Das akustische Tuning wird von den Auto-Tunern hauptsächlich dafür genutzt, um auf sich aufmerksam zu machen. Laute und ungewöhnliche Töne provozieren die Blicke von anderen. Das Auto wird durch diese Manifestationsmöglichkeit zu einem bedeutenden symbolischen Objekt. Dies wird zum Beispiel darin ersichtlich, dass es für Auto-Tuner wichtig ist, dass ihr Auto charakteristische Klänge aufweist. Dies kann durch technische Hilfsmittel erreicht wer-

den, zum Beispiel durch grosse Musikanlagen oder aber auch durch bestimmte Fahrtechniken, wie das Quietschen der Bremsen oder durch bewusstes hoctouriges, also lautes Fahren. Beide Verhaltensweisen wie auch die technischen Umbauten, wurden von den Interviewten als Teil ihres Tunings beschrieben. Durch diese Veränderungen erhält das Auto als Ausdrucksmöglichkeit einen zusätzlich erwünschten nicht-funktionalen Wert. Das akustisch getunte Auto wird dabei mit bestimmten Vorstellungen aufgeladen, welche dann mittels technischer und künstlerischer Fertigkeiten, wann immer möglich, umgesetzt werden. In den Interviews gab es kaum ein klares Muster, welche nicht-funktionale Bedeutung des Autos auf die Tuner am ausgeprägtesten wirkt, es ist eher individuell zu suchen. Die verbesserte Akustik eines getunten Autos (vgl. Interview 5) oder die Individualität, die ein akustisch verändertes Auto darstellt (vgl. Interview 2), können als Beispiele dafür genannt werden. Nur durch den hohen nicht-funktionalen Wert des Autos lässt sich erklären, warum viele Auto-Tuner erhebliche Ressourcen in ihr Fahrzeug investieren.

5.2 Motive für Auto-Tuning

Im Theorieteil wurden die drei bekanntesten Motivarten Leistung, Anschluss und Macht aufgegriffen und beschrieben. Friedrich (2009, S. 52) bezeichnete das Leistungsmotiv als eine eigene Fähigkeit, immer besser zu werden und die Eigenleistung stets zu steigern. Die Existenz des Leistungsmotivs in Bezug auf akustisches Tuning lässt sich in einigen Interviews bestätigen, in anderen weniger. Nach den theoretischen Prämissen würden leistungsmotivierte Personen mit dem Tuning nicht aufhören, weil die Möglichkeit für weitere Änderungen am Auto gegeben ist. (vgl. Friedrich, 2009) Bei drei Interviewten lässt sich dieses Motiv beobachten, sie sehen ihr Auto als ständige Baustelle und es kommen stets neue Änderungen dazu (vgl. Interview 1, 2 und 5). Auf die Frage, ob das Auto-Tuning irgendeinmal fertig sei, oder ob es ein fast ewig anhaltender Prozess sei, meinte ein Auto-Tuner selbstverständlich: „Jaja [das ist ein Prozess]! Alles auf einmal ist nicht möglich.“ (Interview 1, Z: 56) Zwei weitere Tuner sehen das anders. Für sie ist das Auto fertig, obwohl sie noch Veränderungswünsche hätten: „[V]ielleicht kommt mir bald wieder etwas in den Sinn [zum neu tunen]. Ich brauche sicher mal einen neuen Auspuff und da könnte es dann schon eine Änderung geben, aber im Moment wahrscheinlich eher [...] nicht.“ (Interview 3, Z: 293-295) In diesem Sinne ist das Leistungsmotiv bei der Gruppe von Auto-Tunern ausgeprägter, die die Veränderungen selber vornehmen.

Auch im akustischen Bereich nehmen viele immer noch Änderungen vor. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. Während der eine diese Änderungen gezielt für Wettkämpfe im akustischen Tuning vornimmt (vgl. Interview 2), machen es die anderen zwei eher für sich selbst (vgl. Interview 1 und 5).

Schön zeigt sich, dass die drei Voraussetzungen (vgl. Friedrich, 2009) des Leistungsmotivs im Tuning generell, wie auch im akustischen Tuning, erfüllt sein müssen, dass Änderungen vorgenommen werden können. Die geplanten Massnahmen müssen zu aller erst machbar sein und den juristischen Regeln entsprechen. Erst wenn dies erfüllt ist, kann mit dem konkreten Umbau begonnen werden. Im Anschluss werden diese von Tuning-Kameraden, Messeverantwortlichen oder auch Passanten begutachtet. Jetzt äussert sich bei den Besitzern zumeist Stolz und Zufriedenheit mit der erbrachten Leistung. Insofern lässt sich das Leistungsmotiv als wesentlicher Grund für das (akustische) Tuning bestätigen.

Im Gegensatz dazu kommt das Anschlussmotiv, wo es um den Kontakt und die Kommunikation geht, für das Tuning weniger stark aus den Interviews hervor. Es wird zwar häufig im Kreis der Vertrauten über Auto-Tuning gesprochen und potentielle Vorschläge werden auch auf dieser Weise thematisiert. Für die Auto-Tuner ist also der soziale Kontakt und Austausch mit anderen wichtig. Vorrangiges Ziel dabei ist aber nicht, ein Harmoniebedürfnis (vgl. Friedrich, 2009) zu anderen über das Tuning aufzubauen. Trotzdem lassen sich zumindest in einem der durchgeführten Interviews Anzeichen auf das Anschlussmotiv, wie es in der Theorie beschrieben ist, finden. Auf die Frage, wie er zum Auto-Tuning gekommen sei, meinte ein Interviewter: „Eigentlich durch E. [seine Frau]. Sie hat mich [dazu] verführt.“ (Interview 4, Z: 18) In den Interviews wurden einige soziale Aspekte als wichtig für das Auto-Tuning bezeichnet, diese sind aber andere, als die in der Theorie genannten Anschlussmotive. Das Anschlussmotiv wie es von Friedrich (2009) beschrieben ist, erfasst nicht alle sozialen Einflussgrössen, die in den Interviews bzw. mit den Beobachtungen an den Events aufgedeckt werden konnten, wie zum Beispiel die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Tuner-Klub oder die Bewunderung von Kollegen (vgl. Interview 1 und 2).

Das Machtmotiv, bei welchem es um Machtausüben geht, lässt sich in den Interviews nur schwach erkennen. Folgendes Verhalten kann als Indiz dafür genommen werden, dass auch Machtmotive bei Auto-Tunern eine Rolle spielen. „[I]ch mache, das was ich will, bis um 10 Uhr kann ich Lärm machen[...], ich gebe auch nicht von morgen am 5 an Vollgas, schon aus dem Dorf raus, da fährst Du natürlich gemütlich, sagen wir mal bis am 8, am 8 gibst [Du dann Gas], am 8 sind dann die meisten wach und dann stört es niemand mehr.“ (Interview 2, Z:

229-237) Wie Guibert (2011) beschreibt, kann die Einhaltung von Ruhezeiten als eine Art von Respekt gegenüber anderen gedeutet werden. Da der besagte Auto-Tuner sein lautes Fahrverhalten ohne Erlaubnis ausübt, kann hier von einer Situation gesprochen werden, in dem der Auto-Tuner die Ruhe der Anwohner stört und so seine Macht gegenüber seinen Mitmenschen demonstriert. Tuning wird in erster Linie nicht dazu betrieben, um Macht über andere auszuüben, sondern für die Selbstverwirklichung. Vielleicht kann ein schöneres oder lauterer Auto auch zu einem Überlegenheitsgefühl gegenüber anderen beitragen, dieses Argument scheint aber nicht der Hauptbeweggrund für (akustisches) Tuning.

Alles in allem scheint Auto-Tuning also hauptsächlich aus Gründen der Leistung betrieben zu werden. Vor dem Anschlussmotiv oder dem Machtmotiv kommt zu allererst die persönliche Motivation, das Auto lauter, schöner, schneller oder auffallender zu gestalten. Dieser Prozess ist geprägt durch den Tunenden selbst, und er nimmt dabei nur begrenzt Rücksicht auf die Präferenzen oder Meinungen von anderen.

5.3 Andere Einflussgrößen auf das Auto-Tunings

Das Auto-Tuning bietet den Auto-Tunern eine soziale Identität, sowohl in der Gesellschaft, wie auch in einer sozialen Gruppe. Oftmals werden Tuning-Klubs nicht nur in geographischen Einheiten aufgeteilt, sondern auch nach Marke oder nach technischen Gegebenheiten, wie etwa akustischen Veränderungen oder speziellen Lackierungen. Solche Segregationen in Subgruppen waren besonders an den besuchten Auto-Tuning Events zu beobachten. Bei diesen Events reisten Mitglieder derselben Tuning-Klubs gemeinsam an den Austragungsort. Die Autos waren häufig mit dem Logo des Klubs gekennzeichnet. Bei den Events zeigte sich, dass es innerhalb der Auto-Tuning Community Subgruppen gibt und dass diese versuchen, sich gegen andere Tuning-Gruppen abzugrenzen. Je nach Gruppe kann dann das akustische Tuning das Hauptelement und Unterscheidungsmerkmal Nummer eins sein. In solchen Fällen stellt die Akustik der jeweiligen Autos dann das eigentliche Erkennungs- und Unterscheidungsmerkmal dar. Dabei konnte beobachtet werden, dass es auch gewisse Statusunterschiede innerhalb der Gruppe geben kann, dies war beispielsweise beim ‚ESPL‘ an den Events sichtbar; Gewinner dieses Wettbewerbes besitzen eine höhere Stellung innerhalb der Gruppe und werden teilweise von anderen Teilnehmenden dieses Wettbewerbes besonders respektiert.

Nicht nur die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe ist für Auto-Tuner entscheidend, sondern auch ein grosses Mass an Individualität und Exklusivität. Die Interviewpartner betonten immer wieder, Tuning zu betreiben, um das Auto von der käuflichen Massenware in etwas Spezielles zu verwandeln. Aus der Theorie könnte diesbezüglich gefolgert werden, dass sich

junge Erwachsene auf diese Weise von ihren Eltern abzugrenzen versuchen, da akustisches Tuning bei älteren Personen eher negativ beurteilt oder überhaupt nicht toleriert wird (vgl. Warren & Gibson, 2011). Dieser theoretische Ansatz kann zusätzlich durch die gemachten Beobachtungen an den Tuning-Events bestätigt werden. So waren an den besuchten Messen fast ausschliesslich junge Menschen anzutreffen, die an solchen Events ihre getunten Autos vorstellten und auch als Besucher zugegen waren. Weiterhin wurden in den Interviews die Familie, insbesondere die eigenen Eltern, als nicht wichtig für das Hobby Auto-Tuning angesehen, eher sogar als hindernd. Diese Tatsache bekräftigt das thematisierte Argument, dass viele Auto-Tuner versuchen, sich durch ihr Hobby von ihren Eltern oder anderen Personen aus dem familiären Umfeld zu distanzieren.

Wie Warren & Gibson (2011) beschreiben, kann Auto-Tuning als Kreativitätsprozess angesehen werden. Die hier analysierten empirischen Resultate bestätigen diese Ansicht. In den Interviews wird immer wieder darauf hingewiesen, dass viele Ideen und generell ein hoher Einfallsreichtum fürs Tuning benötigt würden. Dies konnte auch an den Tuning-Events beobachtet werden. Die Autos wurden kreativ verändert. Im getunten Auto, ob nun für die Optik oder Akustik, sehen die Auto-Tuner ein Kunstwerk.

Da sich die Auto-Tuner dem selber erzeugten Schall auch freiwillig aussetzen, kann davon ausgegangen werden, dass sie solche Beschallungen als positiv wahrnehmen und nicht als lästig empfinden. Wie bereits in der Theorie beschrieben (vgl. Geisel, 2010) kann dieser selbst produzierte Schall positive Wirkungen hervorrufen, so etwa euphorische Gefühle. Die befragten Interviewpartner zeigen alle auch grosse Freude an ihren akustischen Veränderungen. Diese Tatsache deutet auf die individuelle positive Auswirkung der Beschallung hin.

Wie bereits mehrfach deutlich wurde, hat das Auto für Tuner einen starken nicht-funktionalen Wert. Dies lässt sich auch in Bezug auf das akustische Auto-Tuning sagen. Lautere, schönere und auffallendere Töne werden vor allem für die eigene Motivation erzeugt. Erst an zweiter Stelle kommen die Rückmeldungen und Eindrücke von anderen Auto-Tunern oder Aussenstehenden. Diese haben durchaus ihren Zweck und werden in einzelnen Fällen auch gewünscht, sie stellen aber nicht den Hauptantrieb für Veränderungen am Auto dar.

5.4 Ausgewählte Ergebnisse

5.4.1 Das Auto hat eine wichtige Bedeutung als nicht-funktionaler Gegenstand

Wie in der Literatur häufig (vgl. Marsch & Collett, 1986) beschrieben, lässt sich auch aus den vorliegenden empirischen Resultaten erkennen, dass das Auto für die Auto-Tuner eine wichtige Bedeutung auf der nicht-funktionalen Ebene darstellt. Mit „nicht-funktional“ wird bezeichnet, dass das jeweilige Fahrzeug nicht nur als pures Nutzobjekt, welches die Mobilitätsbedürfnisse befriedigt, interpretiert und wahrgenommen wird, sondern dass dieses auch noch andere symbolische oder emotionale Bedeutungen besitzt. Es finden sich in den erhaltenen Ergebnissen viele Anzeichen dafür, dass eine echte Beziehung zwischen den befragten Auto-Tunern und ihren Fahrzeugen besteht. Das Auto ist oftmals der Lebensmittelpunkt und kommt vor sozialen Kontakten oder anderen Hobbys. Dies ist vor allem dann ausgeprägt, wenn das Tuning selbst durchgeführt wird. Das wird durch akustisches Tuning noch verstärkt, denn hier spielen funktionale Argumente fast keine Rolle mehr.

5.4.2 Das Leistungsmotiv als Hauptgrund

Vor allem diejenigen Auto-Tuner, die ihre Fahrzeuge selber tunen, tun dies hauptsächlich aus Gründen der Leistung. Sie sehen ihr Hobby Auto-Tuning als kreativen und leistungsorientierten Prozess, in dem sie sich mit anderen messen und vergleichen wollen. Die Gründe dafür sind aber unterschiedlich. Zu allererst scheint Auto-Tuning also vor allem aus Gründen der Leistung betrieben zu werden.

5.4.3 Grosse Resonanz als entscheidendes Kriterium

Von zentraler Bedeutung in der Anwendung von akustischem Tuning sind mechanische Veränderungen, aber auch situativ anwendbare Praktiken, wie das Quitschen der Bremsen oder der ‚Kavalierstart‘, die keine Veränderungen am Auto bedürfen. Der Anreiz, solche Potentiale auszuschöpfen, ist vor allem dann gross, wenn externe Gegebenheiten wie Tunnels, Einstellhallen oder gut frequentierte Orte durchfahren werden. Nur so wird die Resonanz erhöht und demnach spielt das ‚Wahrgenommen-werden‘ bei der Anwendung von akustischem Tuning eine zusätzlich wichtige Rolle. Hier zwei Zitate, die diesen Aspekt verdeutlichen:

„[...] wenn man einmal so in einer Einstellhalle herumfährt, dann gibt man vielleicht schon einmal mehr Gas, ja. Das tönt eben heavy. Oder wenn du schnell durch einen Tunnel fährst, dann kannst du schon mit höheren Touren fahren [...]“ (Interview 4, Z: 165-167)

„Also [meine] Musikanlage, wie auch [meinen] Auspuff nutze ich in der Stadt drin, zum Beispiel in der Stadt Zürich oder [in der] Stadt Luzern oder [in der] Stadt Zug, dass die Leute nach einem schauen [...], das gefällt mir einfach.“ (Interview 2, Z: 133-134)

Im zweiten Zitat wird deutlich, welche Wirkung die Fremdwahrnehmung für das Einsetzen des akustischen Auto-Tunings spielt. Dem Befragten scheint es grosse Freude zu bereiten, die akustischen Potentiale in dicht besiedelten urbanen Räumen zu präsentieren, um so auf sich aufmerksam zu machen.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen also, dass ein Auto nicht nur eine funktionale Bedeutung besitzt. Wenn man Lärm wirkungsvoll eindämmen will, müssen nicht-funktionale Bedeutungen mitberücksichtigt werden.

6 Schluss

6.1 Fazit

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, dass Auto-Tuning zumeist aus Freude an der Sache betrieben wird. Eine gewisse Affinität zu Technik und zu neuartigen Veränderungsmöglichkeiten ist allen Auto-Tunern gemein. Durch dieses Hobby werden aber auch weitergehende Ziele verfolgt. Stolz, Exklusivität, Individualität und Eigenständigkeit werden durch das eigene einzigartig getunte Auto verkörpert und zum Ausdruck gebracht. Dadurch ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten zu sozialen Kontakten; so wird an Tuning-Events, an sonstigen gemeinsamen Treffen oder in Alltagssituationen das ‚aufgemotzte‘ Auto zum Aufhänger für Gespräche, Meinungsäußerungen aber auch Streitigkeiten. Dabei ist es weniger entscheidend, ob das Auto im Konsens als besonders schön oder laut beurteilt wird, allein der Ausgangspunkt für soziale Interaktion(en) scheint ein weiterer Hauptzweck des getunten Autos zu sein.

Akustisches Tuning stellt einen Teil im Tuningprozess dar, dieses ist aber nicht allen Befragten gleich wichtig. Vor allem jüngere Auto-Tuner scheinen darauf mehr Wert zu legen. Von zentraler Bedeutung in der Anwendung von akustischem Tuning sind mechanische Veränderungen, aber auch situativ anwendbare Praktiken, wie das Quitschen der Bremsen oder der ‚Kavalierstart‘, die keine Veränderungen am Auto bedürfen. Der Anreiz, solche Potentiale auszuschöpfen, ist vor allem dann gross, wenn externe Gegebenheiten, wie Tunnels, Einstellhallen oder gut frequentierte Orte durchfahren werden. Nur so wird die Resonanz erhöht, demnach spielt das ‚Wahrgenommen-werden‘ bei der Anwendung von akustischem Tuning eine zusätzlich wichtige Rolle. Auf diese Weise lässt sich auch erklären, weshalb kompetitive Motivationen beim akustischen Tuning als weit wichtiger beschrieben werden als beim herkömmlichen Tuning. Die Wahrnehmung der dabei erzeugten Schallemissionen variiert vom Erzeuger zum ‚Adressaten‘. Die Auto-Tuner empfinden die so erzeugten akustischen Impulse als angenehme und gewünscht-erzeugte Klänge, während diese von Aussenstehenden häufig als störender Lärm wahrgenommen werden. Das Auto wird durch seine akustisch verstärkten Potentiale dafür verwendet, um auf sich aufmerksam zu machen. Solche Handlungen zeigen den hohen nicht-funktionalen Wert eines getunten Autos.

Die Beweggründe für Tuning, insbesondere für das akustische Tuning, liegen also zu allererst im Leistungsmotiv. Tuning wird in erster Linie durch und für den jeweiligen Auto-Tuner betrieben. Rückmeldungen, Feedback und Reaktionen anderer sind zwar wichtig, stellen aber nicht die Hauptmotivation für das Auto-Tuning dar. Obwohl Macht- und Anschlussmotive in

vereinzelt Interviews erwähnt wurden, wird das Auto-Tuning nicht dadurch determiniert. Die individuelle Freude an der Herausforderung, ein serienmässiges Fabrikstück in ein personalisiertes Kunstwerk zu verwandeln, ist der Hauptgrund, warum Tuning betrieben wird.

6.2 Ziele

Das übergeordnete Ziel dieser Forschungsarbeit, einen Beitrag zum besseren Verständnis von nicht-funktionalen Beweggründen der Strassenlärmverursachung zu liefern, konnte mit dieser Publikation erreicht werden. Die untergeordneten, erkenntnisbezogenen Ziele beziehen sich auf die drei Hauptteile der Arbeit. Das erkenntnisbezogene Ziel für den ersten Abschnitt, die theoretische Grundlage, war, ein themenbezogener, spezifischer Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zu gewinnen. Dazu wurde die Fachliteratur für die Themen (Strassenverkehrs-) Lärm, Motivationsfaktoren beim menschlichen Verhalten und Autonutzung einbezogen. Dieses Ziel für den theoretischen Teil konnte durch ein intensives Studium der wissenschaftlichen Literatur erreicht werden. Das erkenntnisbezogene Ziel für den zweiten Teil, praktische Eindrücke aus dem Tuning-Milieu zu gewinnen, konnte mehrheitlich erfüllt werden. Die Event-Besuche erhöhten den Kenntnisstand der Forschungsgruppe betreffend Praxis und lieferten wertvolle Beiträge besonders über Klangwettbewerbe. Jedoch wäre eine Vertiefung in diesem Bereich für eine nächste Arbeit empfehlenswert. Die Events könnten mit Bild- und Videomaterial oder detailliertere Protokolle umfassender dokumentiert und charakterisiert werden. Für den dritten Teil der Arbeit, die Interviews mit ausgewählten Auto-Tunern, wurden drei erkenntnisbezogene Ziele definiert. Erstens sollten die Motive und Erfordernisse der Auto-Tuner im generellen herausgearbeitet werden. Zweitens sollte der Stellenwert des akustischen Tunings und die Motive für die Geräuscherzeugung durch akustisches Tuning ermittelt werden. Das dritte Ziel galt, einen möglichen Zusammenhang zwischen Fahrverhalten und Tuning-Aktivität festzustellen. Die ersten beiden Ziele wurden erreicht. Das dritte Ziel, einen Zusammenhang zwischen dem Fahrverhalten und Tuning-Aktivitäten herauszufinden, wurde nur teilweise erreicht, da durch die Interviews nur Hinweise auf einen solchen Zusammenhang festgestellt werden konnten. Dieses Ziel müsste jedoch durch eine andere Herangehensweise – beispielsweise durch Beobachtung – weiter erhärtet und untersucht werden.

6.3 Empfehlungen

Anhand der Forschungsergebnisse der vorliegenden Arbeit lassen sich für verschiedene Zielpublika (Auto-Tuner und deren nahestehenden Gruppen, Stadt- bzw. Verkehrsplaner, Gesellschaft und Behörden) Empfehlungen ableiten. Diese Zielpublika nehmen auf unterschiedliche

Art und Weise Einfluss auf die Lärmproblematik. Im Folgenden werden diese Empfehlungen kurz angerissen und erklärt.

Auto-Tuning Events stellen einen wichtigen Beitrag für die Verringerung von verteiltem Lärm über grosse Flächen dar. Solche Veranstaltungen ermöglichen einerseits die sozialen Interaktionen innerhalb der Tuning-Szene bzw. mit Interessenten. Andererseits bieten sie für die Tuner eine Möglichkeit wahrgenommen zu werden und sich mit anderen – falls als nötig erachtet – künstlerisch zu messen. Bei solchen Veranstaltungen konzentriert sich das akustische Tuning auf klar begrenzte Orte und verhindert eine Belästigung von Lärm anderswo, deshalb sollten solche Anlässe gefördert werden.

Gleichzeitig ist es aber wichtig, keine Anreize für Lärmverursachung zu setzen, bzw. die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass lärmverursachendes Verhalten weniger attraktiv wird oder erschwert zu befriedigen ist. Als konkrete Massnahme könnte man Tunnels lärm-dämmender bauen, damit der Anreiz für Auto-Tuner, besonders laut zu fahren, entfällt. Diese Massnahmen könnten besonders in dicht besiedelten Gegenden umgesetzt werden, diese Empfehlung richtet sich somit an Personen und Organisationen, die für bauliche Planungen zuständig sind.

Auch die gesellschaftlichen Wertvorstellungen können lärmverursachendes Verhalten beeinflussen. Die Aussagen der Interviewpartner lassen darauf schliessen, dass Auto-Tuner sich als bessere Autofahrer als durchschnittliche Lenker betrachten und somit nicht mit diesen verwechselt werden wollen. Wenn lärmverursachende situative Praktiken, wie Bremsquietschen oder Kavaliertart in der Gesellschaft, aber besonders in der Tuner-Szene als inakzeptables Verhalten angesehen werden, welches nur von unfähigen Fahrern betrieben wird, entfällt der Anreiz, diese Verhalten anzuwenden. Die Änderung von Werten und Normen in der Gesellschaft ist meistens ein langsamer und schwer beeinflussbarer Prozess, mit gezielten Kampagnen könnte durch Öffentlichkeitsarbeit ein Beitrag zur Lärmverringerung geleistet werden.

Auch bei Auto-Tunern kann die vom BAFU empfohlene Massnahme den Lärm an der individuellen Quelle zu bekämpfen weiter verfolgt werden. Mithilfe von Richtwerten für potentielle Veränderungen im akustischen Bereich liesse sich Lärm an der individuellen Quelle weiter vermeiden. Es gibt bereits Grenzwerte für die Lautstärke eines Systems, z.B. für den Umbau der Auspuffsysteme, welche für die Verkehrszulassung zwingend eingehalten werden müssen. Jedoch sollten rechtliche Verschärfungen vor dem Erlass immer gut abgewogen und nur als

letzte Möglichkeit und bei besonders verbreiteten Praktiken eingesetzt werden, da sie die persönliche Freiheit am stärksten einschränken.

6.4 Ausblick

Die Resultate dieser Arbeit haben zwar die gestellten Forschungsfragen mindestens teilweise beantwortet, haben aber gleichzeitig auch neue Fragen für weitere Forschung aufgeworfen. Der Ausblick behandelt diese Ansatzpunkte, an denen weiter geforscht werden sollte.

Im Laufe dieser Untersuchung hat sich gezeigt, dass es klare Unterschiede zwischen älteren und jüngeren Auto-Tunern gibt. Dies zeigt sich einerseits in der Art und Weise des Tunings, aber auch in der Ausübung des akustischen Tunings an sich. Weitere Studien könnten diese Beobachtung vertiefen und so soziodemographische Faktoren und deren Einwirkung auf das Tuning, insbesondere auch das Anwenden von akustischem Tuning, untersuchen. Dabei wäre interessant herauszufinden, wie sich die Motivation des Tunings mit dem Alter verändert. Welche Faktoren sind verantwortlich, dass mit dem Tuning begonnen wird bzw. welche Faktoren spielen eine Rolle um mit dem Tuning aufzuhören?

Ein wichtiger Befund war, dass das Anschlussmotiv bei den Auto-Tunern eine Rolle spielt. Tuning als Prozess bzw. die geplanten Veränderungen am Auto werden durch die Peer-Groups innerhalb der Tuning-Szene oft beeinflusst. Die Interviewpartner haben das Problem angedeutet, dass die gesellschaftliche Akzeptanz der Tuner eher negativ ist und diese Einstellung erschwert, geeignete Orte für soziale Interaktionen zu finden. So stellt sich die Frage, wo und wie mehr Platz für Tuning-Anlässe geboten werden könnte, so dass sich die Tuning-Vorführungen auf diese Veranstaltungen konzentrieren und damit das unerwünschte Benutzen des getunten Autos vermindern können. Dazu knüpfen die Forschungsfragen an, welche Anreize wie gesetzt werden müssen, damit akustisch-veränderte Autos nicht in dicht bewohnten Gebieten eingesetzt werden?

Ebenso im Bereich der Lärmperzeption, also der Wahrnehmung von Lärm (bzw. Klang), ergäben sich weitere interessante Fragestellungen, die in zusätzlichen Forschungen untersucht werden können. Von welchen Variablen ist die Lärmperzeption abhängig und wie wird dieser beschrieben? Wann werden akustisch getunte Autos als besonders störend empfunden? So könnte akustisches Auto-Tuning zusätzlich von der Rezipienten-Seite her untersucht werden.

7 Diskussion und Reflexion der Projektarbeit

Im Rahmen des Modul drei ‚Interdisziplinäre Forschungsarbeit zu allgemein-ökologischen Fragestellungen‘ haben die Studierenden den Auftrag, selbständig ein wissenschaftliches Projekt zu einem allgemein-ökologischen Thema zu planen und durchzuführen. Die Gruppe, die die vorliegende Studie verfasst hat, setzt sich aus verschiedenen Disziplinen zusammen. Die damit verbundene Interdisziplinarität gekoppelt mit einem bisher kaum erforschten Untersuchungsgegenstand begründet die Exklusivität dieser Studie. Abschliessend werden die Prozesse, die zum Entstehen dieser Arbeit geführt haben, diskutiert und reflektiert. Dies wird einerseits hinsichtlich der angewendeten Methoden und der im Projekt realisierten Interdisziplinarität und andererseits bezüglich der Zusammenarbeit im Team und des Projektmanagements getan.

7.1 Angewendete Methoden und Interdisziplinarität

In der Projektgruppe sind fünf verschiedene Disziplinen vertreten (in alphabetischer Reihenfolge): Betriebswirtschaftslehre (BWL), Geschichte, Sozialanthropologie, Soziologie und Sportwissenschaft. Das ausgewählte Thema erforderte auch den Einbezug von weiteren Disziplinen wie z.B. Akustik. Da alle Mitglieder der Forschungsgruppe aus dem geistes- bzw. sozialwissenschaftlichen Bereich kommen, ist es zum Teil schwer, messerscharfe Trennungen für die eine oder andere Disziplin vorzunehmen.

Die Betriebswirtschaftslehre gehört zu den Sozialwissenschaften, behandelt dementsprechend oft Fragestellungen, in denen Handlungsmotive ermittelt werden. Für die Methodik der BWL ist eine systematische Vorgehensweise charakteristisch, welche auch während dieser Arbeit das Ziel war. Für die Terminierung der Aufgaben wurde die Methode der Rückwärtsplanung eingesetzt. Ausgehend aus den jeweiligen Abgabeterminen wurden die frühesten bzw. spätesten Anfangszeitpunkte für die Teilaufgaben sowie die Pufferzeiten ermittelt. Mit dieser strikten Zeitplanung konnte sichergestellt werden, dass die Fristen stets eingehalten werden konnten und vor dem Endabgabetermin noch ein wenig Zeit dafür verblieb, die Arbeit innerhalb der Gruppe zu reflektieren. Das Projektbudget wurde ebenfalls nach betriebswirtschaftlichen Prinzipien geplant, was eine bestmögliche Ressourcenverteilung garantierte.

Die Geschichtswissenschaft untersucht vergangenes menschliches Handeln anhand von historischen Quellen. Die historische Recherche basiert überwiegend auf schriftlichen Quellen, bei neuerer Geschichte werden aber auch oft mündliche Beiträge gesammelt und analysiert. Die Oral History schafft sich ihre Quellen selbst, z.B. durch die Befragung von Zeitzeugen. Die

Methoden sind dabei vergleichbar mit den soziologischen bzw. sozialanthropologischen Befragungen, die durchgeführten Interviews werden transkribiert und ausgewertet.

Die sozialanthropologische Forschung hat das Ziel, soziale Einheiten zu untersuchen, um ein besseres Verständnis der Gesellschaft zu ermöglichen (Kilani, 1992, S. 33). Die Auto-Tuning-Szene kann in diesem Sinne auch als eine soziale Einheit betrachtet werden, welche mit sozialanthropologischen Methoden untersucht werden kann. Während der Forschung werden sehr oft explorative Methoden eingesetzt, um die untersuchten Milieus zu erkunden. Diese Vorgehensweise erlaubte auch in diesem konkreten Fall die ‚Integration‘ der Forscher in eine unbekannte soziale Einheit und konnte eine bessere Vorstellung über die Forschungsfeld sicherstellen. (vgl. Olivier De Sardan, 2008, S.51) Während den Tuning-Veranstaltungs-Besuchen wurde die aus den Sozialwissenschaften bekannte Methode der Feldforschung eingesetzt. Die passiv-teilnehmende Beobachtung ist eines der wichtigsten im anthropologischen Haupttool. Ebenfalls die sozialanthropologische Methodik diente als Ausgangspunkt bei der Zusammenstellung des Leitfadeninterviews. Diese Interviewart wird sehr oft in der anthropologischen Forschung eingesetzt. (vgl. Olivier De Sardan, 2008, S. 16)

Soziologie war – der Sozialanthropologie ähnlich – für diese Arbeit ebenfalls von grosser Bedeutung. Das Kennen der verschiedenen Untersuchungsmethoden sowie deren Vor- und Nachteile war bei der Erstellung des Forschungsplans und bei der Durchführung der explorativen Forschung sehr nützlich. Dies zeigte sich während der Konstruktion des Leitfadeninterviews, während der Durchführung der Interviews und in der anschliessenden Datenanalyse. Das analytische Vorgehen in der Arbeit ist zwar nicht ausschliesslich von der Soziologie entliehen, dennoch ist dies ein wichtiger Teil von dieser Disziplin, d.h. umfangreiches Material strukturiert zu analysieren und anschliessend die wichtigsten Informationen klar darzustellen. Auch inhaltliche Bereiche der Forschungsarbeit konnten durch die Soziologie abgedeckt werden, denn Auto-Tuner als eine gesellschaftliche Subgruppe kann als ein Teil der Gesellschaft betrachtet werden, welche Untersuchungsgegenstand der Soziologie ist.

Sportwissenschaft ist in sich schon interdisziplinär, weil sie bei der Forschung ihres Kernbereichs verschiedene Disziplinen berücksichtigt und ihre Fragestellungen aus den Blickwinkeln anderer Wissenschaften behandelt. Beim sportlichen Handeln werden oft motivationspsychologische Aspekte erforscht, welche das Verhalten erklären können. Die Modelle der Motivationspsychologie werden auf den Sport ebenfalls oft angewendet. Die motivationspsychologischen Grundlagen für die vorliegende Arbeit wurden also von der Sportwissenschaft übernommen. Sportwissenschaftler arbeiten sowohl quantitativ als auch qualitativ. Bei der qualita-

tiven Forschung werden häufig qualitative Interviews durchgeführt, so war es möglich, anhand dieser Kenntnisse die Zusammenstellung und Auswertung des Fragebogens und die Durchführung der Interviews mit den Auto-Tunern zu planen. Charakteristisch für die Berner Sportwissenschaft ist eine sozial- und verhaltenswissenschaftliche Ausrichtung. Diese Kenntnisse sind bedingt auf andere soziale Gruppierungen übertragbar.

Um eine sinnvolle und Früchte tragende Arbeitsteilung zu ermöglichen, wurden zuerst die fachlichen bzw. ausserfachlichen Kompetenzen der Gruppenmitglieder ermittelt. Die dann durchgeführte interdisziplinäre Bearbeitung des Themas hatte viele Vorteile. Das unterschiedliche methodische Instrumentarium der einzelnen Fachgebiete bot eine grössere Auswahl als Ausgangspunkt bei der Methodenwahl und beim Untersuchungsdesign. Jeder hatte besondere Kenntnisse oder Kompetenzen, die in der Gruppe sonst nicht vertreten waren und diese Diversität hatte positive Auswirkungen auf den erarbeiteten Inhalt. Da das ausgewählte Forschungsthema Vorkenntnisse und Grundlagen von mehreren Gebieten erforderte, hätte eine rein disziplinäre Bearbeitung beim Ergebnis viele Aspekte ausgeblendet.

In der Arbeit wurden situationsabhängig unterschiedliche Zugänge gewählt, um das Wissen strukturiert zu erarbeiten. Die Eingrenzung des Forschungsgegenstandes und die Ausformulierung der Ziele und Fragestellung erfolgte in der Gruppe. Die theoretischen Grundlagen sowie die Interpretation entstanden innerhalb von Untergruppen, wobei die Teile anschliessend jeweils von allen anderen Gruppenmitgliedern gegengelesen und kommentiert wurden. Die Tuning-Event Besuche wurden ebenfalls in Untergruppen vollzogen und anschliessend in der ganzen Gruppe diskutiert und analysiert. Die Auswertung der Interviews wurde nach vorgegebenen Kriterien in Einzelarbeit vorgenommen, die Ergebnisse in ein Katalogenraster eingefügt und anschliessend in einer Untergruppe bearbeitet. Für eine gemeinsame theoretische Basis wurden zu Beginn der Arbeit die wichtigsten Begriffe (z.B. ‚Auto-Tuner‘, ‚intendierte Geräuschverursachung‘) definiert. Während der Arbeit kamen weitere Definitionen dazu, welche in der Gruppe diskutiert wurden (z.B. ‚Lärm‘). Grundsätzlich galt, dass jeder neu eingeführte Begriff gemeinsam besprochen wurde. Dank dieser Vorgehensweise konnte ein einheitlicher Sprachgebrauch gewährleistet werden.

Relativ wenige Probleme sind während der eigentlichen Arbeit aufgetaucht, die spezifisch auf die interdisziplinäre Beschaffenheit der Gruppe zurückzuführen waren. Der gegenseitige Respekt der in der Gruppe vertretenen Disziplinen war gegeben. Ausser den Interviewpartnern waren in der Untersuchung keine ausserwissenschaftliche Personen involviert. Als geringfü-

giges Problem erwies sich der Gebrauch von wissenschaftlichen Termini während der Interviewdurchführung.

Jede Disziplin leistete einen Beitrag zum gemeinsamen Forschungsprojekt; inhaltlich, methodisch und/oder organisatorisch. Die Vielfalt der vertretenen Wissenschaftszweige hat auch der Verständlichkeit des Textes gedient. Während des gegenseitigen Korrekturlesens konnten Teile, die im Fachjargon geschrieben waren, identifiziert und anschliessend umformuliert werden. Die Zusammenarbeit in der Gruppe war für jedes Mitglied eine Bereicherung, da diese einen interessanten Einblick in die Methodik und Wissensbasis von anderen Disziplinen und eine umfassende Untersuchung des Forschungsgegenstandes ermöglichte.

7.2 Zusammenarbeit

Die verschiedenen Arbeitsschritte wurden in der Gruppe aufgeteilt und anschliessend in kleineren Gruppen durchgeführt. Jedes Mitglied beschäftigte sich mit den spezifisch zugewiesenen Aufgaben. Anhand eines erstellten Netzplanes war vorgängig klar definiert, wer bis wann welche Aufgabe erledigen muss. Die Kommunikation innerhalb der Gruppe wurde per E-Mail, Telefonate oder mit gemeinsamen Treffen gewährleistet. Die Entscheidungen in der Gruppe wurden überwiegend mithilfe des Konsensprinzips getroffen. Die wichtigsten Punkte, wie die Definition des Forschungsgegenstandes und die Erarbeitung der Ziele sowie der Fragestellung bedurften des Einverständnisses von jedem Gruppenmitglied. Diese Herangehensweise erforderte zwar mehrere Diskussionsrunden, hat sich aber gut bewährt, da das Plenum einen zeitgleichen Gedankenaustausch ermöglichte und damit den Koordinationsaufwand senkte. Darüber hinaus konnten Pro- und Kontra-Argumente direkt in Betracht gezogen werden, was zur Folge hatte, dass das bearbeitete Thema sehr facettenreich betrachtet wurde. Falls kein Konsens entstand, wurden die unterschiedlichen Standpunkte in einem Gespräch mit der Betreuerin Stephanie Moser diskutiert, bis eine Lösung gefunden wurde. Als Hauptregeln galten die folgenden Prinzipien: Respektieren der Fristen, faire Aufteilung der Aufgaben und eine konstruktive Diskussionskultur und -atmosphäre in der Gruppe. Ein weiteres Mosaiksteinchen in der Zusammenarbeit bestand darin, dass sich alle Mitglieder als gleichwertige Partner ansahen, die konstruktiv miteinander debattieren und auch Kritik anbringen konnten.

Diese vorgängig gemachten Abmachungen bezüglich der Zusammenarbeit in der Gruppe konnten zumeist auch eingehalten werden. Dennoch gab es gewisse Spannungsfelder und Missverständnisse innerhalb des Teams.

Diskussionen und Gespräche fanden oftmals nur in Teilgruppen statt, entweder aufgrund Abwesenheiten von einzelnen Mitgliedern oder auch aufgrund der Aufteilung der Aufgaben in Subgruppen. Teilweise kam es dazu, dass gewisse Informationen nicht an alle Mitglieder gingen, da für die teilnehmenden Mitglieder nicht klar war, dass diese Informationen auch für die anderen wichtig sein könnten. Dies führte dazu, dass Missverständnisse und auch Spannungen innerhalb der Gruppe auftauchten. Die so nicht immer ausgesprochenen Unstimmigkeiten haben besonders gegen Ende der Arbeit zu Ärger und einer getrübtten Stimmung geführt, welche erst durch eine Aussprache zwischen allen Gruppenmitgliedern bereinigt werden konnte. Kleinigkeiten, welche von einzelnen als störend empfunden wurden, sollten also in Zukunft direkt und schnellst möglich angesprochen und geklärt werden, bevor weiter gearbeitet wird. Ansonsten läuft die Gruppe Gefahr, sich erst am Schluss oder gar nicht mit diesen Problemen auseinanderzusetzen und so die Arbeit zu gefährden. Zudem kristallisierte sich die Notwendigkeit heraus, Informationen von vornherein als Hol- oder Bringschuld zu charakterisieren. Wäre dies bei der Projektarbeit von Beginn an klarer gemacht worden, wären einige Missverständnisse und Konflikte vermeidbar gewesen. Nicht nur das Thema einer Gruppenarbeit ist wichtig, auch die Existenz und Definition eines gemeinsamen Zieles. Nur so kann eine Arbeit erstellt werden, die schlussendlich auch den einzelnen Präferenzen der Gruppenmitglieder entspricht.

7.3 Reflexion und Kritik der Forschungsarbeit

Die Anzahl Gruppenmitglieder, so wie ihre unterschiedliche disziplinäre Herkunft ermöglichte eine höhere Arbeitsqualität, da die unterschiedlichen Fähigkeiten innerhalb der Gruppe gezielt eingesetzt werden konnten. Durch die Aufteilung der Arbeit in Teilaufgaben wurde die verfügbare Zeit optimal genutzt. Jedoch noch wichtiger sind die vielfältigen Perspektiven, die durch die Gruppenmitglieder in das Projekt eingebracht werden konnten, dies verbesserte die Qualität der Arbeit zusätzlich. Jetzt, nach Abschluss der Arbeit, ist die Eigeneinschätzung der Gruppe, dass sie mehrheitlich die richtigen Methoden für das Projekt ausgewählt hatte. Dies ist auch darauf zurückzuführen, dass immer wieder Gespräche und Diskussionen innerhalb der Gruppe stattfanden und wichtige Entscheidungen immer in Rücksprache mit der Betreuerin getroffen wurden. Diese Entscheidungen wurden anschliessend auch immer wieder hinterfragt und reflektiert und gegebenenfalls leicht angepasst. Dadurch konnten die gesetzten Ziele erreicht werden.

Eine neue Arbeit in der gleichen Gruppenkonstellation würde sich sicherlich andersartig manifestieren, da gewisse Punkte aufgrund der gemeinsamen Erfahrung nun klarer wären.

Die Fragestellung wurde beantwortet und die Resultate liefern einen interessanten Beitrag zum Thema, die Arbeit hat aber auch ihre Grenzen. Diese Einschränkungen sind vor allem durch die zur Verfügung stehenden Mittel bedingt. Mit mehr Ressourcen wären mehr Beobachtungen an Events oder eine grössere Anzahl von Interviews möglich gewesen. Die Tuning-Event-Besuche hätten auch besser vorbereitet oder anders protokolliert werden können.

Mit fünf Interviews ist die Sättigung noch nicht erreicht. Die Interpretationen können zwar einen guten, aber auf keinen Fall vollständigen Eindruck über die Situation geben. Das Ziel, eine explorative Arbeit durchzuführen, konnte erfüllt werden. Aber wenn diese Untersuchung weiterentwickelt werden sollte, sollten zwingend weitere Interviews durchgeführt werden, um zusätzliche Informationen über die Motivationsfaktoren fürs Auto-Tuning oder für die Deutung des akustischen Auto-Tunings zu erhalten.

Beim Auto-Tuning sind nicht nur die Auto-Tuner, sondern auch andere Akteure, wie die Autohersteller, die Automechaniker, Veranstalter der ESPL oder auch die Polizei involviert. Diese Personen wären auch mögliche Interviewpartner dadurch hätte ein breiteres Spektrum von Ansichten in die Forschung einbezogen werden können.

Mit der vorgenommenen Methodenwahl sind andere Möglichkeiten ausgeschlossen worden. Für eine zukünftige Forschung in diesem Bereich könnten auch andere Methoden, wie zum Beispiel quantitative Forschungsmethoden, verwendet werden. Dadurch wäre eine Triangulation der Daten möglich. (vgl. Olivier de Sardan, 2008, S. 80)

8 Literaturverzeichnis

- Allolio-Näcke, L. (2010). Diskursanalyse. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Beckmann, J., & Heckhausen, H. (2010). Situative Determinanten des Verhaltens. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (4. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 73-104). Berlin: Springer.
- Bijsterveld, K. (2011). Bruit et silence: conceptions culturelles. In M.-O. Gonseth, B. Knodel, Y. Laville & G. Mayor (Hrsg.), *Bruits: Echos du patrimoine culturel immatériel* (S. 58-65). Neuchâtel: Musée d'ethnographie.
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluationen. Für Human- und Sozialwissenschaftler*. (4. Aufl.) Berlin: Springer.
- Bundesamt für Umwelt (BAFU) Abteilung für Lärmbekämpfung und Nichtionisierende Strahlung (2012). *Der Einfluss des Reifens auf die Lärmbelastung des Strassenverkehrs*. Zugriff am 11. Oktober 2012 unter:
http://www.bfe.admin.ch/energieetikette/00886/04758/index.html?lang=de&dossier_id=04770
- Carmediaworld (2013). *Worum gehts*. Zugriff am 18. Juni 2013 unter:
<http://carmediaworld.de/worum-gehts/>
- Cercle Bruit (2005). *Leiser mobil sein*. Zugriff am 13. Oktober 2012 unter:
<http://www.laerm.ch/de/mehr-gegen-laerm/leiser-mobil-sein/leises-auto/leisesauto.html>
- Cuche, D. (2004). *La notion de culture dans les sciences sociales*. Paris: Editions La Découverte.
- Deutsche Anwaltshotline (2006). *Lärmbelästigung durch aufgetunte Fahrzeuge auf dem Supermarkt Parkplatz*. Zugriff am 12. August 2012 unter:
<http://www.deutsche-anwaltshotline.de/rechtsberatung/101444-laermbelaestigung-durch-aufgetunte-fahrzeuge-auf-dem-supermarkt-parkplatz>
- Deutsche Gesellschaft für Akustik (DEGA) (2006). *Akustische Wellen und Felder*. Zugriff am 10. Oktober 2012 unter:
http://www.dega-akustik.de/publikationen/DEGA_Empfehlung_101.pdf

- Dey, M., Gschwend, B., Baumgartner, T., Jäncke, L., & Jäncke, P. (2006). Effekte von Musik auf das Fahrverhalten. *Zeitschrift für Verkehrssicherheit*, 1(52), S. 32-36.
- Diekmann, A. (2007). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. (17. Aufl.). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- European Mobile Media Association (EMMA) (2009). *Regelwerk 2009*. Zugriff am 21. September 2012 unter <http://www.emma-swiss.ch/PDF/rulebook2009german.pdf>
- Flick, U. (2010). *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung*. (3. Aufl.). Hamburg: Rororo.
- Friedrich, S. (2009). „Warum machen wir das eigentlich?“. *Eine Studie zur Motivation von Pflegemüttern und Pflegevätern*. Diplomarbeit, Universität Siegen.
- Geisel, S. (2010). *Nur im Weltall ist es wirklich still* (Bd. 1). Berlin: Galiani.
- Göx, R. F. (2006). *Leitfaden für die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten*. Zugriff am 01. Dezember 2012 unter <http://www.unifr.ch/controlling/lehre/dokumente/Leitfaden.pdf>
- Guibert, G. (2011). Bruit? Pour une sociologie du volume sonore dans les musiques amplifiées. In M.-O. Gonseth, B. Knodel, Y. Laville & G. Mayor (Hrsg.), *Bruits: Echos du patrimoine culturel immatériel* (S. 72-77). Neuchâtel: Musée d'ethnographie.
- Guski, R. (1987). *Lärm* (Bd. 1). Berlin: Hans Huber.
- Haustein S., Klöckner C., & Blöbaum, A. (2009). Car use of the young adults: The role of travel socialization. *Transportation Research Part F*. S. 168-178.
- Heckhausen, J., & Heckhausen, H. (2010). Motivation und Handeln: Einführung und Überblick. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (4. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 1-9). Berlin: Springer.
- Hering, E., Martin, R., & Stohrer, M. (2002). *Physik für Ingenieure* (Bd. 8). Berlin Heidelberg: Springer.
- Jähnig, M. (2007). *Von der Motivationstheorie zur Motivationspraxis*. München: GRIN Verlag GmbH.
- Jörg, U. (2005). Auf der Suche nach der verlorenen Ruhe. *Umwelt*, 2, S. 6-9.
- Kilani, M. (1992). *Introduction à l'Anthropologie*. Lausanne: Editions Payot.

- Kostis, K. (2008). *Basslautsprecher und Verstärker Technik*. Zugriff am 25. Oktober 2012 unter:
<http://www.bassbacke.de/hints/bass/basslautsprecher.htm>
- Krug, J. S., & Kuhl, U. (2006). *Macht Leistung, Freundschaft: Motive als Erfolgsfaktoren in Wirtschaft, Politik und Spitzensport*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Marsch, P., & Collett, P. (1986). *Driving passion: the psychology of the car*. London: Faber and Faber.
- Legewie, H. (1994). Globalauswertung von Dokumenten. In A. Boehm, A. Mengel & T. Muhr (Hrsg.), *Texte verstehen: Konzept, Methoden, Werkzeuge* (S. 177-182). Konstanz: Universitätsverlag.
- Mayring, P. (1990). *Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. München: Psychologie Verlags Union.
- Moser, S., Fischer, M., Lauper, E., Hammer, T., & Kaufmann-Hayoz, R. (2012). *Vermeiden von Umweltlärm – ein Phasenmodell individueller Handlungsänderung. Bericht A zu Handen des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) zum Teilprojekt Modul A des Forschungsprojekts „Bewusstsein und Handeln in der Lärmbekämpfung“*. Bern.
- Möser, K. (2002). *Die Geschichte des Autos*. Frankfurt am Main: Campus.
- Oberle, B. (2005). Der Einsatz für mehr Ruhe. *Umwelt*, 2, S. 2.
- Odenbach, K. (1974). Lexikon der Schulpädagogik: Begriffe von A – Z. In K. Odenbach (Hrsg.), *Motivation* (S. 326). Braunschweig: Westermann.
- Oliver de Sardan, J.-P. (2008). *La rigueur du qualitatif: Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*. Louvain-la-Neuve: Bruylant-Academia s.a.
- Pelters, S. (2009). Identifikationsmerkmal Automobil bzw. Identifikation und Nutzen: Die theoretisch-emotionale Bedeutung des Autos. *Journal of new Frontiers in Spatial Concepts*, 1, S. 112-118.
- Petzold, H. (1981). Handbuch pädagogischer und sozialpädagogischer Praxisbegriffe. In H. Petzold & H. Speichert (Hrsg.), *Motivation* (S. 306). Hamburg: Rowohlt.
- Rheinberg, F. (2004). *Motivation* (5. überarbeitete und erweiterte Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

- Rheinberg, F., Vollmeyer, R., & Burns, B. D. (2001). FAM: Ein Fragebogen zur Erfassung aktueller Motivation in Lern- und Leistungssituationen. *Diagnostica*, 47, S. 57-66.
- Sachs, W. (1990). *Die Liebe zum Automobil*. Hamburg: Rowohlt.
- Schguanin, G., & Marty, B. (2005). Dröhnende Motoren - wohin man hört. *Umwelt*, 2, S. 10-14.
- Schmalt, H.-D., & Heckhausen, H. (2010). Machtmotivation. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (4. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 211-236). Berlin: Springer.
- Schrob, A. (1975). Pädagogisches Taschenlexikon a-z. In Prof. Dr. H. Heinrichs (Hrsg.), *Motivation* (S. 178). Bochum: Ferdinand Kamp.
- Schröder, H. (1985). Grundwortschatz Erziehungswissenschaft: Ein Wörterbuch der Fachbegriffe von „Abbilddidaktik“ bis „Zielorientierung“. In H. Schröder (Hrsg.), *Motivation* (S. 210-211). München: Ehrenwirth.
- Sokolowski, K., & Heckhausen, H. (2010). Soziale Bindung: Anschlussmotivation und Intimitätsmotivation. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (4. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 193-210). Berlin: Springer.
- Tiefbauamt des Kantons Zürich (TBA ZH) Fachstelle Lärmschutz (2012). *Lärmorama*. Zugriff am 11. November 2012 unter:
http://www.laermorama.ch/laermorama/modul_krachmacher/strassenlaerm_v.html
- TÜV NORD Mobilität GmbH & Co. KG (2008). *Tuningratgeber der TÜV NORD Mobilität*. Zugriff am 17. Oktober 2012 unter:
http://www.deinfuehrerschein.de/upload/downloads/240108_tnm_tuningfolder_0807_2.Auflage.pdf
- Walker, U. (2013) «Lärm ist das Geräusch der anderen» *Umwelt*, 1/2013, S. 4-9.
- Warren, A., Gibson, C. (2011). Blue Collar creativity: reframing custom-car culture in the imperiled industrial city. *Environment and Planning*. Vol. 43. S. 2705-2722.
- 20minuten (2012) Getunte Autos angehalten, (20minuten, Ausgabe St. Gallen / Region 11.09.2012) Zürich: 20minuten AG.
- 741.41. *Verordnung über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge* (VTS) vom 19. Juni 1995 (Stand am 1. Mai 2012).
- 814.41. *Lärmschutz-Verordnung* (LSV) vom 15. Dezember 1986 (Stand am 1. August 2010).

Start

Dann starten wir jetzt doch gleich mit unserem Gespräch.

| Thema | gesagt | Frage | Bemerkung / Ziel der Frage / mgl. Antworten |
|------------------------|--------|---|--|
| Hobby | | Was ist für Sie Auto-Tuning? (Hobby, Beruf, Kompetenzen) | |
| | | Warum tunen Sie Autos? | |
| | | ➤ Wie kamen Sie zum Auto-Tuning? | |
| | | ➤ Warum haben Sie sich gerade für dieses Hobby entschieden | Können Sie uns noch weitere Gründe nennen? |
| | | Was braucht es, um Autos tunen zu können? (Fachwissen, Ressourcen, Kompetenzen, Geld, Zeit etc.) | |
| Auto-Tuning | | Welche Veränderungen im Allgemeinen haben Sie an ihrem Auto seit dem Kauf vorgenommen? | Falls noch keine oder ungenügende Informationen zu akustischem Tuning genannt wurden, nachfragen. |
| | | ➤ Welche Veränderungen haben Sie an Ihrem Auto besonders im akustischen Bereich vorgenommen? [<i>Motorengeräusche, Musikanlage...</i>] | Definition Akustik: Die akustischen Veränderungen sind alle Veränderungen, die durch irgendeine Art von Tuning andere Geräusche verursachen. |
| | | ➤ Können Sie Ihr Auto und dessen jetzigen Zustand beschreiben? | |
| | | Warum haben Sie die Veränderungen an Ihrem Auto vorgenommen? <i>[allgemein]</i> | Nachfragen aus der obigen Frage alle Veränderungen durchgehen und abfragen |
| | | ➤ Warum haben Sie die akustischen Veränderungen an Ihrem Auto vorgenommen? | |
| Bedeutung allgemein | | Welchen Stellenwert hat Auto-Tuning für Sie? [<i>allgemein...</i>] | |
| Bedeutung eigenes Auto | | Was bedeutet Ihnen <u>Ihr</u> getuntes Auto? [<i>Gefühl, Funktion...</i>] | |
| | | Was bedeutet für Sie das akustische Tuning an Ihrem Auto? | |
| Identität | | Ist das Auto ein Teil von Ihnen? Wenn ja, inwiefern? | |
| Nutzung | | Wie nutzen Sie Ihr Auto? [Situation, Örtlichkeiten, Gelegenheit, Tageszeit und Wochentag vs. Wochenende...] | |
| | | ➤ Gibt es unterschiedliche Situationen bei denen Sie die akustischen Möglichkeiten Ihres Autos verwenden? [<i>Anonym im Strassenverkehr, private Areale, zu Hause...</i>] | |

| | | | |
|-----------------------|-----------|---|--|
| Fahrstil | | Können Sie Ihren Fahrstil beschreiben? Vergleichen Sie den Ihrigen mit einem durchschnittlichen Autofahrer (<i>Aggressiv, ängstlich, sicher, präzise, usw.</i>) | |
| | | ➤ Wie fahren Sie im Vergleich zu einer 80-jährigen Oma? | |
| | | ➤ Wie fahren Sie im Vergleich zu einem Neulenkler? | |
| | | ➤ Gibt es Situationen, in denen Sie anders fahren als vorher beschrieben? | |
| | | ➤ Gibt es für Sie eine Beziehung zwischen Auto-Tuning und Fahrstil? | |
| | | ➤ Warum fahren Sie so (oben genannt Aspekte zum eigenen Fahrstil aufnehmen)? (Spass, Fahrgefühl, andere Beeindrucken, etc.) | |
| Situation | Geräusche | In welchen Situationen nutzen Sie die akustischen Möglichkeiten Ihres Autos? | |
| Reaktionen /Motive | | Welche Reaktionen <u>erhoffen</u> Sie sich durch Ihr akustisches Auto-Tuning? | Allgemeine Reaktionen, wie aber auch Reaktionen zu bestimmten Gruppen (Freunde, Tuning-Kollegen, Familie, FreundIn, Gesellschaft, Erotik). |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhoffen Sie sich durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihren Freunden? | Beim Nachfragen jeweils auch das negative bzw. das positive nachfragen. Je nachdem wie der TN geantwortet hat. |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhoffen Sie sich durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihren Auto-Tuning Kollegen? | |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhoffen Sie sich durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihrer Familie? | |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhoffen Sie sich durch Ihr akustisches Auto-Tuning in der Gesellschaft? | |
| | | Welche Reaktionen <u>erhalten</u> Sie durch Ihr akustisches Auto-Tuning? | |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhalten Sie durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihren Freunden? | |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhalten Sie durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihren Auto-Tuning Kollegen? | |
| | | ➤ Welche Reaktionen erhalten Sie durch Ihr akustisches Auto-Tuning bei Ihrer Familie? | |

| | | | |
|---------------------------|--|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Welche Reaktionen erhalten Sie durch Ihr akustisches Auto-Tuning in der Gesellschaft? | |
| Gemeinschaft Umgebung | | Mit wem teilen Sie das Hobby Auto-Tuning? | falls in einem Klub Mitglied nächste Frage! falls mit Freunden/Familie etc. dann übernächste Frage! |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Was unternehmen Sie zusammen? | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wie unterstützen Sie Sich im Tuning-Klub? | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Welche Bedeutung hat der Klub für Sie? <i>[falls Mitglied in einem Klub]</i> | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ In welcher Form üben Sie das Hobby gemeinsam aus? <i>[falls mit Freunden/Familie etc. ohne in einem Klub zu sein]</i> | |
| Empfindung | | Welche Gefühle erleben Sie, wenn Sie ein getunttes Auto fahren? Insbesondere in den Situationen, in welchen das akustische Tuning eingesetzt wird oder ein geräuschvoller Fahrstil praktiziert wird. | |
| Geräusche allgemein | | Durch akustisches Tuning werden viele Autos lauter. Durch Untersuchungen des Bundes ist bekannt, dass Strassenlärm für viele Schweizer Bürger ein grosses Problem darstellt. Oftmals wird behauptet, dass Auto-Tunende mehr Strassenlärm produzieren. Diese Aussage stellt nicht unsere Meinung dar, wir möchten nur gerne von Ihnen erfahren, was Ihre Ansicht zu dieser Aussage ist?! | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Teilen Sie die Überzeugung, dass akustisch getunte Autos lauter sind als nicht getunte? <i>[allgemein]</i> | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Können Sie uns einen spezifischen Streit, den Sie schon in Zusammenhang mit Ihrem getunten Auto erlebt haben, beschreiben? | |
| Bewusstsein für Andere | | Haben Sie Verständnis dafür, dass sich Leute über getunte Autos ärgern? | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gibt es spezifische Situationen, in denen Sie bewusst mehr Lärm produzieren? | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gibt es spezifische Situationen, in denen Sie - im Strassenverkehr - bewusst auf andere Rücksicht nehmen? | |
| eigene Grenze | | Können Sie uns beschreiben, welche Art von Strassenlärm Sie stört? <i>(Motorradfahrer, Raser...)</i> | |

Besten Dank für die bisherige Mithilfe. Nun kommen wir zu unseren Kärtchen.

Sie sehen verschiedene Aussagen auf den Karten. Welche würden Sie auswählen, wenn Sie den Satz „**Durch das Auto-Tuning erhalte ich...**“ beenden sollten? Wählen Sie nur diese Karten aus, die für Sie wirklich von Bedeutung sind. *(Alle Kärtchen dem Teilnehmenden geben, Zeit geben und leise sein! Wenn dies gemacht ist weiterfahren.)*

Könnten Sie die Aussagen, die Sie ausgewählt haben, danach ordnen, wie wichtig Ihnen dies ist? (wieder Zeit lassen, anschliessend evtl. Fotografieren, oder die Reihenfolge der Nummern aufschreiben)

Ansehen in meiner Familie
Ansehen bei meinen Freunden (nicht Tuning-Kollegen!)
Ansehen bei meinen Tuning-Kollegen
Ansehen in der Gesellschaft
Aufmerksamkeit von meiner Familie
Aufmerksamkeit von meinen Freunden (nicht Tuning-Kollegen!)
Aufmerksamkeit bei meinen Tuning Kollegen
Aufmerksamkeit in der Gesellschaft
Freude am Auto zu arbeiten
Gelegenheit mit meinen Kollegen oder Freunden Zeit zu verbringen
Gelegenheit mit meiner Familie Zeit zu verbringen
die Gelegenheit eine spezielle Person beeindrucken
die Gelegenheit das andere Geschlecht zu beeindrucken
das Gefühl von Macht
das Gefühl mich gut zu fühlen
die Möglichkeit, gute Leistungen zu erbringen
die Möglichkeit, mich mit anderen messen zu können
die Gelegenheit, meine Erwartungen zu erfüllen
die Gelegenheit, Erfahrungen zu sammeln
ein Hobby
die Gelegenheit, mein technisches Interesse auszuleben
Fahrvergnügen
Komfort beim Fahren

andere, nämlich:

Abschliessende Fragen

Wir haben es fast geschafft! Hier noch die letzten Fragen.

- Wie lange betreiben Sie schon Auto-Tuning? *[entweder Jahre/Monate oder seit...]*
- Welche Art von Autos fahren Sie zur Zeit? *[Marke und genaue Bezeichnung]*
 - Welche davon sind getunt? *[GT als Zeichen hinter das getunte Auto setzen]*

Welche der oben genannten Autos haben Sie selbst umgebaut? *[SE als Zeichen hinter das getunte Auto setzen]*

- Wie viel Stunden pro Woche investieren Sie in das Hobby Auto-Tuning? *[evtl. gibt es unterschiedliche Angaben (Sommer/ Winter...), dann das so notieren!]*
_____h
- Wie viel verdienen Sie in etwa pro Monat Brutto? *Zuerst offene Frage, wenn keine Antwort, weil unbekannt oder zu indiskret, dann Kategorien.*
_____CHF

| | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 6001 – 8000 SFR |
| <input type="checkbox"/> 1 – 2000 SFR | <input type="checkbox"/> 8001 – 10000 SFR |
| <input type="checkbox"/> 2001 – 4000 SFR | <input type="checkbox"/> 10001 – 12000 SFR |
| <input type="checkbox"/> 4001 – 6000 SFR | <input type="checkbox"/> über 12000 SFR |
- Wie viel Geld investieren Sie in etwa jährlich in das Hobby Auto-Tuning? Geben Sie uns bitte doch den Anteil an, den Sie von Ihrem Lohn in Ihr Hobby investieren. *(dabei ist dies ein interaktiver Prozess zwischen beiden Parteien, der Interviewende hilft und geht –falls der Interviewte es gerade weiss – so vor: Ist es mehr oder weniger als die Hälfte ihres Einkommen. Geben Sie ein Viertel Ihres Einkommens aus. ODER: wissen geben Sie mehr oder weniger als 1000 Franken aus. Mehr oder weniger als 500.-) (Je nach der Höhe des Einkommens).*

| | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 % | <input type="checkbox"/> 51-60 % |
| <input type="checkbox"/> 1-10 % | <input type="checkbox"/> 61-70 % |
| <input type="checkbox"/> 11-20 % | <input type="checkbox"/> 71-80 % |
| <input type="checkbox"/> 21-30 % | <input type="checkbox"/> 81-90 % |
| <input type="checkbox"/> 31-40 % | <input type="checkbox"/> 91-100% |
| <input type="checkbox"/> 41-50 % | |
- Welchen Jahrgang haben Sie? 19 __
- Was ist Ihr Beruf?
- Wo sind Sie aufgewachsen?
 - Stadt
 - Agglomeration
 - Land
- Wo wohnen Sie jetzt?
 - Stadt
 - Agglomeration
 - Land
- Wo ist ihr Tuning-Klub? *[falls in keinen Klub Mitglied dann folgende Frage:] Wo treffen Sie sich für Ihr Hobby?*
 - Stadt
 - Agglomeration
 - Land

- Wie ist ihr Zivilstand?
 - ledig
 - in Partnerschaft lebend
 - verheiratet oder in eingetragener Partnerschaft
 - verwitwet
 - geschieden
 - getrennt lebend
- *Nachfragen* was ist die Reaktion von Ihrem-er Frau/Mann oder PartnerIn zum Auto-Tuning?
- Möchten Sie noch etwas sagen? [*Anregungen, etwas was vergessen wurde und der Interviewpartner unbedingt sagen will*]

Schluss

Wir bedanken uns für Ihre Mithilfe, möchten Sie gerne ein Exemplar unserer Schlussarbeit erhalten? (*wenn ja: Adresse fragen und aufschreiben!*)

Kennen Sie noch zusätzliche Auto-Tuner, die eventuell Interesse haben, interviewt zu werden? [Nur bei zufriedenstellendem Verlauf, Telefonnummer am Besten bekommen, sonst Mailadresse oder eigene Nummer/ Mail angeben!]

Dürfen wir Ihr Auto mit Ihnen fotografieren?

Ja Nein

- Dürfen wir einige Details von Ihrem Auto fotografieren? Grundsätzlich geht es darum, dass wir spezifische Dinge so in unserem Bericht dokumentieren könnten.

Ja Nein

Als kleines Dankeschön > *GESCHENK (Coopgutschein)* übergeben.

10 Anhang B: Katalogenraster für die Textinterpretation

Anleitung für die Bearbeitung

- Was fällt auf? Inkl. Stellenvermerk (Welches Interview, Zeilennummer)
- Suche nach Mustern und Gleichheiten (inhaltlich aber auch im Sprachgebrauch)
- spezielle Wendungen/spezielle Situationen/gleiches Verhalten/gleiche Argumentationsweisen, oder wo und warum sind Unterschiede vorhanden?
- Spezifische Terminologien der Auto-Tuner, spezifische Fachwörter, Ausdrücke etc. (Kurze Sprachanalyse)
- Bei klaren Bezügen der Interviews zur **Theorie** zwingend festhalten

Fragenraster

- Auto-Tuning (warum, Ressourcen, Absicht, Entstehung,...)
- Auto, was wurde alles warum getunt?
 - Allgemein
 - Akustisch
- Stellenwert/Bedeutung des Auto-Tunings?
- Bedeutung eigenes Auto?
 - Allgemein
 - Akustisch
- Auto als Teil vom Tuner/ Identität des Tuners?
- Nutzung/ Funktion des Autos?
- Fahrstil?
- Geräusche situationsabhängig?
- Erhoffen von Reaktionen?
- Erhalten von Reaktionen?
- Diskrepanz/Übereinstimmung von erhofften und erhaltenden Reaktionen?
- Auto-Tuning teilen? (Gemeinschaft, Unterstützung durch andere, welche Form)
- Empfindungen beim Fahren eines/des getunten Autos?
- Geräusche: Auto-Tuner = Strassenlärm, wie Aussage empfunden/beantwortet wird?
- Verständnis/Bewusstsein für andere?
- Eigene Grenzen bzgl. Lärm?
- Spezielles?

Interpretation

- Welche Beweggründe gibt es von Auto-Tunern Autos zu tunen und diese dann zu verwenden?
 - In welchem Zusammenhang?
 - In welcher Situation?
 - In welcher Form?
 - Symbolisch?
 - Emotional?
 - Funktional?

Selbstklassifikation von vorgegebenen Beweggründen (Kärtchenaufgabe) bei speziellen und spezifischen Bemerkungen

- Geräusche: Wie werden die akustischen Möglichkeiten eingesetzt?
 - Wann werden die akustischen Möglichkeiten angewendet?
 - Wann werden die akustischen Möglichkeiten *nicht* angewendet?
 - Situation?
 - Eigene Grenzen?
 - Bewusstsein für Andere?

Schriftenreihe 'Studentische Arbeiten an der IKAÖ'

Hrsg: Ruth Kaufmann-Hayoz

In dieser Schriftenreihe publiziert die Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ) der Universität Bern in loser Folge studentische Projektberichte sowie weitere Arbeiten von Studierenden, die für eine breitere Öffentlichkeit von Interesse sind:

- Nr. 1
ISBN: 3-906456-01-3
Gentechnologie - Recht - Gesellschaft. Gentechnologie an Pflanzen und Tieren (1993) (*vergriffen*)
- Nr. 2
ISBN: 3-906456-02-1
Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Verschwendungsgesellschaft (1994) (*vergriffen*)
- Nr. 3
ISBN: 3-906456-03-X
Ausgewählte Verkehrsaspekte in der Gemeinde Köniz (1994) (*vergriffen*)
- Nr. 4
ISBN: 3-906456-04-8
Anforderungen an ein Ökomarketing (1995)
- Nr. 5
ISBN: 3-906456-05-6
Wege zu einer effizienteren Energienutzung. Aktuelle Situation und mögliche Perspektiven für die Gemeindeverwaltung Köniz (1995)
- Nr. 6
ISBN: 3-906456-06-4
Berner Entwurf zu einem Gentechnik-Gesetz. Mit Kommentar (1995) (*vergriffen*)
- Nr. 7
ISBN: 3-906456-07-2
Die Patentierung von Lebewesen im Hinblick auf die Würde der Kreatur (1995) (*vergriffen*)
- Nr. 8
ISBN: 3-906456-09-9
Trennwirkung von Hauptverkehrsstrassen (1996)
- Nr. 9
ISBN 3-906456-10-2
Ökologischer Ausgleich und Landschaftsentwicklung - Müntschemier und Grossaffoltern (1997)
- Nr. 10
ISBN 3-906456-15-3
Fischrückgang in den schweizerischen Fließgewässern (1997)
- Nr. 11
ISBN 3-906456-16-1
Umweltverantwortliches Alltagshandeln beim Global Action Plan: die Bedeutung sozialer Netze (1998)
- Nr. 12
ISBN 3-906456-18-8
Gentechnologisch veränderte Sojabohne: Reflexion der Diskussion und des Bewilligungsverfahrens (1998) (*vergriffen*)
- Nr. 13
ISBN 3-906456-19-6
Die Naturschutzorganisationen im bernischen Seeland (1999)
- Nr. 14
ISBN 3-906456-17-X
Energiesparen im Spital: Pilotprojekt für einen bewussteren Umgang mit Energie am Arbeitsplatz (1999)
- Nr. 15
ISBN 3-906456-20-X
Unser Abfall – der entwertete Rohstoff der kommenden Generation (2000)
- Nr. 16
ISBN 3-906456-21-8
Der Wolf – Wildtier oder wildes Tier? Eine Deutungsmusteranalyse in der Schweizer Bevölkerung (2000) (*vergriffen*)

- Nr. 17
ISBN 3-906456-23-4
Gemeinwerk und gemeinschaftliches Arbeiten im
Landschaftsschutz (2000)
- Nr. 18
ISBN 3-906456-22-6
Menschliches Versagen im Kontext individuellen
umweltverantwortlichen Handelns (2000)
- Nr. 19
ISBN 3-906456-25-0
Nonylphenol in der Schweiz. Eine Abschätzung der
Belastungssituation und der ökologischen Wirkungen (2000)
- Nr. 20
ISBN 3-906456-26-9
Der Verkehrsversuch Spiez: eine Nachuntersuchung (2001)
- Nr. 21
ISBN 3-906456-29-3
Einstellungen, Handlungserfahrung und Kooperation im
Umweltbereich (2001)
- Nr. 22
ISBN 3-906456-30-7
Warum der Bach kam: Ursachendiskurs nach dem Unwetter-
Ereignis in Sachseln 1997 (2001)
- Nr. 23
ISBN 3-906456-31-5
„Stehenbleiben kommt nicht in Frage“. Potenziale der
Gemeinde Eggwil: Wahrnehmung und Bewertung durch
Bevölkerung und Behörden (2001)
- Nr. 24
ISBN 3-906456-32-3
Wer rettet die Belpau? Zur Wahrnehmung und Akzeptanz eines
Hochwasserschutz- und Revitalisierungsprojektes (2001)
- Nr. 25
ISBN 3-906456-33-1
Frauennetzwerke und Landschaftsentwicklung. Soziale
Restriktionen und Optionen der Mitwirkung von
Frauennetzwerken an nachhaltiger Landschaftsentwicklung
(2002)
- Nr. 26
ISBN 3-906456-34-X
Obstgarten Leuzigen – Chancen und Risiken bei der
Realisierung und Bewirtschaftung (2002)
- Nr. 27
ISBN 3-906456-35-8
Aktive Gestaltungsformen eines zukünftigen
Landschaftsmanagements. Eine Befragung in den Gemeinden
Erlach und Ligerz (2002)
- Nr. 28
ISBN 3-906456-36-6
Durchsetzungsmechanismen im Umweltvölkerrecht. Wahl und
Gestaltungsverhalten im Hinblick auf unterschiedliche
Vertragsziele (2003)
- Nr. 29
ISBN 3-906456-37-4
Die Wirkung eines ökologischen Pilotprojektes im Bereich
Wasserkraft auf die Nachfrage nach "Grünem Strom".
Gegenüberstellung der Gemeinden Aarberg und Büren a.A. -
eine Untersuchung in Fallbeispielen (2003)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 30
ISBN 3-906456-387-2
Quartierleiste Lyss – Potentiale, Chancen, Probleme (2003)
- Nr. 31
ISBN 3-906456-39-0
Mitnehmende bei Carlos (2003)
- Nr. 32
ISBN 3-906456-40-4
Partizipation in Lokalen Agenda 21-Prozessen. Die Teilnahme
von MigrantInnen (2004)

- Nr. 33
ISBN 3-906456-41-2
Titanic II. Pilot- und Demonstrationsobjekt im Bereich energieeffizienten Bauens (2004)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 34
ISBN 3-906456-42-0
Lebensqualität im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung in der Stadt Langenthal (2004)
- Nr. 35
ISBN 3-906456-43-9
Die Diffusion von Elektro-Scooters. Untersuchung des Vertriebs von Elektro-Scooters im Raum Bern (2004)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 36
ISBN 3-906456-44-7
Ozonticker. Evaluation und Neukonzeption einer Kampagne zur Reduktion von Ozon in der Stadt Bern (2004) (*erscheint nicht*)
- Nr. 37
ISBN 3-906456-45-5
Diffusionsschwierigkeiten von E-Bikes. Eine Studie über die Ursachen des Nicht-Kaufs (2005)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 38
ISBN 3-906456-46-3
Titanic II. Bedingungen für ein erfolgreiches Pilot- und Demonstrationsobjekt (2005)
- Nr. 39
ISBN 3-906456-47-1
Alp-Träume. Wengener Alpkorporationen zwischen Alpwirtschaft, Tourismus und Naturschutz (2005)
- Nr. 40
ISBN 3-906456-48-X
Die Umgestaltung der Inselgärten nach dem Konzept *Healing Garden* (2005) (*vergriffen*)
- Nr. 41
ISBN 3-906456-49-8
Nachhaltige Landschaftsentwicklung und Tourismus. Tourismusanbieter im Prozess einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung in den Gemeinden Erlach und Tschugg (2005) (*vergriffen*)
- Nr. 42
ISBN 3-906456-50-1
Teilbericht der Wirkungsanalyse Zentrumsumgestaltung Köniz (2005)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>
- Nr. 43
ISBN 3-906456-51-X
Charakterisierung der KäuferInnen von gasbetriebenen Fahrzeugen (2005)
- Nr. 44
ISBN 3-906456-52-8
Reblandschaft Bielersee. Nachhaltige Landschaftsentwicklung aus der Sicht der ansässigen Bevölkerung (2005)
- Nr. 45
ISBN 3-906456-55-2
Lern- und Erlebnispfad durch die Moorlandschaft. Ein interdisziplinärer Konzeptvorschlag als innovativer Beitrag an die Besucherlenkung Habkern-Lombachalp (Berner-Oberland) (2006)
- Nr. 46
ISBN 3-906456-56-0
ISBN 978-3-906456-56-0
Institutionelle Steuerung einer nachhaltigen Landschaftsentwicklung. Die Untersuchung zweier Rebgrüterzusammenlegungen am linken Bielerseeufer (2006)

- Nr. 47
ISBN 3-906456-56-0
ISBN 978-3-906456-56-0
Die Wirkung der New-Ride-Promotionskampagnen. Eine vergleichende Studie zur Förderung von E-Bikes in vier Gemeinden (2006)
<http://www.ikaoe.unibe.ch/publikationen/>

- Nr. 48
ISBN 978-3-906456-60-7
Schlüsselfaktoren energierelevanter Entscheidungen privater Bauherren. Überprüfung eines sozialpsychologischen Handlungsmodells (2009)

- Nr. 49
ISBN 978-3-906456-62-1
Gesellschaftliche Ansprüche an Naherholungsgebiete. Ergebnisse empirischer Studien zum Verhalten und zu den Erwartungen von Naherholungssuchenden in Schweizer Agglomerationen (2010)

- Nr. 50
ISBN 978-3-906456-63-8
Agrotreibstoffe – eine nachhaltige Alternative? Eine Nachhaltigkeitsanalyse der Produktion von Agrotreibstoffen erster Generation in Entwicklungsländern (2010)

- Nr. 51
ISBN 978-3-906456-61-4
Stade de Suisse als Energiewahrzeichen? Absichten beim Bau und Wirkung der Solaranlage (2010)

- Nr. 52
ISBN 978-3-906456-64-5
Fremd, schön, bedrohlich? Der Expertendiskurs zu invasiven Arten in der Schweiz (2010)

- Nr. 53
ISBN 978-3-906456-68-3
Die biologische Landwirtschaft in der Schweiz: Anfänge und Entwicklungen (2010)

Die Arbeiten können zum Preis von SFr. 10.- (+ Porto) bei der IKAÖ bezogen werden.

Universität Bern

Interfakultäre Koordinationsstelle für Allgemeine Ökologie (IKAÖ)

Schanzeneckstr. 1, Postfach 8573, CH-3001 Bern

Telefon +41 (0)31 631 39 57/51

Telefax +41 (0)31 631 87 33

E-Mail ikaoe@ikaoe.unibe.ch / Web www.ikaoe.unibe.ch

ISBN 978-3-906456-70-6