

Inhalt

Vorwort 7

A. Zu einer polit-ökonomischen Analyse des Automobils 9

I. Die Entwicklung der privaten Mobilisierung der Massen 9

1. Der Privatverkehr bis zum Zweiten Weltkrieg 9

2. Die Massenmotorisierung 14

3. Der Klassencharakter des Automobilbesitzers 25

II. Der Gebrauchswert des Automobils – Methodische Probleme 40

1. Der Gebrauchswert von Waren als analytischer Begriff 45

2. Der widersprüchliche Charakter des Gebrauchswerts 49

3. Ungeplante Verwendungsmöglichkeiten 54

4. Die Erscheinung des Gebrauchswerts 81

III. Die Vermittlung von Gebrauchs- und Tauschwert 90

1. Der Fetischcharakter des Automobils 90

2. Reklame: die Wandlung des Tauschwerts zum eigentlichen Gebrauchswert 98

3. Typen der Automobilreklame 103

4. Die Kommerzialisierung des Privaten – Gebrauchtwagenmarkt 110

IV. Zur Produktion des Tauschwerts 114

1. Daten zur Stellung der Automobilindustrie in der Gesamtwirtschaft 114

2. Daten zur Struktur der Automobilbranche 119

3. Produktdifferenzierung als Absatzstrategie 122

B. Zur zentralen Verwaltung der mobilisierten Massen – paradigmatische Analyse einer Kraftfahrervereinigung 128

I. Der allgemeine Deutsche Automobilclub 128

1. Die »ADAC-Motorwelt« 130

2. Quantitative Daten zu Marktverhalten und Mitgliederstruktur 132

II. Über die politisch-soziologische Bedeutung von Vereinsbildungen 139

1. Kommunikationsfreiheit und Rollenverhalten 139
2. Zur Theorie der Interessenorganisation 145

III. Der ADAC als Organisation und die Organisation des ADAC 155

1. Daten zur Geschichte 155
2. Der »Föderalismus« des ADAC: Gaue oder Zentralverein? 157
3. Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozeß innerhalb der ADAC-Zentrale 166

IV. Die »ADAC-Motorwelt« – Konstruktion und Funktion einer sozialen Lebenswelt 177

1. Zum Begriff der sozialen Lebenswelt 178
2. Die Lebenswelt des (organisierten) Automobilisten 183
3. Die Verwaltung der Freizeit 196
4. Praktische Lebenshilfe und die Strategie der Leserbeteiligung 208
5. Verkehrssicherheit und Lebenswelt 228

V. Nachbemerkung: Die politische Linie des ADAC 235

1. Allgemeininteresse oder Partikularinteresse? 235
2. Die Grundforderungen des ADAC 238

C. Zur strategischen Bedeutung spätkapitalistischer Verkehrspolitik 243

I. Staatliche Verkehrspolitik und die Sicherung der Kapitalverwertung 243

1. Zur Doppelfunktion der Transportindustrie 244
2. Verkehrspolitik als wirtschaftspolitisches Instrument 245
3. Verkehrsinfrastruktur – Investitionen und Standortentscheidung 252
4. Systemkonflikte und Regulierungsversuche 260

II. Stadt und Verkehr. Zur ökonomischen Analyse der Stadt 274

1. Stadtentwicklung bis zur Industrialisierung 274
2. Stadtstruktur und kapitalistische Produktionsweise 283

III. Wachstumsprobleme der großen Städte und kommunale Verkehrspolitik am Beispiel Münchens 295

1. Sozio-ökonomische Determinanten der Münchner Verkehrsentwicklung 299

2. Die »neue« Verkehrskonzeption: Massenverkehr vor Individualverkehr 305

3. Zur verkehrspolitischen Praxis: Individualverkehr vor Massenverkehr 310