



Yiwei Dou, M. H. Franco Wong, Baohua Xin

The Effect of Financial Reporting Quality on Corporate Investment Efficiency: Evidence from the Adoption of SFAS No. 123R.

In dem Beitrag wird die Jagd nach Privatheit und Macht des Autofahrers analysiert. Die gesellschaftliche Bedeutung des Kfz wird herausgearbeitet. Dabei wird gezeigt, daß das Auto die Stellung eines kulturellen Fetisches angenommen hat und daß es als solches das gesellschaftliche Weltverständnis repräsentiert und verkörpert wie keine andere Sache. An Beispielen wird gezeigt, wie und in welche Bereiche der Gesellschaft und mit welcher Funktion das Auto eingedrungen ist. Die Autokultur zwischen Nutzen und Lust wird untersucht. Dabei geht es um die Verpersönlichung und um die fast religiöse Verehrung des Autos. Da die verschiedensten Interessen am Auto - Profitinteresse der Industrie z. B. oder die der Ideologen wie ADAC u. ä. - in vielen Bereichen der Gesellschaft gefunden werden, wird eine Erziehung zur Autokultur diskutiert. Dazu erfolgt eine Auseinandersetzung mit den Problemen Kinder und Verkehr, Autoverkehrspropaganda und auch Kommunikation und Kooperation. (KW)