Robert Schönduwe & Martin Lanzendorf

Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden und Möglichkeiten zur Bindung an den ÖPNV

Eine Synthese des Forschungsstandes von deutschsprachiger und internationaler Forschungsliteratur

Arbeitspapiere zur Mobilitätsforschung Nr. 1

In den Arbeitspapieren zur Mobilitätsforschung veröffentlichen wir Ergebnisse aus Forschung und Lehre der Goethe-Universität.

Die hier dargestellten Ergebnisse entstanden 2010 im Rahmen eines von der Main-Taunus-Verkehrsgesellschaft mbH, Hofheim am Taunus, geförderten Projektes.

Impressum
Arbeitsgruppe Mobilitätsforschung
Prof. Dr. Martin Lanzendorf

Institut für Humangeographie
Goethe-Universität Frankfurt am Main

Campus Westend
Grüneburgplatz 1, PEG-Gebäude
60323 Frankfurt am Main

Email: mobilitaetsforschung@uni-frankfurt.de
Tel.: +49 (0)69-798-35179

ISSN: 2363-8133
urn:nbn:de:hebis:30:3-355639
Arbeitspapiere zur Mobilitätsforschung Nr. 1 (2014)

Zitierweise: Lanzendorf, Martin; Schönduwe, Robert (2014): Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden und Möglichkeiten zur Bindung an den ÖPNV. Arbeitspapiere zur Mobilitätsforschung Nr. 1. Frankfurt a.M.

Robert Schönduwe & Martin Lanzendorf

Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden und Möglichkeiten zur Bindung an den ÖPNV

Eine Synthese des Forschungsstandes von deutschsprachiger und internationaler Forschungsliteratur

Arbeitspapiere zur Mobilitätsforschung Nr. 1

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung 7

Einleitung 9

1. Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden 11

1.1 Einstellungen zu Verkehrsmitteln und zu Umwelthemen 13

1.2 Mobilitätskennziffern und Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden 18

1.3 Mobilitätsverhalten nach Wegezwecken – Ausbildungswege und Freizeitwege 22

2. Lebenswelten von Heranwachsenden 25

2.1 Pluralisierter und technisierter Alltag von Heranwachsenden 25

2.2 Sozialisation und Kontextualisierung 26

2.3 Lebensereignisse 28

3. Maßnahmen zur Bindung von Heranwachsenden an den ÖV 30

3.1 Anforderungen an Maßnahmen im ÖV 30

3.2 Verkehrspädagogik, Mobilitätserziehung und Verkehrssicherheit 33

3.3 Maßnahmen von ÖPNV-Anbietern 34

4. Literatur 44

Zusammenfassung

1. Der öffentliche Verkehr steht im schwierigen Spannungsfeld der Forderung nach quantitativer und qualitativer Verbesserung des Angebots und dem gleichzeitigem Gebot, preisgünstige Mobilität als Daseinsvorsorge anzubieten. Vielfach wird der Anspruch formuliert, der öffentliche Verkehr müsse flexibler werden und sich konsequent an der Nachfrage orientieren. Dass diese Orientierung an der Nachfrage angesichts des anhaltenden Trends zur Automobilisierung ohne verhaltensändernde Maßnahmen jedoch ein anhaltendes Zurückschrauben des Angebots bedeuten würde, wird dabei leicht übersehen. Es genügt deshalb nicht, auf einen variantenreichen Fuhrpark zurückgreifen zu können und Bedarfslinienverkehre wie Anruf-Linien-Taxis oder Rufbusse einzurichten. Es müssen vielmehr zusätzlich effektive und zielgruppengerechte Maßnahmen zur Kundenbindung und Kundenneugewinnung geplant und umgesetzt werden. Wie verhaltensbeeinflussende Maßnahmen speziell für Heranwachsende aussehen können und was beim Entwurf und der Durchführung dieser Maßnahmen beachtet werden sollte, wird in diesem Bericht gezeigt.

2. Bisher untersuchten nur wenige Forschungsprojekte gezielt das Mobilitätsverhalten der 15- bis 27jährigen. Studien, die sich dem Thema Jugendmobilität widmen, berücksichtigten bisher vor allem jüngere Personen oder untersuchten lediglich spezielle Wegzwecke wie die nächtliche Freizeitmobilität Heranwachsender. Im Mittelpunkt standen zudem vielfach die Themen Verkehrssicherheit und Mobilitätserziehung sowie unterschiedliche Aspekte der Mobilität von Kindern auf Ausbildungswegen.

3. Heranwachsende bilden eine heterogene Zielgruppe. Erkenntnisse zum Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden sollten als Grundlage zur Erarbeitung zielgruppenspezifischer Ansätze dienen. Mobilität und Verkehrsverhalten lässt sich weder durch eine Betrachtung objektiver Bedingungen noch durch eine Analyse subjektiver Faktoren vollständig erklären. Auch für Heranwachsende gilt, realisierte räumliche Mobilität, d.h. Verkehr, entsteht aus dem Zusammenspiel individueller Motive und Einstellungen und objektiver Gegebenheiten (z.B. Geschlecht, Beschäftigtenstatus, Milieuzugehörigkeit, Einkommen, Führerscheinbesitz).

4. Erfahrungen in Kindheit und Jugend prägen verkehrsbezogene Einstellungen und das Verkehrsverhalten. Grundsätzliche Mobilitätsentscheidungen werden so im Kindes- und Jugendalter geformt, diese sind jedoch nicht verfestigt. Direkte Kausalitäten sind aus der Verkehrssozialisation nicht nachweisbar und sollten angesichts der Komplexität des Sachverhalts auch eher verwundern. Es kann allerdings ein Einfluss der Familie und von Peer-Gruppen auf Einstellungen und das Verkehrsverhalten nachgewiesen werden.

5. Neben dem Einfluss der Sozialisation ist die Untersuchung von Lebensereignissen als mögliche Momente grundlegender Änderung des Mobilitätsverhaltens von Bedeutung. Veränderte Lebenssituationen können zu neuen Mobilitätsentscheidungen führen. Gerade in der Jugend ist die Zahl neuer Lebenssituationen groß, was für eine gezielte Ansprache von Heranwachsenden spricht. Forschungsprojekte weisen vor allem eine große Bedeutung des Führerscheinerwerbs nach, aber auch der Wechsel der Ausbildungsstätte und der Eintritt in das Berufsleben sind Umbruchsmomente, in denen eine Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens gelingen kann.

6. Heranwachsende sind eine besonders mobile Bevölkerungsgruppe, legen aber bis zum 18. Lebensjahr kürzere Strecken zurück als der Durchschnitt der Gesamtbevölkerung. Auch in der

Verkehrsmittelwahl zeigen sich Unterschiede, insbesondere der höhere Anteil an Nutzern öffentlicher Verkehrsmittel sticht heraus. Des Weiteren existieren Unterschiede in der Mobilität von Heranwachsenden in Ballungsräumen und im ländlichen Raum.

7. Die Mobilität von Kindern ist fremdbestimmt, wird für die Kinder organisiert und ist stark mit dem Automobil verknüpft. Dadurch werden Kinder vom Verkehrsgeschehen entfremdet und erleben kaum alternative Mobilitätsformen. Maßnahmen sollten deshalb möglichst früh einsetzen. Es lässt sich festhalten, dass auch Eltern in Maßnahmen zur Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens von Heranwachsenden einbezogen werden sollten. Insbesondere auf die negativen Auswirkungen elternabhängiger Mobilität von jungen Heranwachsenden sollte aufmerksam gemacht werden. Gemeinsam mit Schulen und Freizeitinstitutionen sollte über Alternativen nachgedacht werden.

8. Heranwachsende sind mit dem ÖV verhältnismäßig gut vertraut. Diese Systemkenntnisse können für die Kundenbindung genutzt werden. Jugendliche stehen dem ÖV aber auch durchaus kritisch gegenüber, dies zeigen Erhebungen zu Einstellungen bezüglich unterschiedlicher Verkehrsmittel.

9. Symbolische Dimensionen und emotionale Bewertungen von Mobilität spielen gerade für Heranwachsende häufig eine wichtige Rolle. Der Pkw nimmt in dieser Hinsicht für viele Heranwachsende eine herausragende Stellung ein und steht für Freiheit, Unabhängigkeit, Selbstbestimmung, Individualität und unbegrenzte Mobilität. Die besonders positive Einstellung zum Pkw ist gerade bei Führerscheinneulingen besonders groß und versachlicht sich erst später.

10. Heranwachsende sollen mit dem öffentlichen Verkehr so viel positives verbinden, dass sie auch nach dem Erwerb des Führerscheins Kunden von Verkehrsunternehmen bleiben. Der Faszination des Autos haben Bus und Bahn Möglichkeiten zur Entspannung und Kommunikation entgegenzusetzen. Es sollten darüber hinaus Maßnahmen entwickelt werden, die in den Kontext eines durch Medien- und Techniknutzung geprägten Alltags passen.

11. Eine Strategie, die die Pkw-Nutzung infrage stellt, wird unter Heranwachsenden auf wenig Verständnis stoßen, da der Führerscheinerwerb als Eintritt in die Erwachsenenwelt betrachtet wird. Wichtigkeit und Notwendigkeit des Führerscheins und die emotionale Bindung an den Pkw werden jedoch durchaus differenziert bewertet. Maßnahmen, die intermodales Verkehrsverhalten unterstützen, können dazu beitragen, dass Heranwachsende nicht unmittelbar nach Erwerb des Führerscheins dem ÖV den Rücken kehren.

12. Die in Abschnitt drei vorgestellten Maßnahmen lassen sich in Anlehnung an GROSS UND FREYER (2001) folgendermaßen zusammenfassen:

    - Heranwachsende sollen sich in Bus und Bahn wohl fühlen
    - Heranwachsende brauchen attraktive Tarife und flexible Angebote im ÖV
    - Jugendorientiertes Marketing und Kundenbetreuung sind unerlässlich
    - Heranwachsende sollten in Entscheidungsprozesse eingebunden werden
    - Den Verbund von Gehen, Rad fahren sowie Bus und Bahn verbessern.

Einleitung

Der Verkehrsmarkt ist unterschiedlichen, sich gegenseitig beeinflussenden Kräften ausgesetzt. Zu den wirkungsmächtigsten Einflussfaktoren, die ihrer Reichweite und Stärke entsprechend auch als Megatrends bezeichnet werden, zählen der demographische Wandel, Auswirkungen der Globalisierung und des Klimawandels sowie gesellschaftliche Entwicklungen, die unter den Schlagworten Individualisierung und Pluralisierung weitreichende Folgen verkünden. Weiterhin beeinflussen Energiekosten- und Einkommensentwicklung sowie die Anpassung von Ausgleichszahlungen, die Umsetzung aktueller EU-Rahmenrichtlinien und finanziell schwache öffentliche Haushalte die Verkehrsnachfrage und das Verkehrsangebot im öffentlichen Verkehr (ÖV).

Angesichts dieser multifaktoriellen Problemlage besteht ein hoher Bedarf an Forschungsergebnissen um effektive und zielgruppengerichtete Maßnahmen zur Beeinflussung des Verkehrs- und Mobilitätsverhaltens entwickeln und einsetzen zu können. Eine Gruppe von Personen, die mit dem System des öffentlichen Verkehrs zumeist gut vertraut ist und deshalb gezielt als Kunden angesprochen werden sollte, ist die Gruppe der Heranwachsenden. Dies gilt vor allem, da Kinder und Jugendliche öfter als Erwachsene ‚Zwangskunden' (captives) des öffentlichen Verkehrs sind, da sie zum Erreichen bestimmter Ziele häufig auf öffentliche Verkehrsmittel angewiesen sind. Die ‚Zwangskundschaft' endet meist jedoch spätestens mit dem Erwerb des Führerscheins, es gilt deshalb, Maßnahmen zu entwickeln, die Heranwachsende längerfristig an den ÖV binden.

Bisher ist jedoch der generelle Trend zur individuellen Motorisierung insbesondere bei Heranwachsenden stärker als verschiedene Maßnahmen zur Eindämmung dieses Trends. Vor allem im ländlichen Raum wurde das Angebot im öffentlichen Verkehr stark ausgedünnt. Das erste eigene Auto ist dort für den Weg zum Kino oder zur Disco ungleich attraktiver als lange Wartezeiten an Bushaltestellen, Umwege in der Linienführung und ungewisse Rückfahrmöglichkeiten. Es ist deshalb erforderlich, dass Angebot zu differenzieren und an die Wünsche und Bedürfnisse sowie die Alltagsmobilität der Heranwachsenden, den Möglichkeiten entsprechend, anzupassen. Der Rahmen dieser Möglichkeiten wird in der hier vorliegenden Synthese des Forschungsstandes von deutschsprachiger und internationaler Forschungsliteratur abgesteckt. Es werden Erkenntnisse zum Mobilitätsverhalten und zu mobilitätsbezogenen Einstellungen sowie bisher durchgeführte Maßnahmen zur Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens von Personen in der Altersgruppe bis ca. 27 Jahren vorgestellt. Ohne eine deutliche Verbesserung von Bedienzeiten, Taktfrequenzen und Tarifstrukturen wird der öffentliche Verkehr jedoch insbesondere im ländlichen Raum weiter den Anschluss verlieren.

Forschungsergebnisse zeigen, dass ein funktional geprägtes Bild von Schülern als homogene Gruppe wenig zielführend ist, vielmehr sind unterschiedliche Mobilitätstypen zu unterscheiden, die durch eine mehr oder weniger positive Einstellung dem öffentlichen Verkehr gegenüber gekennzeichnet sind. Dementsprechend gilt es, Einstellungen von Jugendlichen zum ÖV und Lebenswelten von Jugendlichen zu untersuchen, um daraus Erkenntnisse für Imagekampagnen abzuleiten und zielgruppenspezifische Angebote zu entwickeln. Im **ersten Abschnitt** dieses Berichts wird dieser Aspekt näher betrachtet, indem Forschungsergebnisse zu verkehrsmittelbezogenen Einstellungen und Mobilitätskennziffern zusammengefasst werden.

Der **zweite Abschnitt** widmet sich der Beschreibung der Lebenswelten von Heranwachsenden, der Frage nach dem Einfluss der Sozialisation und der Bedeutung von Lebensereignissen für die

Verkehrsmittelwahl und verkehrsbezogenen Einstellungen. Um zeitgemäße Angebote entwickeln zu können, sollte individuelle Mobilität als Teil des Alltagshandelns betrachtet werden. Dies bedeutet zum einen, den routinisierten Charakter alltäglicher Handlungen zu berücksichtigen und zum anderen, dass Mobilität als integraler Bestandteil des Alltags aufzufassen ist. Denn Nutzer der Verkehrssysteme entscheiden nicht primär nach der Frage, wie sie von A nach B gelangen, sondern stehen vielmehr vor dem Problem, wie sie ihren Alltag organisieren. Daneben ist Mobilität gerade für Heranwachsende symbolisch stark aufgeladen. Vorrangig sollte es deshalb darum gehen, zu verstehen, was Mobilität heute für Heranwachsende bedeutet. Vor allem vor dem Hintergrund, dass Alltag und Lebenswelten von jungen Menschen stärker als je zuvor durch eine intensive Mediennutzung geprägt sind, die das manövrieren durch einen pluralisierten und technisierten Alltag gleichzeitig ermöglicht und auch einschränkt. Angesichts veränderter Freizeitangebote, der Entwicklung neuer Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologien und veränderter Mediennutzung ist anzunehmen, dass sich das räumliche und zeitliche Verhalten von Heranwachsenden in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren stark gewandelt hat. Ob sich aus den neuen Möglichkeiten auch ein Wandel der Alltagsmobilität ergibt, wurde bisher noch nicht eingehend untersucht. Damit ist auch noch unklar, inwiefern sich aus Technikaffinität und Mediennutzung Anknüpfungspunkte für die Entwicklung zielgruppenspezifischer Maßnahmen ergeben.

Neben der Fokussierung auf den Alltag Heranwachsender ist im Abschnitt 2.2 die Frage von Interesse, ob Einstellungen zu Verkehrsmitteln und zur Mobilität in dieser frühen Lebensphase vermittelt und geprägt werden oder ob sozialisatorisch verankerte Erfahrungen keinen Einfluss auf die spätere Mobilität von Personen ausüben. Ob die Sozialisation bei der Prägung des Verkehrsverhaltens eine Rolle spielt ist umstritten. Hingegen ist offenkundig, dass Heranwachsende mit sehr vielen Veränderungen in ihren Lebensumständen konfrontiert sind. Heranwachsende sehen sich vielen neuen Lebenssituationen ausgesetzt, die jeweils mit Umbrüchen und daraus resultierendem hohen Mobilitätsbedarf verbunden sind. Einschneidenste Ereignisse sind dabei für viele der Erwerb des Führerscheins und der Auszug aus dem Elternhaus. Da sich die Anzahl an mobilitätsfördernden Lebensereignissen gerade bei Personen der Altersgruppe der 15- bis 27jährigen häuft, ist es ratsam, speziell diese Gruppe näher zu betrachten. Erkenntnisse zum Thema Lebensereignisse werden in Abschnitt 2.3 dargestellt.

Im **dritten Abschnitt** dieses Berichts werden Anforderungen an Maßnahmen zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs für Heranwachsende formuliert. Es wird kurz auf die Themen Verkehrspädagogik und Mobilitätserziehung eingegangen, um dann Maßnahmen vorzustellen, die bisher von Verkehrsunternehmen eingesetzt wurden, um speziell Heranwachsende als Kunden zu gewinnen. Auf dieser Sammlung guter Beispiele aufbauend wird schließlich hinterfragt, in welche Richtung Maßnahmen zur Bindung von Heranwachsenden an den öffentlichen Verkehr weiterentwickelt werden sollten.

Die Inhalte dieser Forschungssynthese wurden mittels Recherche in Bibliotheken, Datenbanken und dem Internet zusammengetragen. Es wurden ca. 280 Dokumente (Bücher, Fachartikel, Broschüren), die sich mit der Mobilität von Heranwachsenden auseinandersetzen, gesammelt, gesichtet und in einer Datenbank erfasst und kategorisiert.

1. Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden

Mobilität und Dynamik besitzen für Heranwachsende und deren Identitätsentwicklung einen hohen Stellenwert. Wichtige Bestandteile der Jugend sind das Unterwegssein, die Aneignung neuer Räume und die Auseinandersetzung mit neuen Lebenssituationen. Dabei beschränken sich junge Menschen nicht auf bestimmte Formen der Fortbewegung. Monomodale Mobilitätsmuster lassen sich unter Heranwachsenden kaum identifizieren. Heranwachsende nutzen die ihnen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten, kennen sich demnach auch im öffentlichen Verkehr gut aus und sind mit dessen Stärken und Schwächen bestens vertraut. Dies zeigen Forschungsprojekte, die sich dem Mobilitätsverhalten von jungen Menschen widmen (vgl. RABE ET AL., 2002b).

Traditionell konzentrierten sich Forschungsprojekte zum Unterwegssein der Jugend bis in die späten 1990er Jahre vor allem auf die Aspekte Verkehrssicherheit und Verkehrserziehung. Dies gilt auch für die international Forschungslandschaft (vgl. STRADLING UND MEADOWS, 2000). Mit Kindern wurde das sichere Verhalten im Straßenverkehr eingeübt, junge Erwachsene wurden auf die Gefahren von Alkohol am Steuer und riskantem Fahrverhalten aufmerksam gemacht (vgl. SCHULZE, 1999b, BERBUIR, 1999, DEUTSCHER VERKEHRSSICHERHEITSRAT E.V., 2000). Exemplarisch sei auf über 20 Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen verwiesen, die sich in den letzten 15 Jahren der Mobilität von Kindern und Jugendlichen widmeten. Diese sind auf die Themen Verkehrssicherheit ausgerichtet (z.B. HOPPE UND TEKAAT, 1995, HURRELMANN, 2002, SCHULZE, 1996a, BUNDESANSTALT FÜR STRAßENWESEN ET AL., 2002), geben Anregungen für die Verkehrserziehung (z.B. HEINRICH UND SELIGER, 1993) und beziehen sich dabei vornehmlich auf Personen unter 18 Jahren (z.B. FUNK, 2004, KRAUSE ET AL., 1999) oder junge Führerscheinbesitzer (z.B. SCHULZE, 1996b, SCHULZE, 1999a). Publikationen zur Verkehrssicherheit von Heranwachsenden beziehen sich z.B. auf Schulwege (GÜNTHER, 2001) und die besonders gefährdeten Fahranfänger (GRÜNEWALD, 2002, KRÜGER, 1998). Dort wo die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel im Mittelpunkt steht (z.B. DÜRHOLT ET AL., 1999), werden keine Anregungen für Maßnahmen zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs erarbeitet. Die genannten Projekte bieten jedoch teilweise detaillierte Zahlen zum Verkehrsverhalten von Personen aus der genannten Zielgruppe.

Merkmal nahezu aller betrachteten Forschungsprojekte, die bis zum Ende der 1990er Jahre durchgeführt wurden, ist eine strikte Trennung zwischen Kindern und Jugendlichen bis 17 Jahren und Heranwachsenden ab 18 Jahren. Das Erreichen der Volljährigkeit wurde als wichtiger Zeitpunkt für eine Änderung der Verkehrsbeteiligung erkannt. Die notwendige Konsequenz hätte lauten müssen, Veränderungen in diesem Lebensabschnitt detailliert zu untersuchen. Wahrscheinlich aufgrund der starken Orientierung am Thema Verkehrssicherheit wurde dies jedoch lange Zeit nicht unternommen. In den letzten Jahren ist allerdings ein begrüßenswerter Wandel zu verzeichnen. Verschiedene Forschungsprojekte beschäftigten sich eingehender mit der Mobilität von Kindern und Jugendlichen. Es wird gezeigt, dass Art und Umfang der Verkehrsteilnahme nach Alter, Geschlecht und Siedlungsstruktur variieren. Eine deskriptive Beschreibung der Mobilität unterschiedlicher Altersgruppen ist dabei häufigstes gemeinsames Ziel der Projekte. Zu den spezifischen Themen der Studien zählen Mobilitätsstrategien von Kindern und Jugendlichen als Grundlage städtischer Verkehrsplanung (AHREND, 2002), Unterschiede in der Mobilität von Mädchen und Jungen (FLADE, 1999, ENDERS, 1995) und die nächtliche Freizeitmobilität von Jugendlichen (RODE ET AL., 2002). In anderen Projekten wurden Einzelaspekte wie der Radverkehr (FLADE ET AL., 2001) untersucht. Dabei fällt auf, dass sich der Großteil der Forschungsprojekte der Untersuchung von Personen der Altersklasse bis 17 Jahren widmet, eher wenige Forscher betrachten hingegen ein breiteres

Altersspektrum. Dies wäre jedoch notwendig, um Effekte der Sozialisation auf das Verkehrsverhalten abschätzen zu können.

Sehr detailliert erfassten FUNK und FASSMANN (2002) das Verkehrsverhalten von Kindern und Jugendlichen, fokussierten dabei jedoch auf Personen von der Geburt bis zu 17 Jahren und den Aspekt der Verkehrssicherheit. Das bisher umfangreichste und wissenschaftlich anspruchsvollste Forschungsvorhaben „U.Move“ (KEMMING ET AL., 2002, RABE ET AL., 2002a) bediente sich unterschiedlicher Ansätze, um zielgruppenspezifische, intermodale Mobilitätsdienstleistungen für Heranwachsende zu entwickeln. Hauptanliegen des Projektes war die Erforschung des Zusammenhangs von Lebensstilen und dem Mobilitätsverhalten von Jugendlichen im Alter von 15 bis 26 Jahren. Dem voraus ging das Projekt „Jugendsoziologische Überlegungen und Befunde zur Mobilität in modernen Gesellschaften“ (TULLY, 1999), welches wichtige Grundlagen für die Untersuchung der Mobilität von Heranwachsenden lieferte. International wurde in dieser Ausführlichkeit bisher wenig zur Mobilität junger Menschen geforscht. Eine Ausnahme stellt die sehr detaillierte Untersuchung von DATZ und Kollegen (2005) zum Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden in Florida dar. Es werden Möglichkeiten zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs für Heranwachsende vorgestellt und diskutiert. Am Beispiel Frankreich erläutert GUIDEZ (1996) die Mobilität von Heranwachsenden in Metropolregionen. Diese frühe Auseinandersetzung mit der Thematik bleibt jedoch skizzenhaft. Auf die Ergebnisse dieser und weiterer Projekte wird im Folgenden eingegangen. Es werden Überlegungen und Forschungsergebnisse zu verkehrsbezogenen Einstellungen und Umweltthemen sowie Mobilitätskennziffern von Heranwachsenden präsentiert. Anschließend wird auf die Bedeutung von Ausbildungswegen näher eingegangen und Unterschiede im Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden in ländlich geprägten Regionen und in Verdichtungsräumen erläutert. Zunächst wird jedoch die zu untersuchende Personengruppe näher definiert.

Definition Heranwachsende

Der Begriff Jugend bezeichnet die Lebensphase zwischen der Kindheit und dem Erwachsenenalter. Nach Definition des Deutschen Kinder- und Jugendhilfegesetzes (KJHG) (WIESNER, 2008) gelten alle Personen bis zum 14. Lebensjahr als Kinder. Personen zwischen 14 und 18 Jahren werden als Jugendliche bezeichnet. Die 18- bis 27jährigen schließlich werden „volljährige Jugendliche“ genannt. Die für den vorliegenden Bericht relevante Personengruppe weicht von dieser offiziellen Altersstrukturierung ab. Zwar sind traditionelle Attribute der Jugendlichkeit heute von engen Altersgrenzen entkoppelt (vgl. SCHULZE, 1992), forschungspraktisch bietet sich jedoch eine Abgrenzung nach dem Alter der Personen an. Die betrachtete Personengruppe wird in diesem Bericht mit dem Begriff „Heranwachsende“ bezeichnet und umfasst die 15- bis 27jährigen. Begründet wird die untere Altersgrenze mit einem notwendigen Grad der Unabhängigkeit von Restriktionen des Elternhauses, der mit ca. 15 Jahren erreicht sein sollte. Dazu zählt auch eine gewisse ökonomische Eigenständigkeit. Zum zweiten sind Personen ab 16 Jahren in der Lage, ihre Wahlmöglichkeiten im Verkehr durch den Erwerb eines Mopedführerscheins zu erweitern. Um auch den vorrausgehenden Entscheidungsprozess erfassen und Änderungen bezüglich der Verkehrsmittelnutzung abschätzen zu können, wird die untere Altersgrenze auf 15 Jahre festgesetzt. Die obere Altersgrenze orientiert sich an der Definition des KJHG. Somit wird ein Lebensabschnitt erfasst, in dem selbstbestimmter Bewegung eine große Bedeutung beigemessen wird und in dem eine Vielzahl wichtiger Lebensereignisse wie das Ende der Schulzeit, der Beginn der Berufsausbildung und Berufsausübung,

die Loslösung vom Elternhaus und der Erwerb von Führerscheinen fällt. Im Alter von 27 Jahren hat der überwiegende Teil der Bevölkerung die genannten wichtigen Lebensereignisse durchlaufen. Als Beispiel sei das Durchschnittsalter für Hochschulabsolventen genannt. Diese steigen relativ spät in das Berufsleben ein, nachdem sie mit durchschnittlich 27,9 Jahren ihren Abschluss erwerben (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2008). In Deutschland beträgt der Anteil der unter 27jährigen ca. 28% an der Gesamtbevölkerung. Die Heranwachsenden im Alter von 15 bis 27 Jahren haben dabei einen Anteil von ca. 16% an der Gesamtbevölkerung. Bezüglich der Lebenswelten von Heranwachsenden ist zu bedenken, dass die betrachtete Altersgruppe eine Generation bildet, die zeittypische Erfahrungen teilt.

1.1 Einstellungen zu Verkehrsmitteln und zu Umwelthemen

Das individuelle Verkehrsverhalten wird durch objektive und subjektive Faktoren bestimmt. Der objektive Handlungsrahmen wird im Falle des öffentlichen Verkehrs durch Faktoren wie Linienführung, Bedienhäufigkeit, Preisstruktur, Anzahl und Ausstattung der Haltestellen sowie Komfort- und Serviceleistungen vorgegeben. Dieser objektive Handlungsrahmen wird subjektiv unterschiedlich bewertet und bei der Wahl eines Verkehrsmittels berücksichtigt. Wird ein Verhalten oft ausgeführt, ist dieses Verhalten zufriedenstellend und bleibt der Verhaltenskontext gleich, so entwickeln sich Routinen. Diese können als automatisierte Strategie im Umgang mit der Umwelt zum Erreichen eines Ziels verstanden werden. Mobilität ist stark durch Routinen geprägt und in das Alltagshandeln integriert. Dies ist für das Individuum von Vorteil, da eine Entlastung vom ständigen Zwang zu Entscheidungen erreicht wird und die Komplexität des Alltags somit verringert werden kann. Für die Etablierung innovativer Verkehrsdienstleistungen sind Routinen hingegen von Nachteil, da neue Verhaltensoptionen nicht wahrgenommen werden und das Verhalten nicht an veränderte Situationen angepasst wird (vgl. AARTS, 1996, GÄRLING UND AXHAUSEN, 2003). Mobilität ist zudem auch Baustein jugendkultureller Selbstinszenierung (GRELL UND WALDMANN, 1999). Will man Verhaltensänderungen erzielen, so ist es zunächst erforderlich, Verhaltensroutinen zu hinterfragen und Mechanismen dieser Selbstinszenierung zu verstehen. Dazu ist es notwendig, etwas über individuelle Motive, Intentionen und Einstellungen von Heranwachsenden zur Mobilität zu erfahren. Dabei steht man gerade bei der Untersuchung von Heranwachsenden vor dem Problem, dass „in keinem anderen Lebensabschnitt … die Einstellungen zur Mobilität, … die Mobilitätsstile derart ausdifferenziert und komplex [sind] wie in … [dieser] Lebensphase.“ (TULLY, 2002:18).

Faktoren die das Verkehrsverhalten beeinflussen

Was sind Einstellungen? Wie prägen Einstellungen das Verhalten und welche Rückschlüsse lassen sich von Aussagen zu Einstellungen und Intentionen auf das Verhalten ziehen? Welche Rolle spielen Einstellungen zum Umweltschutz bei der Verkehrsmittelwahl? Zu diesen Fragen lieferte die sozialwissenschaftlich orientierte Verkehrs- und Mobilitätsforschung in den letzten Jahren zahlreiche Konzepte und Theorien. Man rückt somit die Bedeutung der subjektiven Wahrnehmung objektiver Rahmenbedingungen in den Fokus der Betrachtung. Eine solche Herangehensweise geht davon aus, dass differenzierte Betrachtungen von symbolischen Dimensionen und Einstellungen als Einflussfaktoren des Mobilitätsverhaltens von Heranwachsenden genutzt werden können, um zielgruppengerechte Maßnahmen zur Beeinflussung des Verkehrsverhaltens zu entwickeln.

Eine große Debatte in der Verkehrsverhaltensforschung ist durch die Frage gekennzeichnet, ob Kosten-Nutzen-Überlegungen oder Einstellungen und Werthaltungen die Verkehrsmittelwahl bestimmen. Gerade für Heranwachsende, deren finanzielle Mittel in der Regel begrenzt sind, spielen Preise eine wichtige Rolle bei der Realisierung von Verhaltensabsichten. Als Beispiel sei hier auf Mitfahrgelegenheiten verwiesen, die insbesondere bei Jugendlichen sehr beliebt sind. Das Durchschnittsalter der Nutzer des internetbasierten Angebots www.mitfahrgelegenheit.de liegt laut einer Befragung von 653 Nutzern für Mitfahrer bei 25 Jahren. Fahrer sind im Durchschnitt 29,5 Jahre alt (STRAUß, 2005). Ein wesentlicher Erfolgsfaktor derartiger Angebote ist ebenjene Preissensibilität von Heranwachsenden (STEGMÜLLER, 2004). In einer Befragung nannten 97% aller Befragten das rationale Nutzenmotiv „billig an mein Ziel gelangen“, 87% der Befragten gaben an, möglichst schnell an ihr Ziel gelangen zu wollen, lediglich 10% der Befragten nannten Umweltschutzmotive als maßgeblich für die Nutzung der Mitfahrgelegenheit (STRAUß UND STEGMÜLLER, 2006:410). Während der Geldkostenaspekt, ganz im Gegensatz zum Zeitkostenaspekt, für die Verkehrsmittelwahl bezogen auf die Gesamtbevölkerung einen eher geringen Einfluss zeigt (BAMBERG, 1996), sind Preise für Heranwachsende ein wichtiges Argument für die Wahl eines Verkehrsmittels. Für die Beeinflussung des Verkehrsverhaltens sind neben diesem externen Faktor jedoch auch normative, sozial-kulturelle, kognitive und emotionale Faktoren von Bedeutung. Das Verhältnis dieser Faktoren wird z.B. unter Verwendung sozialpsychologischer Modelle untersucht.

Sozialpsychologische Modelle zur Erklärung des Verkehrsverhaltens

Das Verhältnis von Einstellungen (Präferenzen) und Verhalten ist Analyseschwerpunkt sozialpsychologischer Ansätze. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass das Verhalten die Einstellung beeinflusst oder umgekehrt, die Einstellung auf das Verhalten einwirkt. Vom zweiten Fall geht der in der Verkehrsforschung vielfach verwendete Ansatz der Theorie geplanten Verhaltens nach AJZEN (1991) aus. Verhalten wird dieser Theorie nach direkt nur aus der Intention zum Handeln und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle bestimmt. Die Verhaltensintention hängt ihrerseits von drei konzeptionell unabhängigen Determinanten ab: der Einstellung zum Verhalten, der subjektiven Norm und wiederum der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beschreibt hierbei die subjektive Einschätzung darüber, wie stark die Ausführung des Verhaltens unter den gegebenen Umweltbedingungen Restriktionen unterworfen ist. Zur Wahl eines Verkehrsmittels des Umweltverbundes kommt es vereinfacht gesagt dann, wenn das umweltfreundliche Verkehrsmittel beim Akteur mit positiven Konnotationen versehen ist, ein soziales Umfeld existiert, das umweltfreundliche Verhaltensweisen positiv sanktioniert und wenn die entsprechenden Möglichkeiten zur Verfügung stehen, die umweltfreundliche Verhaltensintention umzusetzen (BITTLINGMAYER UND STEDING, 2004). Externe Rahmenbedingungen, wie allgemeine Wertorientierungen, soziodemographische, ökonomische und raumstrukturelle Faktoren, werden lediglich als dem Modell vorgelagerte Größen berücksichtigt.

Einstellungen zum Pkw

Symbolische und emotionale Bewertungen spielen bei der Verkehrsmittelwahl eine Rolle. Sie bieten Ansatzpunkte für zielgruppengerechte Maßnahmen. Einstellungen sind Überzeugungen von Personen in Entscheidungssituationen, die von kognitiven und emotionalen Komponenten bestimmt werden. Die kognitive Komponente umfasst dabei Meinungen, Wahrnehmungen und Bewertungen zu Faktoren wie dem Preis-Leistungsverhältnis, dem Liniennetz, der Erreichbarkeit und Ausstattung

von Haltestellen, der Taktfrequenz, der direkten Erreichbarkeit von Zielorten und der Pünktlichkeit. Emotionale Reaktionen können auf den genannten Faktoren aufbauen und Annäherungs- oder Vermeidungsverhalten auslösen (FLADE, 2007). Symbolische Dimensionen der Mobilität, bei denen emotionale Bewertungen eine wichtige Rolle spielen, sind Autonomie, Erlebnis bzw. Spaß, Status und Privatheit. Das Verkehrsmittel, welches diese Eigenschaften am besten erfüllt, ist in den Augen der meisten Jugendlichen der Pkw. Der Pkw symbolisiert Freiheit, Unabhängigkeit, Selbstbestimmung, Individualität und unbegrenzte Mobilität. Der „richtige" Pkw garantiert nach Meinung vieler Heranwachsender gesellschaftliche Anerkennung. Schließlich wird der Pkw als selbstbestimmte Privatsphäre empfunden, in dem unerwünschte soziale Kontakte vermieden werden können. Gerade für Heranwachsende kann auch das Unterwegssein selbst eine eigene Qualität ausmachen.

Betrachtet man Forschungsergebnisse zu Einstellungen gegenüber verschiedenen Verkehrsmitteln, so fällt sofort die dominante Stellung des Pkw auf. Einstellungen und symbolischen Bewertungen von Verkehrsmitteln sind teilweise altersabhängig (KLÖCKNER, 2002). Die Pkw-Affinität ist jedoch in allen Altersgruppen sehr hoch (LINE, 2008). Mit dem Eintritt in die Volljährigkeit, der sehr häufig mit dem Führerscheinerwerb zusammenfällt, verändert sich die Verkehrsmittelwahl. An erster Stelle steht nun der eigene oder der von den Eltern geliehene Pkw. Mit dem Erwerb des Führerscheins verschiebt sich die Verkehrsmittelpräferenz für den Zeitraum von einigen Jahren in Richtung Bevorzugung des Pkw. Dies hat auch Auswirkungen für die symbolische Bewertung der verschiedenen Verkehrsmittel.

Dass Einstellungen zum Pkw bereits früh geformt werden, zeigt BARKER (2009) anhand von Interviews, die er in englischen Grundschulen durchführte. Der Pkw ist für Kinder nicht nur Fortbewegungsmittel, sondern auch Ort des Spielens und der Entspannung, ein Ort an dem Freundschaften gepflegt und Hausaufgaben erledigt werden. Im weiteren Kontext wird zusätzlich analysiert, inwiefern das Design des Pkw die genannten Aktivitäten unterstützt. Grundsätzlich können die genannten Funktionen auch von öffentlichen Verkehrsmitteln erfüllt werden, es gilt, diese Beziehung zum Pkw näher zu untersuchen und daraus Maßnahmen abzuleiten. Unterschiedliche Studien belegen ferner, dass eine Korrelation zwischen dem Pkw-Besitz der Eltern und der Einstellungen von Kindern und Jugendlichen zu den verschiedenen Verkehrsmitteln besteht (z.B. CAHILL ET AL., 1996).

In Großbritannien wird seit Mitte der 1990er Jahre der Trend beobachtet, dass der Anteil von Jugendlichen im Alter von 17 bis 29 Jahren, die einen Führerschein besitzen, leicht abnimmt. NOBLE (2005) fragte in einem Forschungsprojekt nach den Ursachen dieser Entwicklung. Als Gründe für den Rückgang des Anteils an Führerscheinbesitzern werden höhere Anforderungen bei der Führerscheinprüfung, die hohen Kosten und sinkende Bedürfnisse und Notwendigkeiten für den Besitz eines Führerscheins angenommen. Personen im Alter von 17 bis 29 Jahren nennen vor allem die hohen Kosten des Führerschein- und Pkw-Erwerbs als Gründe dafür, dass sie keinen Führerschein besitzen. Umweltschutzbezogene Aspekte oder positive Einstellungen zum öffentlichen Verkehr, nach denen ebenfalls gefragt wurde, spielen hingegen keine Rolle. Im internationalen Vergleich der Führerscheinbesitzraten unter Heranwachsenden konnten für Schweden, Norwegen (RUUD UND KJORSTAD, 2006, RUUD UND NORDBAKKE, 2005), die USA und Finnland ebenfalls eine Abnahme beobachtet werden. In Dänemark, den Niederlanden und Deutschland hingegen ist eher ein Anstieg zu verzeichnen (EBD.).

Einstellungen zum Umweltverbund

Untersuchungen zu verkehrsmittelbezogenen Einstellungen zeigen, dass auch alternative Verkehrsmittel in einigen Punkten als vorteilhaft empfunden werden. Der öffentliche Verkehr schließt jedoch in den Augen von Heranwachsenden eher schlecht ab. Die Fortbewegung in Bussen und Bahnen wird zuerst mit Normen und Verboten assoziiert (SCHULBERATUNG DES HAMBURGER VERKEHRSVERBUNDES (HVV), 2003). Da Heranwachsende öffentliche Verkehrsmittel vor allem auf Ausbildungswegen kennenlernen, werden diese oftmals negativ erlebt und mit negativen Erinnerungen verbunden. Die Nutzung wird als unbequem, die Atmosphäre als beengt, laut und überfüllt beschrieben (KOHLER, 2002:106). Das Mitfahren im Auto hingegen empfinden die Befragten als eher entspannend (LIMBOURG ET AL., 2000:125). Auch werden Jugendliche teilweise als schwierige Kunden empfunden, da sie mit Vandalismus und schlechtem Sozialverhalten in Beziehung gebracht werden. Heranwachsende empfinden solche Aussagen häufig als Vorverurteilungen, die dem Image des öffentlichen Verkehrs in ihren Augen nicht zuträglich sind (DRÜCKER, 2007).

Im Projekt U.Move (HUNECKE ET AL., 2002) konnten typische, je nach Alter der Befragten verschiedene, Veränderungen in der symbolischen Bewertung von Verkehrsmitteln nachgewiesen werden. Die positivste symbolische Bewertung des Pkw zeigten dabei Personen im Alter von 18 Jahren. Das Verhältnis zum Pkw versachlicht sich mit zunehmendem Alter, entsprechend nimmt die symbolische Bewertung des Pkw ab. Umgekehrt verhält es sich bei der symbolischen Bewertung des Fahrrads. Dieses wird von Personen im Alter bis zu 22 Jahren eher negativer bewertet, mit einem Tiefpunkt bei den 18jährigen. Ab 23 Jahren steigt das Ansehen des Fahrrads jedoch steil an. Weniger eindeutig verhält es sich mit der symbolischen Bewertung des öffentlichen Verkehrs. Parallel zur Aufwertung des Pkw kommt es auch hier zur Abwertung des öffentlichen Verkehrs, ein Ansteigen des Ansehens ist jedoch lediglich zu erahnen (vgl. auch HUNECKE, 2007).

DÜRHOLT und Kollegen (1999) gehen der Frage nach, welche Motive Kinder und Jugendliche daran hindern, den öffentlichen Verkehr häufiger zu nutzen. Dazu wurden Schüler der Klassenstufe 4 bis 11 an 15 allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg befragt. Für die Analyse wurde ein sozialpsychologisches Einstellungsmodell genutzt. Mit diesem konnte ein hoher Einfluss der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle nachgewiesen werden. Konkret bedeutet dies, dass Kinder und Jugendliche auf dem Schulweg dann den öffentlichen Verkehr wählen, wenn ihrer Meinung nach diese Verkehrsmittelnutzung von den Eltern erwartet bzw. gefordert wird. Die Ergebnisse dieser Studie sollen für die Entwicklung eines pädagogischen Modells zur Beeinflussung der Einstellungen und des Verhaltens von Kindern und Jugendlichen bezüglich ihrer Verkehrsmittelwahl genutzt werden.

Bezüglich des Radverkehrs wird von offizieller Seite vielfach die gesundheitliche Wirkung der Fahrradnutzung hervorgehoben und betont, dass Kinder und Jugendliche dabei eine wichtige Zielgruppe sind, da gesundheitsförderndes Verhalten möglichst frühzeitig erlernt werden soll (BMVBS ET AL., 2007:11). Radfahren trage zu einer positiven körperlichen und seelischen Entwicklung von Kindern bei, schule den Gleichgewichts- und Orientierungssinn, das räumliche Vorstellungsvermögen und die Selbstständigkeit von Kindern. Diese positive Bewertung teilen auch die jugendlichen Nutzer, wenn auch aus anderen Motiven. So sind bereits 11- bis 15jährige dem Radfahren gegenüber sehr positiv eingestellt. Die Bewertung ist abhängig von siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen und ist in fahrradfreundlichen Städten bzw. Stadtteilen höher als in anderen (FLADE, 1999:125f). Dies zeigten auch FLADE und LIMBOURG (1997) in einem Vergleich sechs deutscher

Städte. Untersucht werden sollte der Einfluss des Verkehrsklimas in verschiedenen Städten auf die verkehrsbezogenen Einstellungen und Zukunftsvorstellungen von insgesamt 1.185 Schülern der Sekundarstufe I. Die Befragten bestätigten, dass das Fahrrad als Verkehrsmittel besonders im Freizeitverkehr eine sehr wichtige Bedeutung habe. Es zeigten sich jedoch deutlich Unterschiede in den Zukunftsvorstellungen zur Fahrradnutzung, die von den Autorinnen auf Unterschiede in der Mobilitätskultur von Städten zurückgeführt wurden. So gaben z.B. in Münster 31% der Befragten an, auch in Zukunft das Fahrrad nutzen zu wollen, wohingegen in Bottrop nur 19% der Befragten auch in Zukunft Wege mit dem Fahrrad zurücklegen wollen. Die Unterschiede zeigen sich auch in der Frage zur zukünftigen Pkw-Nutzung, während in Ruhrgebietsstädten 48% der Befragten in Zukunft den Pkw nutzen wollen, sind es in Hamburg und Münster lediglich 32%. Einen gesundheitspolitisch argumentierenden Überblick zu den Einstellungen zum Umweltverbund in Großbritannien liefern LORENC und Kollegen (2008).

Die Bedeutung des Umweltbewusstseins für das Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden

Umweltbewusstsein und Kenntnisse über ökonomische, ökologische und soziale Vorzüge öffentlicher Verkehrsmittel sind bei Heranwachsenden stark ausgeprägt. Die Bereitschaft, das Verhalten diesem Wissen und den umweltorientierten Einstellungen anzupassen ist jedoch vergleichsweise gering. Eine Erklärung für die offenkundige Diskrepanz zwischen Einstellungen und dem Verkehrsverhalten liefert die Low-Cost-Hypothese. Diese besagt, dass der Einfluss des Umweltbewusstseins umso geringer ist, je höher die Kosten eines ökologischen Handelns sind. In Low-Cost-Situationen wie z.B. der Abfalltrennung wird ökologisch sinnvoll gehandelt, High-Cost-Situationen, die mit großen Verhaltensänderungen verbunden sind, wie z.B. die Verkehrsmittelwahl, lassen sich jedoch allein mit Hinweis auf ökologische Beweggründe nicht beeinflussen (PREISENDÖRFER ET AL., 1999). Will man das Verkehrsmittelwahlverhalten ändern, so muss demnach der Umstieg auf ein anderes Verkehrsmittel möglichst unkompliziert und bequem möglich sein. Einige Forscher nehmen dies zum Anlass, die Umweltfreundlichkeit als Nutzungsargument als überholt zu bewerten. Umweltzusammenhänge seien den Heranwachsenden sehr gut bekannt, Aufklärung sei in diesem Bereich kein geeignetes Mittel, um Heranwachsende zur Nutzung des öffentlichen Verkehrs zu bewegen (RABE ET AL., 2002b). In einer Studie aus Großbritannien wird diese Ansicht ebenfalls vertreten. Die Bereitschaft von Schülern, das Verkehrsverhalten dem eigenen Umweltwissen anzupassen, wurde als gering eingestuft. Vielmehr bewerteten die befragten Schüler die Faktoren Identität, Selbstbild und soziale Anerkennung höher als das Umweltbewusstsein und nennen dementsprechend den Pkw als bevorzugtes Verkehrsmittel, da dieser in den Augen der Schüler die genannten Faktoren am besten repräsentiert (LINE, 2008). Eine moderatere Haltung nimmt hingegen HUNECKE (2002) ein. Er fordert, dass Heranwachsende nach Begründungsmustern für Inkonsistenzen in Einstellungen und Verhalten befragt werden sollen, um Anregungen für verhaltensbeeinflussende Maßnahmen zu bekommen. Auch konnte HUNECKE (EBD.) im Gegensatz zu anderen Studien eine Verhaltensrelevanz von Umweltnormen nachweisen. Umweltnormen zeigten dabei zwar nur einen schwachen Einfluss auf das Verkehrsverhalten, dennoch wird vorgeschlagen, diese Erkenntnis für die Kommunikation von Mobilitätsdienstleistungen zu nutzen. TULLY und BAIER stellen zusammenfassend fest, dass Heranwachsende in Fragen der Umwelteinstellung „konsequent inkonsistent“ sind und entsprechend der Maxime „Umwelt ja und Auto ja“ (TULLY und BAIER, 2006:171) handeln. Gleiches stellten KLOCKE und Kollegen (2001) in einer Längsschnittstudie fest und auch in einer Studie aus Großbritannien wurde die Diskrepanz zwischen Umweltwissen und Handeln bemängelt (LYONS und SWINBANK, 1998).

Ein Ursache für diese Ambivalenz mag im Spannungsverhältnis von Umweltbewusstsein und Konsum zu suchen sein, dem sich Heranwachsende ausgesetzt fühlen (Kaufmann-Hayoz und Künzli, 1999).

Schlussfolgerungen für die Erarbeitung verhaltensändernder Maßnahmen für Heranwachsende

Erkenntnisse über Einstellungen zu Verkehrsmitteln und zu Umweltthemen können für die Entwicklung und Etablierung von Mobilitätsdienstleistungen genutzt werden. In Informationskampagnen sollte gezielt auf Nachteile der Pkw-Nutzung eingegangen werden (WRIGHT UND EGAN, 2000). Es gilt zu prüfen, ob positive Aspekte der Pkw-Nutzung und emotionales Marketing auch für Maßnahmen im Bereich des öffentlichen Verkehrs genutzt werden können. Die positive Konnotation des Radverkehrs sollte in Maßnahmen zur Attraktivierung des ÖV-Angebots genutzt werden. Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen öffentlichem Verkehr und Radverkehr sollten gefördert werden um die Transportkette Fahrrad-ÖV gegenüber dem motorisierten Individualverkehr zu stärken. Möglichkeiten bieten hier Fahrradmitnahme und Bike+Ride-Angebote sowie sichere Fahrradabstellmöglichkeiten an Haltestellen. Die dargelegten Inkonsistenzen zwischen Umwelteinstellungen und umweltgerechten Verhalten zeigen, dass Umweltschutzargumente allein nicht ausreichen um Heranwachsende stärker an den ÖV zu binden. Als ergänzendes Argument sind Hinweise zur Klimaverträglichkeit jedoch sinnvoll.

1.2 Mobilitätskennziffern und Mobilitätsverhalten von Heranwachsenden

Im Folgenden wird dargestellt, wie sich die geschilderten mobilitätsbezogenen Einstellungen in Mobilitätskennziffern und damit dem konkreten Verhalten von Heranwachsenden niederschlagen. Mit der Verkehrsbefragung „Mobilität in Deutschland“ werden in unregelmäßigen Abständen Mobilitätskennziffern von in Deutschland lebenden Personen erhoben. Die aktuellsten Zahlen dieser Befragung stammen aus dem Jahr 2002. Vergleicht man die dort erhobenen Mobilitätskennziffern von jungen Personen im Alter von 15 bis 27 Jahren mit denen der gesamten Stichprobe, so fallen zunächst zwei Unterschiede auf, die mit der geringeren Motorisierung dieser Personengruppe im Zusammenhang stehen. Zwar ist die Anzahl der täglich zurückgelegten Wege fast gleich groß wie in der Gesamtbevölkerung, mittlere Wegelänge und durchschnittliche Wegedauer sind jedoch geringer. Die mittlere Wegelänge von Heranwachsenden ist mit durchschnittlich 7,1 km um 40% geringer als in der Gesamtbevölkerung (12 km). Die durchschnittliche Wegedauer ist hingegen mit 21 Minuten nur 20% unter dem Durchschnittswert der Gesamtbevölkerung (25 Minuten pro Weg). Vergleichszahlen aus anderen Erhebungen, in denen explizit junge Personen befragt wurden, zeigen ähnliche Werte (BECKMANN ET AL., 2004, KEMMING ET AL., 2002). Ein weiteres Merkmal der Wege von Heranwachsenden sind die vergleichsweise einfachen Start-Ziel-Relationen. Komplizierte Wegeketten sind eher selten zu beobachten (HUNECKE, 2007).

Modal split von Heranwachsenden

Heranwachsende sind überdurchschnittlich oft mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs und nutzen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung den Pkw seltener. Der Anteil von Wegen, die mit dem Fahrrad und als Mitfahrer in einem Pkw zurückgelegt werden, entspricht den durchschnittlichen Werten der Gesamtbevölkerung. Wege werden jedoch seltener zu Fuß zurückgelegt (DIW & INFAS, 2003). Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil an Pkw-Wegen (JÜRGENS UND BECKMANN, 2004). Diese Erkenntnisse zum Modal split von Heranwachsenden können in Tabelle 1-1 nachvollzogen werden.

Die dort ebenfalls ersichtlichen Vergleichswerte zeigen eine ähnliche Tendenz, offenbaren jedoch teilweise große Unterschiede. Diese Unterschiede verweisen darauf, dass das Alter der Befragten und Rahmenbedingungen wie die Siedlungsstruktur bei der Betrachtung der Mobilität eine große Rolle spielen.

Tabelle 1-1 – Modal split von Heranwachsenden bezogen auf das Verkehrsaufkommen (in %)

	Mobilität in Deutschland (2002)	Mobilität in Deutschland (2002) [1]	Team-Mobility (2004)	Funk und Fassmann (2002)	Haustein et al. (2002)
Fahrrad	9,0	10,3	33,8	13,7	10,6
Zu Fuß	23,0	19,0	23,3	36,1	20,7
ÖPNV	8,0	14,5	25,5	9,6	8,0
Straßen-/U-Bahn	2,0	6,4	14,6	k.A.	k.A.
Bus	4,0	3,8	5,7	k.A.	k.A.
S-Bahn	2,0	3,7	5,2	k.A.	k.A.
Auto als Mitfahrer	16,0	16,6	13,3	31,6	13,8
Auto als Selbstfahrer	46,0	36,6	2,9	0	42,9
Sonstige Verkehrsmittel	0	2,5	1,2	6,9	4,0
	Bezogen auf die Gesamt-bevölkerung zum Vergleich	14- bis 25jährige Personen	13- bis 19jährige Schüler aus Karlsruhe und Ettlingen	Kinder und Jugendliche von der Geburt bis zu 17 Jahren Projekt FE 82.069/1995	Nur Freizeitwege, Bundesweite, repräsentative, schriftliche Befragung 18- bis 24jähriger

Vergleich der Mobilität in Ballungsräumen und in ländlichen Räumen

Die Stadt-Land-Differenz im Hinblick auf die Mobilität von Heranwachsenden ist vor allem dadurch gekennzeichnet, dass Wege auf dem Land deutlich länger, zeitaufwendiger und komplizierter zurückzulegen sind (Tully, 2000). Heranwachsende, die in gering verdichteten ländlichen Räumen leben, legen insbesondere auf Freizeitwegen längere Entfernungen zurück und nutzen dafür häufiger den Pkw als junge Menschen in Großstädten (Haustein et al., 2002:354). Aus dieser stärkeren Exposition im Straßenverkehr resultiert auch ein anderes Risikoverhalten im Straßenverkehr (Eiksund, 2009) und ein erhöhtes Unfallrisiko für jugendliche Pkw-Fahrer und Mitfahrer im ländlichen Raum. Dies lässt sich an höheren Unfallzahlen, insbesondere schwerer Unfälle, ablesen (Mäder und Pöppel-Decker, 2001).

Projekte mit stärkerem Raum- und Planungsbezug fokussieren zum einen auf die Unterschiede jugendlicher Mobilität im ländlichen Raum und in Ballungsräumen, zum anderen wird der Zugang von Kindern und Jugendlichen zum öffentlichen Raum diskutiert und daraus Anforderungen an die Verkehrsplanung abgeleitet (Krause et al., 2005). Aus den stadtplanerischen Entwicklungen seit der Nachkriegszeit ergeben sich vielfältige Probleme für die selbständige Mobilität von Heranwachsenden in Kernstädten. Vor allem das verdichtete Straßennetz und der hohe Flächenverbrauch für die Verkehrsinfrastruktur werden als Einschränkung und Unsicherheitsfaktor erlebt. Es werden deshalb z.B. Verbesserungen in Sicherheit und Attraktivität des Fuß- und Radwegenetzes gefordert, da dies die wichtigsten Fortbewegungsarten von Kindern und Jugendlichen seien. Weitere Maßnahmen, von denen auch der öffentliche Verkehr profitieren

könnte, sind Verlangsamungen des Verkehrs durch Geschwindigkeitsbegrenzungen und die Ausweisung von Spielstraßen.

Mit Hilfe statistischer Modelle zur MIV-Nutzung wurde festgestellt, dass die individuumsexternen Merkmale Siedlungsstruktur und Pkw-Besitz die stärksten Einflussfaktoren darstellen. Heranwachsende, die auf dem Land wohnen, können ihre Mobilitätsbedürfnisse nicht mit den zur Verfügung stehenden öffentlichen Verkehrsmitteln befriedigen. Sie haben öfter Zugang zu einem Pkw und nutzen diesen auch signifikant häufiger als junge Menschen in Großstädten (HUNECKE, 2002). In einer mobilitätsbezogenen Studie in einer ländlich geprägten Region in Brandenburg wurde festgestellt, dass dort sowohl der Berufsverkehr als auch der Freizeitverkehr nahezu ausschließlich mit dem MIV abgewickelt werden (BÜTTNER ET AL., 2003). Besonders Heranwachsende ohne Führerschein sind auf die Mitnahmebereitschaft von Eltern, Verwandten oder Freunden angewiesen. Diese Fahrdienste werden auch mehrfach pro Woche in Anspruch genommen, was die befragten Heranwachsenden in eine Lage versetzt, die sie als unangenehmes Abhängigkeitsgefühl beschreiben (EBD.). Es wird festgestellt, dass ein attraktives Linien- und Haltestellennetz, mit dichtem Takt als Grundvoraussetzung für die Unabhängigkeit von Begleitdiensten, heute im ländlichen Raum auf konventionellem Weg nicht wirtschaftlich zu betreiben ist. Die bestehenden Linien, die größtenteils für die Bewältigung des Schülerverkehrs eingerichtet sind, sind bei der Bevölkerung zur Nutzung für Einkaufs- und Besorgungsfahrten nur gering akzeptiert. Vielmehr kommt es in erheblichem Umfang zu Mitnahmeverkehr, wobei ein gemeinsames soziales Umfeld von Fahrern und Mitfahrern eine entscheidende Randbedingung darstellen (EBD.).

Die ökonomische Entwicklung und die unter dem Schlagwort Reurbanisierung firmierende Bedeutungszunahme des Lebens in Städten könnte in der Tendenz zur Stärkung des öffentlichen Verkehrs beitragen. Dieser mögliche Trend wurde bisher jedoch noch nicht mit Forschungsergebnissen belegt.

Bezogen auf die Bedeutung von Einstellungen sei schließlich auf eine Studie von DEPEAU (2001) verwiesen. Diese zeigte in einem Vergleich zweier Jugendgruppen aus der Kernstadt und dem ländlichen Raum, dass Heranwachsende in unterschiedlich geprägten Regionen verschiedene Mobilitätskulturen („spatial cultures“) ausbilden. In ihrer Studie konnte sie ein gesteigertes Umweltbewusstsein nachweisen, wenn positive soziale Interaktionen und Möglichkeiten des Naturerlebens in die Identitätsentwicklung integriert werden können.

Zunahme Elternabhängiger Mobilität verhindert selbständiges Erlernen verkehrlicher Alternativen

Die Lebensphase der Kindheit und Jugend ist vom Übergang von abhängiger zu unabhängiger Mobilität geprägt. Der Anteil elternabhängiger Begleitwege steigt in Industrienationen anhaltend an. Selbständige Fortbewegung im Verkehrssystem setzt zunehmend später ein. Dies hat auch Auswirkungen auf die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel durch Heranwachsende. CLIFTON (2003) zeigte in einer Untersuchung US-amerikanischer Verkehrsdaten, dass Heranwachsende mit zunehmendem Alter unabhängiger in ihrer Mobilität werden. Sobald mit dem Führerscheinerwerb die Automobilnutzung eine Alternative darstellt, werden bedeutend weniger Wege zu Fuß und mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt.

Bei der Betrachtung des Mobilitätsverhaltens von Heranwachsenden ist es prinzipiell wichtig, diese Unterscheidung zwischen abhängiger und unabhängiger Mobilität vorzunehmen. Je jünger Heranwachsende sind, desto stärker sind sie in ihrer Mobilität und ihrer Verkehrsmittelwahl

eingeschränkt. In jungen Jahren unterliegen Heranwachsende stark den Weisungen und Verboten von Eltern, Betreuungseinrichtungen und Ausbildungsstätten. Dementsprechend eingeschränkt gestalten sich insbesondere Aktionsräume von Kindern. Eigenständige Mobilität wird somit verständlicherweise zum Symbol von Freiheit und gilt Heranwachsenden als wichtiger Faktor zur selbständigen, sicheren Orientierung im Verkehr. Das Zurechtfinden im Verkehrssystem wird jedoch durch immer stärkere Verschränkung von Familienleben und Automobilität, die sich in einem hohen Anteil motorisierter Begleitmobilität zeigt, behindert. Erst mit der Pubertät der Heranwachsenden geht der Anteil familiärer Begleitwege zurück. Zu den individuellen Begründungsmustern für dieses spezifische Phänomen der Automobilität zählen vor allem zeitliche Vorteile, die Möglichkeit der effizienten Verkettung von Wegen und der unkomplizierte Transport größerer Gegenstände (HEINE ET AL., 2000). Insbesondere junge Mütter sehen sich mit erhöhten Anforderungen an das alltägliche Zeitmanagement konfrontiert. Bemerkenswert ist dabei die Janusköpfigkeit der Automobilität. Zum einen ermöglicht der Pkw eine veränderte Alltagsorganisation, die sich z.B. in einem Wechsel des Wohnstandorts in das „Haus im Grünen“, dem Anstieg des Anteils von Fernbeziehungen und der Zunahme überregionaler Freundschafts- und Bekanntschaftsnetze zeigt. Zum anderen werden somit Mobilitätszwänge geschaffen, denen nur schwer mit alternativen Verkehrsmitteln zu begegnen ist und für deren Bewältigung wiederum ein Pkw benötigt wird. Laut MiD werden mittlerweile 48% der Wege von Kindern und Jugendlichen begleitet durchgeführt.

In vielen nordamerikanischen Großstädten ist die Mobilität Heranwachsender durch planerische Defizite eingeschränkt. In einer rad- und fußwegeunfreundlichen zersiedelten Landschaft wird die Autoabhängigkeit durch ein mangelhaftes oder nicht vorhandenes öffentliches Verkehrssystem und der Notwendigkeit weiter Wege zwischen Wohnung, Einkaufs- und Freizeitgelegenheiten und Arbeitsplatz noch zusätzlich verstärkt. In einer Umgebung, die scheinbar auf die Formel "Ein Einwohner - Ein Auto" ausgerichtet ist, sind Jugendliche, die noch keinen Führerschein besitzen besonders in ihrer Mobilität eingeschränkt. Nordamerikanische Verhältnisse, wie sie BACHIRI und Kollegen (2008) in einer Studie zur Mobilität von Jugendlichen im suburbanen Raum beschreiben, sind in Deutschland noch nicht zu befürchten. Ein Blick auf die Ergebnisse erlaubt jedoch die Aussicht auf ein negatives Szenario zukünftiger Mobilität im ländlichen Raum. In besagter Studie wurde festgestellt, dass der öffentliche Verkehr meist nur in Form des Schülerverkehrs vorhanden ist. Oft werden jedoch selbst für den Weg zur Schule Hol- und Bringdienste der Eltern in Anspruch genommen (vgl. Abschnitt 1.3). Im Freizeitverkehr dominiert vollkommen die Abhängigkeit vom Pkw und den Chauffeurdiensten der Eltern. Der siedlungsstrukturelle Aufbau der Wohngebiete im suburbanen Raum führt dazu, dass ein Zurücklegen von Wegen zu Fuß als ineffizient betrachtet wird. Gleiches gilt für die Nutzung des Fahrrads, die zudem als gefährlich angesehen wird. Da Jugendliche ihre Nachbarschaft nur fahrend erleben, haben sie nur eine eingeschränkte mentale Vorstellung von der Stadt, was das Gefühl der Unsicherheit noch verstärkt. So nennen die Befragten Unsicherheit angesichts anderer Mitfahrer als Grund dafür, warum der öffentliche Verkehr, soweit vorhanden, nicht genutzt wird. Jugendliche verbringen somit viele Stunden pro Woche im Pkw der Eltern oder im Schulbus, was dazu führt, dass elternabhängige und potentiell gesundheitsgefährdende Lebensstile ausprägt werden und eine Verinselung der Lebensräume beobachtet werden kann (BACHIRI ET AL., 2008). Ein wenig beachteter Aspekt unabhängiger Mobilität von Kindern ist die Förderung der sozialen Entwicklung durch selbständige Bewegung im Verkehrssystem. Je stärker die Restriktionen, die Kinder bezüglich ihrer Mobilität erfahren, desto stärker wird eine unbekannte Umgebung als bedrohlich erfahren. Auf diesem Wege fördert die Zunahme an automobilen Begleitwegen Vorbehalte gegenüber dem ÖV.

Auch in einer Analyse der Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen in Hofheim wurde die starke Abhängigkeit von elterlichen Bring- und Holdiensten beklagt (BSJ, 2003). So berichteten Kinder davon, dass sie Freizeitaktivitäten an Orten außerhalb des direkten Wohnumfelds nur mit Hilfe der Eltern ausüben konnten und dabei von elterlichen Vorschriften eingeschränkt sind. Bewegungseinschränkungen und Mobilitätsprobleme wurden dabei von Jugendlichen häufiger thematisiert als von Kindern. Während Kinder häufig mit dem Fahrrad unterwegs sind und dabei von Verboten der Eltern sowie den Autoverkehr eingeschränkt sind, ist der Bewegungsradius von Jugendlichen weit größer und der öffentliche Nahverkehr scheinbar nicht an die jugendlichen Mobilitätsrhythmen angepasst. Schließlich sei auf einen sehr umfangreichen Vergleich von italienischen Studien hingewiesen, der Voraussetzungen abhängiger und unabhängiger Mobilität von Personen im Alter von 6 bis 15 Jahren schildert (PREZZA, 2007).

1.3 Mobilitätsverhalten nach Wegezwecken – Ausbildungswege und Freizeitwege

Angesichts des demographischen Wandels steht es fest, dass der Anteil der jugendlichen „ÖV-Captives“ weiter schrumpft. Es entsteht eine Verkettung von Folgen, die zu Einnahmeverlusten von Verkehrsbetrieben führen. Die in der Einleitung geschilderten Zusammenhänge zwischen gesellschaftlichen Prozessen und Entwicklungen im öffentlichen Verkehr lassen sich im Bereich des Schülerverkehrs besonders gut veranschaulichen. Der Schülerverkehr ist insbesondere im ländlichen Raum Rückgrat und Basisangebot des öffentlichen Verkehrs. Demographisch bedingt ergibt sich dort jedoch eine nahezu flächendeckende Verkleinerung der Nachfrage im Schülerverkehr. Die Zunahme an elternabhängigen Begleitwegen verstärkt diesen Nachfrageschwund noch zusätzlich. Pessimisten spekulieren nun, dass sich aus abnehmenden Schülerzahlen ein abnehmendes Angebot im öffentlichen Verkehr ergibt, welches ein Abnehmen der Angebotsqualität bedeutet, die sich wiederum in abnehmenden Nutzerzahlen niederschlägt. Mit abnehmenden Nutzerzahlen wäre die Zahlung öffentlicher Finanzhilfen gefährdet. Ein Abnehmen der finanziellen Mittel würde abermals eine Verschlechterung der Angebotsqualität zur Folge haben. Wenn es nicht gelingt, das Angebot den veränderten Bedingungen anzupassen, so wird die beschriebene Entwicklung eintreten, wobei es regional starke Unterschiede geben dürfte. Die Verkehrsleistung im Schülerverkehr steigt unter Umständen einstweilen örtlich beschränkt sogar leicht an. Dies ist damit zu begründen, dass Ausbildungswege durch die Zentralisierung von Schulstandorten weiter werden. Auf die Dauer sollte jedoch eher von einer sinkenden Nachfrage ausgegangen werden. Die Frage nach der längerfristigen Bindung von Heranwachsenden an den ÖV wird unter diesen Umständen besonders wichtig. Gelingt dies nicht, so ist vom Verlust eines großen Kundenpotentials auszugehen.

Subjektive Erfahrungen im Ausbildungsverkehr als Grundlage der Kundenbindung?

Ein großer Anteil der Heranwachsenden ist mit dem ÖV aufgrund der Nutzung auf Ausbildungswegen vertraut. Hieraus ergeben sich Möglichkeiten für eine längerfristige Bindung an den öffentlichen Verkehr, aber auch Hindernisse. Heranwachsende, die öffentliche Verkehrsmittel auf Schulwegen nutzen, kennen diesen meist nur auf ihrer täglichen Routinefahrt, bezüglich anderer Aktivitäten und Fahrziele bestehen oft Unsicherheiten (HEIPP UND KÖNIG, 2006). Eine Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel auf Schulwegen bedeutet auch, dass Erfahrungen vor allem zu Stoßzeiten gesammelt werden, was sich auf Einstellungen gegenüber öffentlichen Verkehrsmitteln negativ auswirken kann (siehe Abschnitt 1.1). Zudem zählen Schulwege eher zu ungeliebten Wegen, da sie mit den Leistungsanforderungen in der Ausbildungseinrichtung in Zusammenhang gebracht werden.

Elternabhängige Mobilität im Schülerverkehr

Ein Trend auf Ausbildungswegen, der vor allem in der anglo-amerikanischen Forschungsliteratur diskutiert wird, ist die Abnahme von Fußwegen und Wegen, die mit dem Fahrrad oder dem Schulbus zurückgelegt werden, und die Zunahme von Begleitwegen durch die Eltern. In den USA sind Bring- und Holdienste der Eltern die vorherrschende Art des Schülertransports (McMillan, 2005, Barker, 2008, McDonald, 2007). Diese Begleitwege werden dabei überwiegend von Frauen durchgeführt (McMillan et al., 2006). Durch die starke Abhängigkeit der Heranwachsenden vom Pkw wird dieser zu einem wichtigen sozialen Raum für Kinder und Jugendliche, was direkt mit der Beeinflussung verkehrsmittelbezogener Einstellungen in Zusammenhang gebracht wird (Mackett, 2001, Mackett et al., 2002b, Meaton und Kingham, 1998). Nach den Gründen für diese Entwicklung befragt, geben Eltern vor allem Bequemlichkeit, Sicherheit, die Notwendigkeit große Distanzen überbrücken zu müssen und die Möglichkeit der Verkettung mit anderen Wegen an (Granville et al., 2002, Bradshaw, 1995, Dellinger und Staunton, 2002). Die immer größeren Entfernungen zwischen Arbeits- und Ausbildungsort werden hauptsächlich als Grund dafür genannt, dass der Anteil an Wegen, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurückgelegt werden, geringer wird (McDonald, 2008, Schlossberg et al., 2006). Zahlreiche Studien bewerten diesen Trend als eine negative Auswirkung der Siedlungsentwicklung (McMillan, 2007, McMillan, 2005, Yarlagadda und Srinivasan, 2008, Ewing et al., 2004, Schlossberg et al., 2006). Um die Auswirkungen der genannten Entwicklungen besser verstehen zu können und diese in Verkehrsplanungen einfließen lassen zu können, werden Modelle der Verkehrsmittelwahl erstellt (Yarlagadda und Srinivasan, 2008). In Deutschland geschieht dies z.B. vor dem Hintergrund von Zentralisierungen der Ausbildungsinfrastruktur und damit verbundenen Schulschließungen (Müller et al., 2008).

Um die Verkehrsmittelwahl auf Schulwegen und für nachmittägliche Freizeitaktivitäten an Schulen zu beeinflussen (Tal und Handy, 2008) und den geschilderten Problemen entgegenzuwirken, werden vor allem im anglo-amerikanischen Raum unterschiedliche Lösungsvorschläge wie z.B. Mobilitätsmanagementkonzepte für Schulen erarbeitet (Carlson et al., 2007, Jones und Bradshaw, 2000, Peddie, 2005). So liegen z.B. für Großbritannien mehrere Best-Practice-Sammlungen (Department for Transport, 2003, Department for Transport, 2006) sowie Untersuchungen zur Wirksamkeit von Maßnahmen vor (Mackett et al., 2003). Eine Kampagne zur Steigerung der Busnutzung auf Schulwegen stellen Cross und Thornthwaite (1997) vor. Die Kampagne setzte auf die Maßnahmen Fahrpreissenkung und neue Linienführung und wurde durch umfangreiches Informationsmaterial zu diesen Maßnahmen begleitet. Ein Beispiel aus Belgien präsentiert Canters (2008). Ziel dieser Maßnahmen ist es vor allem, die Nahmobilität zu stärken um gesundheitsfördernde Effekte zu erzielen (Faulkner et al., 2009). Exemplarisch seien hier unterschiedliche „walking bus“-Konzepte (Collins et al., 2003, Mackett et al., 2002a) genannt. Derartige Maßnahmen werden auch an deutschen Schulen durchgeführt. Eine Untersuchung zur Wirksamkeit dieser Maßnahmen an Münchner Schulen erfolgte im Projekt Mobikids (Kreipl und Keller, 2002, Kohler et al., 2003, Kreipl und Keller, 2001).

Welche innerfamiliären Aushandlungsprozesse bei der Verkehrsmittelwahl ablaufen und welche Rolle dabei Kinder einnehmen bzw. ob sie in die Entscheidung für oder gegen die Pkw-Nutzung einbezogen werden, untersucht Barker (2003) anhand von Interviews, die er in fünf englischen Grundschulen durchführte.

Einen Vorschlag für subjektbezogene Förderinstrumente für die öffentliche Verkehrsversorgung in ländlichen Räumen mit starkem Bevölkerungsrückgang erarbeitet derzeit eine Arbeitsgruppe am verkehrswissenschaftlichen Institut InnoZ in Berlin. Ein Projekt dieser Arbeitsgruppe sieht einen Lösungsansatz für die bevorstehende Finanzierungs- und Nachfragekrise darin, dass die staatliche Förderung im Schülerverkehr partiell von objektbezogener auf subjektbezogene Förderung umgestellt wird. Konkret schlagen die Forscher vor, dass liniengebundene Schülerverkehre auf ein Kerngebiet begrenzt werden sollten und für außerhalb des Kerngebiets lebende Schüler ein Gutscheinmodell entwickelt werden soll. Es würden Mobilitätsgutscheine verteilt werden, die als Anreiz für Eltern gelten sollen, Fahrgemeinschaften zu bilden oder andere Personen zu beauftragen, die Schülerbeförderung selbst zu organisieren. Die Gefahr dieses Modells liegt jedoch darin, dass über diese Finanzierung eine negative Entwicklung, wie sie am Beispiel nordamerikanischer Regionen geschildert wurde, noch gefördert wird. Positiv an diesem Gutscheinmodell ist hingegen, dass über innovative Bedienformen nachgedacht wird. Flexible Angebote und optimierte Linienführungen, wie sie von Verkehrsunternehmen erdacht werden, könnten allein nicht ausreichen, um den bevorstehenden Entwicklungen zu begegnen.

Mobilitätsverhalten im Freizeitverkehr

Typische Zeitfenster, in denen Heranwachsende den öffentlichen Verkehr für unterschiedliche Wegezwecke nutzen, ist zum einen die Zeit von ca. 6 Uhr bis 15 Uhr an Werktagen, in der sich die Nutzung auf den Ausbildungsverkehr konzentriert, mit Schulanfangs- und Schulendzeit bedingten Spitzennutzungszeiten. Zum anderen die Zeit von ca. 15 Uhr bis 20 Uhr an Werktagen sowie ab ca. 20 Uhr an Wochenenden, in denen Freizeitaktivitäten Mobilitätsbedürfnisse hervorrufen.

Nach Ausbildungswegen und noch vor Begleit- und Einkaufswegen nimmt der Freizeitverkehr mit einem Anteil von ca. 35% die zweite Position bei der Betrachtung von Wegezwecken ein (DIW UND INFAS, 2004). In einem Überblick zur Verkehrsmittelwahl auf Ausbildungswegen in Großbritannien bemerkt BARKER (2008), dass sich die Forschung bisher auf diese Wege konzentriert hat, jedoch nur wenig über Wege bekannt ist, die Kinder und Jugendliche in der Freizeit zurücklegen. Auch für Deutschland trifft diese Aussage zu. Ausbildungswege werden überproportional häufiger untersucht als Freizeitwege. Eine getrennte Untersuchung ist jedoch wichtig, denn in der Freizeit geht es Heranwachsenden teilweise weniger um die rationale Wegeplanung, sondern vielmehr um den Event, um das Unterwegssein an sich. Selbst nicht zielgebundenes Unterwegssein im Straßenverkehr („cruisen“) zählt zur Freizeitbeschäftigung von Jugendlichen. Gerade auf Freizeitwegen weist die abhängige Mobilität ein hohes Frustrationspotential bei Heranwachsenden auf (MCMEEKING UND PURKAYASTHA, 1995).

Ein Beispiel für die Untersuchung von Freizeitwegen liefern HAUSTEIN und Kollegen (2002). Die Untersuchung fokussierte auf siedlungsstrukturelle Einflüsse auf die Freizeitmobilität 18- bis 24jähriger Personen. Es wurden jeweils Freizeitwege an einem Werktag und am Wochenende erhoben. Die Pkw-Nutzung in stark verdichteten städtischen Kreisen fiel am geringsten aus und nahm mit abnehmender Siedlungsdichte zu. Umgekehrt verhielt es sich bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel. Diese ist bei hoher Siedlungsdichte am höchsten und nimmt bei sinkender Einwohnerdichte ab. Am Wochenende fallen die Freizeitwege von Heranwachsenden aus ländlichen Regionen signifikant länger aus als die von Personen aus stärker verdichteten Gebieten.

Eine größere Zahl von internationalen Untersuchungen befasst sich mit der Freizeitmobilität von Kindern im Alter von bis zu 14 Jahren. Dabei wird wiederum der hohe Anteil an Bring- und Holdiensten der Eltern als problematisch eingestuft. Zwar fallen diese Analysen aufgrund des Alters der Befragten aus dem Betrachtungsraster dieses Berichts, trotzdem sollen hier einige Beispiele genannt werden, da verkehrsmittelbezogene Einstellungen bereits frühzeitig geprägt werden. HJORTOL und FYHRI (2009) stellen in einer Untersuchung zur Pkw-Abhängigkeit auf Freizeitwegen in Norwegen fest, dass sowohl Routinen der Eltern als auch die Wahl der Aktivitätsorte dafür verantwortlich sind, dass im untersuchten Fall der Anteil von Pkw-Fahrten von Kindern auf Freizeitwegen sogar größer ist als auf Schulwegen. Eine ähnliche Untersuchung führte JOHANSSON (2006) in Schweden durch. Dabei wurde die Verkehrsmittelwahl auf Freizeitwegen von Kindern untersucht. Auch zur Verkehrsmittelwahl von Kindern und Jugendlichen auf Freizeitwegen existieren einige Modellierungsansätze (SENER ET AL., 2008, COPPERMAN UND BHAT, 2008a, COPPERMAN UND BHAT, 2008b), auf die hier im Detail aber nicht eingegangen werden soll.

2. Lebenswelten von Heranwachsenden

In diesem Abschnitt werden theoretische Erkenntnisse zu Sozialisationsbedingungen von Heranwachsenden dargestellt. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, ob Erfahrungen in der frühen Lebensphase Einfluss auf das spätere Mobilitätsverhalten haben.

Jugend ist die Zeit der Abgrenzung. Zum einen Abgrenzung von der Kindheit, zum anderen Abgrenzung von der Erwachsenenwelt. Die in der Pubertät beginnende Loslösung von primären Sozialisationsinstanzen und die Entfaltung einer eigenen Identität sind stark von den gesellschaftlichen Prozessen der Individualisierung und Pluralisierung geprägt. Das Hineinwachsen in die Gesellschaft ist unter diesen Voraussetzungen auch eine „Erziehung zur Mobilität“ (TULLY UND SCHULZ, 1999:13), denn die Teilhabe in individualisierten, pluralisierten Lebenswelten setzt eine hohe Mobilität voraus. Weitere wichtige Prozesse in der betrachteten Lebensphase sind zum einen der Übergang vom Bildungs- in das Beschäftigungssystem und zum anderen die mobilitätsintensive Etablierung eigener sozialer Beziehungen im Rahmen von Peergruppen und Partnerschaften. Wesentliches und verbindendes Element ist dabei Mobilität. Eine wissenschaftliche Typologisierung aus der Jugendforschung nennt sechs Dimensionen des Jugendbegriffs (TULLY, 2002): Die Jugend ist seit der Herausbildung der Industriegesellschaft die Zeit der Bildung und Ausbildung. Während dieser Zeit wird die Integration in die Berufswelt vorbereitet und die ökonomische Verselbständigung eingeleitet. Entsprechend dem Zeitgeist wird jugendkulturelle Praxis von Heranwachsenden unterschiedlich geformt. Heranwachsende lösen sich von der Familie und gehen eigene feste Partnerschaften ein. Es werden neue Rechte erworben, wie das Wahlrecht und die juristische Selbständigkeit, aus der sich auch neue Verantwortlichkeiten ergeben. Schließlich ist der Prozess des Erwachsenwerdens begleitet von vielfachen Differenzierungen, die sich durch unterschiedliche Chancen und Optionen auszeichnen. Rahmenbedingungen wie soziale Stellung, Geschlecht und Siedlungsstruktur wirken dabei teilweise determinierend.

2.1 Pluralisierter und technisierter Alltag von Heranwachsenden

Für Heranwachsende wird das Unterwegssein immer stärker zum Inbegriff von Freiheit, Unabhängigkeit, Selbstbestimmung und Geschwindigkeit. Verkehrs- und Kommunikationstechnik helfen dabei, an Ereignissen teilzunehmen, die räumlich entfernt stattfinden. Lebenswelten von

Heranwachsenden sind dementsprechend bestimmt durch vielfältige Formen der Mediennutzung. Das Internet und neue mobile Kommunikationstechnologien ermöglichen und beschleunigen die Trennung sozialer und räumlicher Interaktionszusammenhänge. Die Allgegenwart sich schnell entwickelnder digitaler Technik, von multifunktionalen Handys, Laptops, Netbooks, Digitalkameras, sind Merkmal der zunehmenden Technisierung des Alltags von Heranwachsenden.

Die bisher umfangreichste und wichtigste Untersuchung der Mobilität von Heranwachsenden in Deutschland ist das Projekt „U.Move“ (TULLY ET AL., 2000). Seit der Durchführung der Studie (1998-2000) haben sich Lebenswelten von Heranwachsenden vor allem durch Entwicklungen auf dem Sektor der Informations- und Kommunikationstechnologien stark verändert, womit sich auch ganz neue Möglichkeiten für die Bereitstellung intermodaler Dienstleistungen ergeben. Die „Digital natives“ können heute auf erheblich leistungsfähigere (mobile) Technologien und neue internetbasierte Dienste des „Web 2.0“ wie soziale Netzwerke (Facebook, StudiVZ, MeinVZ, MySpace etc.), Videoplattformen (z.B. YouTube etc.) und neue Kommunikationsformen (Skype, Weblogs, RSS-Feeds, Microbloggingdienste wie z.B. Twitter) zurückgreifen. Internetbasierte Dienste, deren Nutzerzahlen erst in den letzten fünf Jahren stark anwuchsen und die heute eine in Qualität und Quantität veränderte virtuelle Mobilität ermöglichen. Virtuelle Räume sind heute viel stärker und selbstverständlicher Bestandteil jugendlicher Lebenswelten, was wiederum potentiell Auswirkungen auf die räumliche Mobilität von Heranwachsenden hat.

Doch kommt es angesichts dieser Veränderungen auch zur Entwicklung einer neuen Mobilitätskultur? Wird Unterwegssein durch moderne Kommunikationstechnologien substituiert oder ziehen diese weitere Mobilität nach sich? In einer Untersuchung der Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen in Hessen, die im Jahr 2003 durchgeführt wurde, zeigen sich noch keine Anzeichen dafür (BSJ, 2003). Bei der Befragung von 1500 Heranwachsenden der Schuljahrgangsstufen fünf bis zehn in Hofheim wurden auch die Themen Verkehr und Mobilität berücksichtigt. Es wurden Bewegungslandkarten an den Grundschulen, Gruppeninterviews mit Jugendgruppen und Einzelinterviews im öffentlichen Raum sowie eine schriftliche Befragung durchgeführt. In den Interviews zeigte sich, dass Mobilität ein zentrales Thema und ein wesentliches Problem für die Jugendlichen darstellt. Besonders stark wird der Führerscheinerwerb bei jungen Erwachsenen herbeigesehnt, der dann auch mit einer starken Ausweitung des Bewegungsradius einhergeht. Die befragten Heranwachsenden sprachen sich aber auch für eine Ausweitung der Nahverkehrsangebote in der Nacht und an den Wochenenden aus. Sie beklagten, dass der öffentliche Verkehr nicht an die Mobilitätsrhythmen von Heranwachsenden angepasst sei und auch vorhandene flexible Bedienformen (Sammeltaxi) ihren Betrieb zu früh einstellen würden. Auch die Preissensibilität kommt in der Befragung zum Ausdruck. Das Fazit der Studie stimmt mit Ergebnissen anderer Forschungsprojekte insofern überein, als dass Technik bis dato Wege nicht substituiert, aber gestaltend in den Jugendalltag hineinwirkt und situativ genutzt wird (KEMMING ET AL., 2002:34).

2.2 Sozialisation und Kontextualisierung

In der Verkehrsforschung existieren durch unterschiedliche Forschungsperspektiven geprägte Ansätze der Erklärung des Verkehrsverhaltens. Neben Ansätzen, die in wirtschaftswissenschaftlicher Tradition Verkehrsverhalten als rationales Handeln auffassen, existieren zahlreiche vor allem sozialpsychologisch orientierte Theorien und Modelle (vgl. BAMBERG UND SCHMIDT, 2003), die nicht nur die Minimierung von Kosten bei Maximierung individuellen Nutzens als Erklärungsmuster bieten. Vielmehr werden sozialpsychologische Modelle dazu genutzt, den Einfluss von Einstellungen,

Normen und Werten auf das individuelle Verkehrsverhalten zu untersuchen. Mobilität ist demnach nicht nur Mittel zum Zweck, das möglichst kosten- und zeiteffektiv gestaltet sein soll, sondern wird von individuellen Einstellungen, Motiven und Emotionen geprägt. Das Grundkonzept von Ansätzen rationaler Wahl gilt dabei weiterhin, es wird jedoch auf den Einfluss ergänzender Mechanismen verwiesen, die gerade für die Entwicklung zielgruppen- und ereignisspezifischer Maßnahmen von großer Bedeutung sein können. Wie es im Zuge der geistigen, physischen und sozialen Entwicklung von Heranwachsenden zur Ausprägung von Einstellungen und dem Einüben bestimmter Verhaltensweisen kommt, wurde bisher nur in wenigen Studien untersucht. Viele Studien konzentrieren sich auf die Zeit vor dem Eintritt in die Volljährigkeit, der in fast 90% der Fälle mit dem Führerscheinerwerb zusammenfällt oder es wird auf Heranwachsende nicht als eine gesondert zu betrachtende Zielgruppe eingegangen.

Dass in jungen Jahren die Weichen für die spätere Orientierung im Verkehrssystem gestellt werden, ist eine vielzitierte Grunderkenntnis, die bisher jedoch nur sehr unzureichend wissenschaftlich untersucht wurde. Während einige Studien zu dem Schluss kommen, dass der Zusammenhang zwischen der Verkehrsmittelnutzung im Kindes- und Jugendalter und der späteren Mobilität eher gering ist (TULLY und BAIER, 2006), weisen andere Autoren einen starken Zusammenhang nach (BARKER, 2008, LIMBOURG ET AL., 2000). CHALOUPKA UND RISSER (2004) analysieren im Rahmen einer explorativen qualitativen Untersuchung eine Sammlung von Geschichten und Anekdoten zur Mobilitätssozialisation, die zumindest die hohe Bedeutung der Mobilität in der individuellen Entwicklung illustriert. Ob die Sozialisation einen Einfluss auf das spätere Verkehrsverhalten hat, wird anhand der Verkehrsmittelwahl, sowie anhand von Einstellungen und Lebensstilen untersucht. Einigkeit besteht darin, dass es eine Rolle spielt, ob in der Familie der ÖV genutzt wird (HEIPP und KÖNIG, 2006) und wie die Einstellung zu den unterschiedlichen Verkehrsmitteln und das Nutzungsverhalten in der Familie ist. Wie stark dieser Einfluss für die spätere Verkehrsmittelnutzung ist, bleibt jedoch umstritten.

Die Prägung der Einstellung zum Pkw vollzieht sich bereits im frühen Kindesalter wie BARKER (2008) in einer Untersuchung der Begleitwege von Schulkindern nachweisen konnte. BARKER konnte auch zeigen, dass insbesondere bei Begleitwegen, die von Vätern durchgeführt werden, der Pkw die Funktion eines maskulinen Statussymbols einnimmt. Es lässt sich sogar zeigen, dass auf diese Art ein bestimmtes Rollenverständnis an die Kinder weitergegeben wird. Auch FLADE (2002) stellt fest, dass die Zukunftsvorstellung von Heranwachsenden bezüglich der Verkehrsmittelwahl stark vom Elternhaus abhängig ist.

Internalisierung und Interaktion

Von wesentlicher Bedeutung für die Begründung von Sozialisationsmechanismen ist der Begriff der Internalisierung. Dieser beschreibt einen Prozess, bei dem externe Erwartungen zu internen, nicht bezweifelten Überzeugungen umgeformt werden. Es wird so gelernt, sozio-kulturelle Standards kognitiv, affektiv und motivational zu akzeptieren und zu bejahen bzw. abzulehnen (MÜHLER, 2008:60ff). Kulturell akzeptierte Werte und Verhaltensmuster werden so in die Persönlichkeitsstruktur integriert. Im Regelfall entziehen sich internalisierte Werte der bewussten Reflexion, womit auch die Grundlage für die Ausbildung von Routinen geschaffen ist, deren Bedeutung für das Verkehrsverhalten nachgewiesen werden konnte (vgl. AARTS, 1996, HARMS ET AL., 2007).

Eine entscheidende Bedingung für die Internalisierung nimmt die Interaktion mit anderen Personen ein. Weitere Quellen für Internalisierungen sind Milieueffekte, die sich z.B. am Unterschied zwischen ländlichem Leben und städtischen Leben zeigen lassen oder die Rezeption von Medien. BASLINGTON (2008) untersucht den Einfluss dieser Internalisierungsquellen auf die Verkehrssozialisation („travel socialization“) bzw. verkehrsmittelbezogenen Einstellungen und bezeichnet die beeinflussenden Personen und Medien als „socializing agents“. In ihrer Analyse bezieht BASLINGTON den Einfluss der Familie, den Einfluss von Peergruppen und der Schule sowie die Wirkung von Medien ein. BASLINGTON geht davon aus, dass verkehrsbezogene Einstellungen, Werte und Normen über dieselben Mechanismen erlernt werden wie andere kulturelle Aspekte. Weiterhin nimmt BASLINGTON an, dass Einstellungen zur Mobilität besonders stark in der Kindheit geprägt werden und dabei das Alltagswissen und das von Routinen geprägte Alltagshandeln eine besondere Relevanz aufweist. Entsprechend dieser Annahme befragt BASLINGTON in einer Studie Schüler der Klassen fünf und sechs einer Schule in West Yorkshire, England, sowie die Eltern dieser Kinder. Die Resultate dieser Studie belegen einen hohen Einfluss der Familie. Fundierte Ergebnisse zur Relevanz von Peergruppen und der Schule werden jedoch nicht geliefert. Es wird lediglich auf den formellen Einfluss in der Schule durch Verkehrserziehung und Mobilitätsmanagementmaßnahmen verwiesen sowie darauf aufmerksam gemacht, dass sich die Mobilitätskultur („travel culture“) einer Schule an der Lage und Anzahl von Parkplätzen sowie Fahrradabstellmöglichkeiten ablesen lässt. Inwiefern dies einen Einfluss auf die soziale Prägung der Schüler hat wird jedoch nicht nachgewiesen. Bezüglich der Wirkung von Medien wird bemerkt, dass sowohl eine direkte als auch eine indirekte Beeinflussung über andere Personengruppen vorliegt. Im Gegensatz zur interaktionalen Beeinflussung verläuft die Wirkungsrichtung von Medien darüber hinaus nur unidirektional. BASLINGTON benennt drei mögliche Effekte der Sozialisation durch die genannten Vertreter: einen synergistischen Effekt, d.h. die wechselseitige Förderung des zu Hause erworbenen Wissens und Verhaltens durch andere „socializing agents“. Zweitens einen gegensätzlichen Effekt, wenn Mobilitätswissen der Eltern und anderer Gruppen widersprüchlich sind. Sowie drittens einen erweiternden Effekt, wenn neu erlerntes Wissen zur Mobilität dazu beiträgt, das zu Hause erlernte Verhalten zu ändern. Die genannten Personen(gruppen) können die Einstellungen zu bestimmten Verkehrsmitteln demnach positiv oder negativ beeinflussen. HAUSTEIN und Kollegen (2009) untersuchten den Einfluss der Verkehrssozialisation auf die Pkw-Nutzung von Studenten. Dazu wurde eine Online-Erhebung mit 2612 Teilnehmern durchgeführt. Es wurde der Einfluss des Elternhauses, die symbolisch-affektive Wirkung des Führerschein- und Pkw-Erwerbs und der Einfluss von Peergruppen analysiert. Es konnten jeweils Effekte auf verkehrsmittelbezogene Normen und die Pkw-Nutzung nachgewiesen werden.

2.3 Lebensereignisse

Neben dem Einfluss der Sozialisation ist die Untersuchung von Lebensereignissen als mögliche Momente grundlegender Änderung des Mobilitätsverhaltens von Bedeutung. Forschungsprojekte weisen vor allem eine große Bedeutung des Führerscheinerwerbs nach, aber auch der Wechsel der Ausbildungsstätte und der Eintritt in das Berufsleben sind Umbruchsmomente, in denen eine Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens gelingen kann.

Führerscheinerwerb

Heranwachsende befinden sich in einer spezifischen Übergangssituation. Sie sind keine Kinder mehr, haben den angestrebten Erwachsenenstatus jedoch noch nicht erreicht. Der Führerscheinerwerb wurde zu einer Art Initiationsritus stilisiert, mit dem man zum vollwertigen Mitglied der Erwachsenenwelt wird (BACHIRI ET AL., 2008:62, LINE, 2008). Nicht zuletzt wird die Pkw-Nutzung mit den hohen Kosten des Führerscheinerwerbs, dem dafür notwendigen Lernaufwand und dem Reiz des Neuen begründet (LYONS UND SWINBANK, 1998). MIENERT (2002) sieht eine gesellschaftliche Erwartungshaltung, die mit dem Führerscheinerwerb verbunden ist und charakterisiert den Übergang in die Automobilität als normative Entwicklungsaufgabe des Jugendalters. Die Wahlmöglichkeiten erweitern sich mit dem Führerschein um den Pkw, was auch die Ausdehnung potenzieller Aktionsräume nach sich zieht. Nach der Bedeutung des Führerscheins befragt, antworten die meisten Heranwachsenden dementsprechend auch, sie seien damit unabhängiger, ungebundener, selbständiger und könnten nun eine interessantere Freizeit verleben (EBD.). Diese grundsätzliche Einstellung zum Führerschein scheint universell, auch wenn der Führerscheinerwerb nicht zwangsläufig zu hoher Pkw-Nutzung führt, sondern vielmehr verschiedene Mobilitätstypen unterschieden werden können (MACKAY UND GLEAVE, 1998).

Bereits bei den 16- und 17jährigen spielt die gedankliche Beschäftigung mit dem zukünftigen Fortbewegungsmittel Pkw eine große Rolle (SCHOLL, 2002:182, GROSS, 1998:100). Mit der Annäherung an den 18. Geburtstag nimmt auch die positive Einstellung von Heranwachsenden zum Pkw und zur Pkw-Nutzung zu (LIMBOURG ET AL., 2000:118). Dementsprechend ist die ÖV-Nutzung gerade in der Zielgruppe der 18- bis 20jährigen vergleichsweise schwach (HUNECKE ET AL., 2002).

Nicht nur der Anteil der Fahrer sondern auch der Anteil der Mitfahrer steigt in der Altersgruppe der ab 18jährigen. Wahrscheinlich wird dies auch bereits relevant, wenn ältere Mitglieder der Peergruppe den Führerschein erwerben und sich somit Aktionsräume auch für Mitfahrer erweitern, die den Führerschein noch nicht erworben haben.

Wechsel der Ausbildungsstätte

In einem britischen Forschungsprojekt (Line, 2008, Line et al., 2006) wurden drei wichtige Zeitpunkte der Änderung des Mobilitätsverhaltens identifiziert. Neben dem bereits erwähnten Führerscheinerwerb, handelt es sich dabei um den Wechsel von Ausbildungsstätten. In Großbritannien geschieht ein erster Wechsel üblicherweise mit dem 11. Lebensjahr. Schüler beenden in diesem Alter die Grundschule (secondary school) und müssen sich für eine weiterführende Schule (senior school) entscheiden, was eine Änderung von Wegen und Aktionsräumen bedeutet. Gleiches gilt für Schüler im Alter von 15 Jahren, da sich dann die Möglichkeit bietet auf eine höhere Schule (college oder sixth form an einer anderen Schule) zu wechseln oder in das Berufsleben einzutreten. Aus Deutschland sind bisher keine Untersuchungen bekannt, die explizit die Möglichkeiten der Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens beim Wechsel von Ausbildungsstätten untersuchen bzw. kann dies als Teil von Mobilitätserziehung und Mobilitätsmanagement an Schulen betrachtet werden.

Abschluss der Ausbildung und Einstieg ins Berufsleben

In einem Forschungsprojekt an der Universität Leipzig wurde untersucht, ob es nach Abschluss der Universitätsausbildung zu Änderungen des Verkehrsverhaltens kommt (HARMS UND LANZENDORF, 2007, BUBNER ET AL., 2006). Es wurden insgesamt 1800 Absolventen der Universität Leipzig, die in den Jahren 2003 bis 2006 dort einen Abschluss erwarben, gebeten einen Fragebogen auszufüllen. Für die Auswertung standen schließlich Fragebögen von je 150 Absolventen der Studienrichtung Medizin, Wirtschaftswissenschaften, Geowissenschaften und Sozialwissenschaften zur Verfügung. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es sich beim Eintritt in das Berufsleben nicht um ein singuläres Lebensereignis handelt, sondern dass vielmehr unterschiedliche Phasen identifiziert werden können. Entscheidendster Moment scheint der Zeitpunkt der Aufnahme einer beruflichen Tätigkeit zu sein. Eine Vorher-Nachher-Analyse zeigte einen starken allgemeinen Trend zu höherem Pkw-Besitz (Anstieg um 12%) und höherer Pkw-Nutzung (Anstieg um 28%) nach dem Verlassen der Universität. Diese Entwicklungen stehen in Zusammenhang mit einem signifikanten Anstieg des Einkommens, stärkeren zeitlichen Einschränkungen und schlechter Anbindung des Arbeitsplatzes an den öffentlichen Verkehr. Schließlich bleibt anzumerken, dass umfassende Untersuchungen zu Umbruchsmomenten im Ausbildungsverkehr bis auf wenige lokale Analysen (MONHEIM ET AL., 1986) bisher weitestgehend fehlen.

3. Maßnahmen zur Bindung von Heranwachsenden an den ÖV

Um Heranwachsenden überzeugende Alternativen zum motorisierten Individualverkehr bieten zu können, müssen lokale und regionale Mobilitätsdienstleistungen bereitgestellt werden, die den spezifischen Bedürfnissen dieser Kundengruppe gerecht werden. Nach der Betrachtung des Mobilitätsverhaltens und der Auseinandersetzung mit Sozialisationsbedingungen wird in diesem Abschnitt die Angebotsseite näher beleuchtet. Ausgehend von den Kenntnissen zu mobilitätsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen der Heranwachsenden, die in den vorangehenden Abschnitten aufgezeigt wurden, werden im Folgenden Maßnahmen und innovative Dienstleistungen von Verkehrsunternehmen vorgestellt. Grundsätzlich geht es dabei nicht in erster Linie darum neue Kunden zu gewinnen, sondern Kunden, die mit dem System öffentlicher Verkehr gut vertraut sind, längerfristig an diesen zu binden. Maßnahmen, mit denen dies erreicht werden kann, sollten zielgruppenspezifisch sein. Dies gelingt zum Beispiel über die Bildung von Mobilitätstypen, die unter Einbezug psychologischer und soziologischer Faktoren klassifiziert werden. Was dies nun konkret für Maßnahmen im ÖV bedeutet, wird im Folgenden gezeigt.

3.1 Anforderungen an Maßnahmen im ÖV

Besonders von Seiten der Wissenschaft wird häufig kritisiert, dass im öffentlichen Verkehr zumeist betrieblich-technische Fragestellungen, politische Vorgaben und Fragen der Einnahmensicherung aus Subventionsquellen im Vordergrund stehen. Da politische Gremien aus Finanzierungsgründen die bedeutsameren „Kunden“ darstellen, würden zielgruppenorientierte Maßnahmen bisher nur vereinzelt angewendet (BLÜMEL, 2004). Von der Automobilbranche hingegen ließe sich lernen, wie kundenorientiertes Marketing gestaltet sein sollte (HUNECKE ET AL., 2007b).

In einem vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung geförderten Projekt wurde geprüft, ob Marketingstrategien aus der Automobilindustrie für ein symbolisch-emotionales

Marketing im öffentlichen Verkehr genutzt werden können (HUNECKE ET AL., 2007a). Als wesentliche Anforderungen an ein „neues“ ÖPNV-Marketing wurden sechs Fragen formuliert:

- Welche Zielgruppenansätze sind sinnvoll und effizient?
- Wie können Nutzerbedürfnisse erfasst und Kunden eingebunden werden?
- Wie kann eine nutzerorientierte Produktgestaltung aussehen?
- Wie sollten Zielgruppen angesprochen werden?
- Welche Unternehmensstrukturen und welche Aufgabenteilung zwischen den Akteuren im ÖPNV sind dafür geeignet?
- Wie kann der Nutzen der einzelnen Maßnahmen evaluiert werden?

Diese grundsätzlichen Fragestellungen lassen sich nicht nur für eine wirkungsvollere Kommunikation auf symbolisch-emotionaler Ebene nutzen, sondern können auch bei der Gestaltung neuer Mobilitätsdienstleistungen hilfreich sein. Es gilt, ein ganzheitliches Marketingspektrum zu entwerfen, in dem die Instrumente Produktenwicklung, Preisgestaltung, Vertrieb und Kommunikation jeweils ineinandergreifen. Das hier vorgeschlagene Projekt bietet die Möglichkeit, ein solches ganzheitliches Marketingspektrum, unter Berücksichtigung der oben genannten Fragestellungen konkret für die Zielgruppe der Heranwachsenden zu entwickeln. Damit würde sich dieses Projekt von dem Großteil der in Abschnitt 3.3 vorgestellten Maßnahmen abheben, die hauptsächlich auf den Bereich der Kommunikation beschränkt sind. Weiterhin wird durch die gezielte Ansprache von Heranwachsenden im Alter von 15 bis 27 Jahren genau die Kundengruppe erreicht, die aufgrund bereits erlebter Erfahrungen mit dem öffentlichen Verkehr vertraut ist und die in spezifischen Lebenssituationen, die als wichtige Ereignisse der Mobilitätssozialisation identifiziert wurden (Führerscheinerwerb, Umzüge, Berufseinstieg), gezielt einbezogen werden können.

Nutzerbedürfnisse und Kundenzufriedenheit im öffentlichen Verkehr

Ein überzeugendes Basisangebot ist Grundvoraussetzung der Kundenzufriedenheit im öffentlichen Verkehr, auch bei jungen Kunden. In Kundenbefragungen werden häufig bemerkenswert einfache Maßnahmen genannt, die zur subjektiven Verbesserung des Angebots beitragen können, von dieser Erfahrung berichten zum Beispiel HUNECKE und Kollegen (2007b). Als kostengünstige Maßnahmen nennen sie zwei Beispiele: Viele Fahrgäste empfanden es als störend, dass Fahrzeuge die Haltestelle verließen, obwohl herannahende Personen diese offensichtlich noch erreichen wollten. Ein sensibleres Verhalten der Fahrer in diesem Punkt kann Frustrationen der Kunden mindern. Als zweite kostengünstige Maßnahme wurde die Möglichkeit des Ausstiegs zwischen den Haltestellen im Busverkehr während der Abendstunden genannt. Beide Maßnahmen stellen Kontaktmöglichkeiten mit den Nutzern dar. Der Erfolg dieser Maßnahmen ist in erster Linie von freundlichem, hilfsbereitem Fahrpersonal abhängig. Es ergeben sich so positive, individuelle Erfahrungen, die weitererzählt werden und das Image des öffentlichen Verkehrs aufwerten können.

Der öffentliche Verkehr sollte also vor allem kundenfreundlich, verständlich und unkompliziert nutzbar sein. Bei der Produktplanung ist zwischen zwingenden Grundanforderungen und Zusatzleistungen zu unterscheiden. Befragungen zu Einstellungen von Heranwachsenden zu öffentlichen Verkehrsmitteln zeigten, dass auch für junge Kundengruppen Basismerkmale wie Takt, Platzverfügbarkeit, Pünktlichkeit und Preisgestaltung eine herausragende Bedeutung einnehmen (DÜRHOLT ET AL., 1999, MCWHANNELL UND BRAUNHOLTZ, 2002).

Verkehrsunternehmen erhoffen sich unter anderem durch den Einsatz neuer Technologien wie dem elektronischen Ticket neue Möglichkeiten der Rationalisierung ihrer Vertriebswege und Infrastrukturen sowie das Angebot flexibler Nutzungsformen. Gelingt es, überregionale Lösungen zu entwickeln, so können Kunden ohne Vorwissen über Ticketpreise und Tarifzonen und unabhängig von Ticketautomaten und Schalteröffnungszeiten den öffentlichen Verkehr komfortabel nutzen. Auch ergeben sich neue Möglichkeiten für die Entwicklung kombinierter und intermodaler Mobilitätsangebote. Gerade der technikaffinen Jugend könnte über den Einsatz dieser Neuerungen ein moderneres Image des öffentlichen Verkehrs vermittelt werden. Doch die Nutzung neuer Technologien stellt nur eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für die Bindung junger Kundengruppen an den öffentlichen Verkehr dar. Letztlich ist zur Bereitstellung echter intermodaler Angebote und effektiver Alternativen zum motorisierten Individualverkehr eine systemübergreifende Betrachtung notwendig. Eine Verbesserung des Angebots sowie die Abstimmung der Alternativen des Umweltverbundes bei zentraler Stellung des öffentlichen Verkehrs wären anzustreben.

Jugendmarketing

Aus dem Jugendmarketing anderer Branchen ist bekannt, dass Heranwachsende als äußerst sensible Kundengruppe mit ganz speziellen Ansprüchen an gute Werbung gelten (FRIES, 2003). Jugendliche reagieren besonders ablehnend auf Klischees in der Werbung sowie auf imperative Werbung. Stattdessen sind Witz, Überraschung und Originalität gewünscht. Betonte Jugendlichkeit wird ebenso eher abgelehnt wie der Einsatz von Jugendsprache. Beides wird leicht als Anbiederung verstanden. Relevante Werte für die Werbung Heranwachsender sind Authentizität, Glaubwürdigkeit, Natürlichkeit, Sinnlichkeit, Spaß und Leistung.

PROBST (2003) schlägt vor, das „Lebenszyklus-Marketing“ anzuwenden, um Heranwachsende effektiv ansprechen zu können. Den konzeptionellen Rahmen bilden dabei drei Schritte. Zunächst müssen grundsätzliche Fähigkeiten zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel erlernt werden. Dies kann zum Beispiel im Rahmen klassischer Mobilitätserziehung (vgl. Abschnitt 3.2) geschehen. Anschließend gilt es, Momente entlang des Lebenszyklus zu identifizieren, in denen grundlegende Entscheidungen bezüglich des Mobilitätsverhaltens getroffen werden. Erkenntnisse aus der sozialpsychologischen Verkehrsverhaltensforschung stützen diese Herangehensweise (vgl. Abschnitt 2.3). Schließlich müssen Maßnahmen zur Sicherstellung der Präsenz in diesen Momenten gestaltet werden, wobei die Art der Ansprache und die Gewinnung möglicher Kooperationspartner für den Erfolg entscheidend sind. In einer Analyse ausländischer Fallstudien stellt PROBST fest, dass es nur wenige Beispiele der direkten Ansprache von Heranwachsenden in dieser „entscheidenden Etappe der Mobilitätssozialisation“ (EBD.:36) gibt.

CAIRNS UND OKAMURA (2003) weisen in einer Studie darauf hin, dass Heranwachsende eine sehr preissensible Kundenschicht darstellen. Sie konnten zeigen, dass 17- und 18jährige durch zielgerichtete Aufklärungsarbeit über die genauen Kosten unterschiedlicher Verkehrsmittel davon überzeugt werden konnten, auf öffentliche Verkehrsmittel und das Fahrrad umzusteigen. Die Studie wurde in Japan und Großbritannien durchgeführt und erbrachte jeweils ähnliche Ergebnisse.

Systemkenntnisse nutzen

Bei der Analyse des Verhaltens von Heranwachsenden wird implizit davon ausgegangen, dass diese sich als geübte Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel durch eine hohe Systemkenntnis auszeichnen. Es sollen deshalb spezielle Angebote entwickelt werden, die direkt auf diese Kenntnisse setzen (RABE ET AL., 2002b). Geht diese Strategie auf, so können Heranwachsende als Innovatoren bzw. Trendscouts neue, kombinierte und integrierte Angebote des Umweltverbunds ausprobieren. Gerade intermodale Strategien, die MIV und Umweltverbund besser miteinander vernetzen, können dazu beitragen, öffentliche Verkehrsmittel wieder in die Wahrnehmung von bereits autofahrenden Heranwachsenden zurückzuholen.

3.2 Verkehrspädagogik, Mobilitätserziehung und Verkehrssicherheit

Überblicksdarstellungen zur Verkehrspädagogik verzeichnen das Aufkommen der klassischen Verkehrserziehung in den 1920er Jahren (ENDER, 2007, BORGARDS, 2005, FACK, 2000). Es ergab sich aufgrund des steigenden Verkehrsaufkommens die Notwendigkeit, Kinder mit den Risiken des Verkehrs vertraut zu machen. Der Straßenverkehr wurde als technisches System betrachtet, dessen Regeln und Funktionsweise von Heranwachsenden erlernt werden muss. Verkehrserziehung blieb somit Teil des Automobilismus, indem größtenteils das korrekte Verhalten gegenüber motorisierten Fahrzeugen eingeübt wurde. In den 1970er Jahren wurde ein erweitertes Verständnis von Verkehrserziehung entwickelt, welches auch psycho-motorische Grundlagen wie Wahrnehmung und Bewegung mit einbezog. Mitte der 1990er Jahre setzten sich Forderungen nach einer Erweiterung der immer noch größtenteils von Sicherheitsfragen geprägten Verkehrserziehung um Sozial-, Umwelt- und Gesundheitsaspekte durch. Der Übergang von der sicherheitsfixierten Verkehrserziehung zur Mobilitätserziehung, als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung, wurde auch von offizieller Seite als wünschenswert erkannt (FLADE und HACKE, 2004). Bereits frühzeitig sollen junge Menschen lernen, die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mobilitätsformen und Verkehrsmittel für die Gesundheit, die Gesellschaft und die Umwelt einzuschätzen und entsprechend ihrer Kenntnisse zu handeln. Zur Mobilitätserziehung zählen auch Gesundheitskampagnen, die den nichtmotorisierten Verkehr (Fahrrad, Fuß) fördern, Mobilitätsmanagementmaßnahmen an Schulen, die zur Nutzung des Umweltverbundes und zur Bildung von Fahrgemeinschaften anregen, sowie Umweltkampagnen.

Verkehrspädagogische Maßnahmen werden vor allem in der Primarstufe und der Sekundarstufe I angewandt. Als Mittel der Bewusstseinsbildung sollten diese Maßnahmen jedoch auch bei älteren Schülern einen größeren Stellenwert bekommen. Unterrichtseinheiten zur Mobilität sollten insbesondere für Schüler im Alter von 17 bis 19 Jahren gestaltet werden, da in diesem Alter von einem Großteil der Heranwachsenden der Pkw-Führerschein erworben wird. Folgende vier Leitgedanken sollten bei der Gestaltung der Unterrichtseinheiten beachtet werden (MIENERT, 2003):

- Die entwicklungspsychologische Bedeutung des Übergangs in die Automobilität für Heranwachsenden muss anerkannt werden.
- Individuelle Alternativen zum Pkw sollen aufgezeigt werden, ohne die Automobilität selbst abzuwerten.
- Mobilitätserziehung muss schon im Kindesalter beginnen und langfristig orientiert sein.
- Emotionale Aspekte der Verkehrsmittelwahl müssen stärker als bisher berücksichtigt werden.

Mobilitätspädagogische ÖPNV-Programme werden von unterschiedlichen Institutionen für die Sekundarstufen I und II angeboten. Meist stehen dabei Umweltaspekte im Mittelpunkt. Ziel ist eine kritische Auseinandersetzung mit Erscheinungen, Bedingungen und Folgen der Mobilität und die Vermittlung von daraus abgeleiteten Anforderungen an die zukünftige Gestaltung von Mobilität. Einen umfassenden Überblick zum Stand der Mobilitätsberatung und -erziehung wurde im Auftrag des Umweltbundesamtes erarbeitet (EISENMANN ET AL., 2005). Es findet sich dort ein Überblick zu verkehrspädagogischen Maßnahmen und Erfahrungsberichte aus Modellschulen.

3.3 Maßnahmen von ÖPNV-Anbietern

In Anlehnung an das Projekt U.Move (BÄUMER ET AL., 2002) werden Maßnahmen der ÖPNV-Anbieter zur Kundenbindung und Neukundengewinnung in der Altersgruppe der 15- bis 27jährigen in diesem Abschnitt in fünf Kategorien eingeteilt. Den Kategorien „Tickets und Tarife“, „Nachtangebote“, „Mobilitätserziehung, Information und Awareness“, „Beteiligung von Heranwachsenden“, sowie „vernetzbare Angebote“ werden in Tabelle 3-1 Beispiele zugeordnet.

Ein mittlerweile weitgehend etabliertes Angebot im Kerngeschäft öffentlicher Verkehrsunternehmen sind spezielle *Tickets und Tarife* für Heranwachsende. Seit Anfang der 1990er Jahre werden diese Ticketangebote erprobt und sind mittlerweile in vielen Verkehrsverbünden in unterschiedlicher Form verfügbar. Heranwachsende im Alter von 13 bis 19 Jahren konnten im Jahr 2003 durchschnittlich über 100 € im Monat frei verfügen. Die finanziellen Möglichkeiten der 20- bis 25jährigen ist stark abhängig vom Ausbildungsstand und Berufsstatus. Die relativ geringe Mittelausstattung hat eine hohe Preissensibilität von Jugendlichen zur Folge. In Tabelle 3-1 werden Angebote genannt, die diese Preissensibilität berücksichtigen. Das **Schüler-Ferien-Ticket Thüringen und die Schüler-Ferien-Uhr** ist ein Angebot, dass bereits 1993 von der Omnibusverkehr Saale-Orla-Rudolstadt GmbH erstmals angeboten wurde und später auf das gesamte Gebiet des Landes Thüringen ausgeweitet wurde. Das **Ferien-Ticket Bayern** zeichnet sich dadurch aus, dass es auch von Studenten bis zu einem Alter von 27 Jahren erworben werden kann. Es berechtigt allerdings nicht zur Nutzung des gesamten Spektrums an öffentlichen Verkehrsmitteln. Es existieren unterschiedliche Modelle dieser Ferien-Angebote mit spezifischen Vor- und Nachteilen. Das dritte Beispiel ist das **Junior-Ticket des Verkehrsverbunds Rhein-Sieg**. Vorteile dieses Angebots ist die Ausrichtung auf den Freizeitverkehr und die Kundenbindung, die über eine Kundenkarte ermöglicht wird. Aufbauend auf dieser Kundenkarte könnte den Heranwachsenden altersspezifische Angebote unterbreitet werden. Inwieweit dies beim Junior-Ticket bereits vollzogen wird, ist nicht bekannt. Die **RMV-CleverCard** erlaubt es Schülern und Auszubildenden in den Ferien im gesamten RMV-Gebiet kostenfrei öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Schließlich sei auf das Angebot **„Gleis 7“** verwiesen, welches in der Schweiz erworben werden kann und in dieser Form in Deutschland wohl nicht umsetzbar ist. Es handelt sich dabei um eine Jahresnetzkarte der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) für Heranwachsende bis 25 Jahren, welche täglich ab 19 Uhr auf dem gesamten Streckennetz der SBB sowie auf dem Netz von über 100 privaten Transportunternehmen gültig ist. Ein ähnliches Konzept wird in den Niederlanden für Studenten angeboten, die Anspruch auf staatliche Studienförderung haben. Mit der **OV-Studentenkaart** haben die Studenten dann die Möglichkeit, im gesamten Gebiet der Niederlande zu bestimmen Zeiten kostenfrei öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Die Einführung dieses Tickets Anfang der 1990er wurde umfangreich wissenschaftlich begleitet (CHEUNG ET AL., 1996). Die Konditionen wurden seit der Einführung mehrfach angepasst.

Tabelle 3-1 – Ausgewählte Mobilitätsangebote für Heranwachsende - Teil 1 - *Quelle: erweiterte, aktualisierte und ergänzte Zusammenstellung nach an BÄUMER ET AL. (2002)*

Mobilitätsangebot	Anbieter	Produktbeschreibung
Tickets und Tarife		
Schüler-Ferien-Ticket Thüringen Schüler Ferien-Uhr Thüringen	- Nahverkehrsservicegesellschaft Thüringen mbH - http://www.nvsthueringen.de/ - DB Regio AG - Region Südost - www.bahn.de/thueringen - Marketingkooperation Bus Thüringen e. V. - www.bus-thueringen.de - Verkehrsgemeinschaft Mittelthüringen GmbH - www.nahverkehr.de	- in den Sommerferien mit der „Ferien-Flatrate“ Bahn-Regionalverkehr, Bus und Straßenbahnen (19€) bzw. Busverkehr (Schüler-Ferien-Uhr – 9€) in Thüringen nutzen - Schüler-Ferien-Uhr wird seit 1993 angeboten - gilt für Schüler bis zu 20 Jahren - Angebot beinhaltet Rabatte bei Bonuspartnern - Jugendgerechte Internetpräsenz: http://www.sft-thueringen.de/
Ferien-Ticket-Bayern	- DB Regio AG - www.bahn.de/bayern - Bayerische Oberlandbahn - Münchner Verkehrsverbund - Verkehrsverbund Großraum Nürnberg - Regentalbahn	- Für Schüler und Studenten bis 25 Jahren zum Preis von 43€ (2010) - Seit 1992 für den Zeitraum der Sommerferien angeboten - Gültig für Züge der DB AG und bei den Kooperationspartnern
Junior-Ticket	- Verkehrsverbund Rhein-Sieg GmbH - www.vrsinfo.de	- Für Personen bis 20 Jahren zum Preis von 14,70€ (oder 12,70€ im Abo) - An Werktagen ab 14 Uhr im gesamten VRS-Gebiet gültig, an Wochenenden und Feiertagen ganztägig - Zum Erwerb ist eine Kundenkarte notwendig
RMV-CleverCard	- Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV)	- Ausbildungstarif für Schülerinnen und Schüler sowie für Auszubildende - Darüber hinaus bietet die Internetseite http://www.deine-welt.de/ Tipps für Freizeitaktivitäten, Gewinnspiele
Gleis 7	- Schweizerische Bundesbahnen - www.gleis7.ch	- 16jährige Einsteiger erhalten die Gleis-7-Karte besonders günstig - Als Zusatzkarte zum Halbtax (ähnlich der DB Bahncard) zum Preis von 99 sFr angeboten (Halbtax 249 sFr) – zusammen ca. 160 € - Günstigere Abonnement-Angebot vorhanden - Sehr aktuelles Internetangebot mit Veranstaltungshinweisen und Ticketverlosungen
OV-Studentenkaart	- Informatie Beheer Groep - www.ib-groep.nl	- Eine Art Semesterticket für die Niederlande (gültig im gesamten Land) - Für Studenten, die Anspruch auf die niederländische Studienfinanzierung haben - Gilt, mit zeitlichen Einschränkungen, für alle öffentlichen Verkehrsmittel in den gesamten Niederlanden.

Fortsetzung auf der folgenden Seite

Tabelle 3-1 – Ausgewählte Mobilitätsangebote für Heranwachsende – Teil 2 - *Quelle: erweiterte, aktualisierte und ergänzte Zusammenstellung nach an BÄUMER ET AL. (2002)*

Mobilitätsangebot	Anbieter	Produktbeschreibung
Nachtangebote		
Nordfriesland-Nacht-Taxi	- Kreis Nordfriesland - Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein - Taxiunternehmen im Kreis Nordfriesland - Verkehrsgemeinschaft Nordfriesland Regional	- 50% Rabatt auf Taxifahrten mit einem Gutscheinsystem - Vor allem als Projekt zur Erhöhung der Verkehrssicherheit initiiert - Finanzierung aus Finanzausgleichszahlungen des Landes für den ÖPNV an die Kreise
Havag DiscoBus	- Hallesche-Verkehrs-AG – www.havag.com	- Verbindung von Discotheken in Halle - an gering frequentierten Tagen als Rufbus zu erreichen
Mobilitätserziehung, Information und Awareness		
„Mobility – und ihre Stadt bewegt sich“ - http://www.mobility-online.de/	- DaimlerChryler AG - Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH - Verkehrsverbund Rhein-Ruhr GmbH	- Verkehrssimulationsspiel bei dem in einer selbst zu entwickelnden Stadt der Verkehrs möglichst attraktiv sowie wirtschaftlich und ökologisch gestaltet werden muss - Spielerisches erlernen der Zusammenhänge von Mobilität und Verkehr - Erweitertes Nachfolgeprojekt www.deintown.de
„Das Mobi-Race“	- Münchner Verkehrsgesellschaft mbH (MVG)	- Schulheft für den öffentlichen Personennahverkehr in München
„Mobil mit Bus und Bahn“ Schulberatung des HVV	- Hamburger Verkehrsverbund GmbH	- Beratung an Schulen zur Förderung des selbstständigen Umgangs mit den Angeboten des öffentlichen Verkehrs - Für unterschiedliche Klassenstufen abgestimmtes Angebot an Materialien und Unterrichtsprojekten - Projekte zur Vandalismusprävention
„Pauk & Ride“ – Das junge Mobilitätsnetz des VGN	- Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN)	- Klassische Mobilitätserziehung für Schüler in Grundschulen und der Sekundarstufe I (1. bis 10.Klasse) - Besonderheit: umfangreiches Internetangebot mit Unterrichtsmaterialien, Informationen zur Mobilität, zu Ausflugsmöglich-keiten und zu Ticketpreisen
Fantasy-Charaktere als Identifikationsfiguren	- Forschungsgesellschaft Mobilität	- Gestaltungsvorschlag für die Kommunikation von Mobilitätsthemen (URANITSCH, 2006) - Anwendung neuer pädagogischer Modelle in einem Mobilitätsquizspiel mit 600 Fragen aus 6 Bereichen - Ca. bis zur Klassestufe 8 geeignet - www.urbantroll.com

Fortsetzung auf der folgenden Seite

Tabelle 3-1 – Ausgewählte Mobilitätsangebote für Heranwachsende – Teil 3 - *Quelle: erweiterte, aktualisierte und ergänzte Zusammenstellung nach an* BÄUMER ET AL. *(2002)*

Mobilitätsangebot	Anbieter	Produktbeschreibung
Beteiligung von Heranwachsenden		
Kampagne „YOU-Move.NRW“	- Kampagnenkoordination: BUND NRW - Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH - Zahlreiche NGOs, Jugendorganisationen, Verkehrsunternehmen, Nutzer/Verbraucherverbände	- Heranwachsende entwickelten Ideen für die Entwicklung nachhaltiger Mobilität
YOUTH – Jugend wirbt für umweltfreundliche Mobilität	- **Y**oungsters **O**verhaul today’s **U**rban **T**ransport **H**abits - P.O.P.-Consulting Berlin (Projektkoordinator)	- EU-Projekt bei dem Jugendliche aus Berlin, Bukarest, Gdynia und Rotterdam gemeinsam eine europäische Werbekampagne für nachhaltige Mobilität gestalteten
Kurzfilme	- Mobiel21 http://www.mobiel21.be/	- Filme sollen v.a. Diskussionen der Heranwachsenden anregen und zur Auseinandersetzung mit ihrer eigenen Mobilität beitragen - Filme als modernes Mittel zur Steigerung der Aufmerksamkeit und Reflektion zu einem Thema (CANTERS und AUWERX, 2006)
Vernetzbare Angebote		
Ermäßigte CarSharing-Gebühren für Studenten	- teilAuto – www.teilauto.net	- Verringerter monatlicher Grundpreis, verringerte Kaution, Erlass des einmaligen Startpreises
velib - Öffentliche Fahrräder in Paris	- Stadt Paris http://www.velib.paris.fr/	- Richtet sich nicht ausdrücklich an Heranwachsende, wird jedoch insbesondere von diesen genutzt
Nextbike Leipzig	- Nextbike – www.nextbike.de - Leipziger Verkehrsbetriebe GmbH – www.lvb.de	- Abo-Kunden der LVB erhalten die UmweltCard GOLD, die es erlaubt, Fahrrädern des Verleihers „nextbike“ für eine Stunde kostenfrei zu nutzen - Standorte der Fahrräder im Internet abrufbar

Neben den in Tabelle 3-1 genannten Beispielen existieren weitere allgemeine Maßnahmen im Bereich Tickets und Tarife. Im Ausbildungs- und Schülerverkehr ist es zum einen wünschenswert, dass die Fahrkarten nicht nur zwischen Wohn- und Ausbildungsort Gültigkeit besitzen, sondern auch für Freizeitwege verwendet werden können. Zum anderen ist es wichtig, ausreichende Sitzplätze zur Verfügung zu stellen, um das Image des öffentlichen Verkehrs in den Augen des „Zwangskunden Schüler“ nicht negativ zu beeinflussen. Es bietet sich an, Heranwachsende beim Erreichen der Altersgrenzen für ermäßigte Tarife mit weiteren speziellen Tarifangeboten zu ködern (MATTHES ET AL., 2003). So gibt es z.B. in Thüringen ein Semesterticket speziell für Absolventen. Damit können diese nach erfolgreichem Studienabschluss weitere sechs Monate Nahverkehrszüge in Thüringen nutzen. Die Bedeutung von zielgruppengerechtem Marketing für Heranwachsende erkannte z.B. auch die DB Regio, wie HARNISCHFEGER (2009) in einem Artikel zeigt. Eine Maßnahme, die eher die Angebotsplanung betrifft, ist die gute Erreichbarkeit von Freizeitbeschäftigungen (z.B. Musikschule,

Sportverein) um öffentliche Verkehrsmittel auch für Freizeitwege attraktiv zu machen. Gleiches gilt für abendliche und nächtliche Fahrten zu Kino, Gastronomie, Theater und Disco.

Neben speziellen Tarifen zählen *Nachtangebote* zu Maßnahmen, welche die Angebotsplanung betreffen. Zahlreiche Verkehrsunternehmen bieten Nachtbus- oder Rufbuslinien an, die anteilsmäßig stark von Heranwachsenden genutzt werden (RODE, 2001). Ein innovatives Nachtangebot im ländlichen Raum stellt das **Nordfriesland-Nacht-Taxi** dar. Da im Flächenkreis Nordfriesland weite Anfahrtswege zu Veranstaltungsorten zurückgelegt werden müssen und Busse zu später Stunde oft nicht mehr fahren, wurde in Kooperation mit Taxiunternehmen ein gutscheinbasiertes Rabattsystem eingeführt, welches Jugendlichen einen Nachlass von 50% auf den normalen Taxitarif bietet. Legitimiert wird das Angebot vor allem auch als Maßnahme zur Verringerung des Risikos, dass Jugendliche unter Alkoholeinfluss am Straßenverkehr teilnehmen. Der **Havag-Discobus** ist eines von zahlreichen Beispielen für Nachtangebote, die jugendliche Discothekenbesucher ansprechen. Durch derartige Angebote sollen Verkehrsunfälle von Jugendlichen nach Discobesuchen verringert und Mobilitätschancen für Jugendliche ohne Auto verbessert werden. Ähnlichkeit besitzen diese Offerten mit Nachbusangeboten, wie sie z.B. auch im Raum Frankfurt a.M. eingesetzt werden.

Im Bereich der Verkehrs- und *Mobilitätserziehung* (vgl. Abschnitt 3.2) kann auf einen großen Fundus an Unterrichtsmaterialien, Handlungsleitfäden und wissenschaftliche Berichte zurückgegriffen werden (vgl. DEETJEN, 1997, ECHTERHOFF ET AL., 1999). Die Mobilitätserziehung sollte neben der Vermittlung der sicheren Fortbewegung im Straßenverkehr drei pädagogische Funktionen erfüllen: die Vermittlung gesundheitlicher Aspekte, das Erlernen von umweltschutzbezogenen Zusammenhängen sowie die Bewegungs- und Sozialerziehung. An die Mobilitätserziehung wird ein hoher Anspruch gestellt, der sich in Lehrplänen bisher jedoch nur unzureichend widerspiegelt. Verkehrsunternehmen wirken häufig als Mitinitiatoren von Maßnahmen, die der Mobilitätserziehung dienen. An dieser Stelle sei exemplarisch auf das Hamburger Projekt **„Mobil mit Bus und Bahn“** verwiesen, welches explizit mit dem Ziel initiiert wurde, neue Kunden in der Altersgruppe der unter 18jährigen zu gewinnen (HUBER und RHODE, 2000). In dieser Hinsicht hebt sich dieses Projekt in gewisser Weise von ähnlichen Maßnahmen ab, die vor allem das Ziel verfolgen, die Verkehrssicherheit zu erhöhen. Im Beispiel aus Hamburg können Schüler unter anderem in selbstständig durchgeführten Forschungsaktivitäten verschiedene Projektthemen aufarbeiten und sich so intensiv mit dem öffentlichen Verkehr beschäftigen. Neben Maßnahmen an Schulen und Freizeitinstitutionen gibt es spezielle Lernsoftware, mit der Kindern Zusammenhänge von Mobilität, Verkehr und Umweltwirkungen spielerisch nahe gebracht werden sollen. Als Beispiel sei hier das Projekt **„Mobility“** genannt, welches mit der Software **„dein|t|o|w|n“** ein ambitioniertes Nachfolgeprodukt erhielt. Von einigen Verkehrsunternehmen werden Spiele veranstaltet, die z.B. in Form von Städterallys interessierte Heranwachsende mit dem öffentlichen Verkehr in einer Kombination von Beteiligung und Spiel vertraut machen sollen. Zur Mobilitätserziehung sind auch Maßnahmen zu zählen, die Einblick in Unternehmensstrukturen und technische Abläufe gewähren. Die Maßnahmen und Aktionen im Bereich Mobilitätserziehung richten sich nahezu ausschließlich an Personen unter 18 Jahren. Der Einsatz für ältere Heranwachsende wurde bisher nicht erprobt. Informations- und Awarenesskampagnen arbeiten teilweise mit ähnlichen Ansätzen und Methoden wie Projekte der Mobilitätserziehung. Die Basis für erfolgreiche Angebote bilden gut zugängliche und qualitativ hochwertige, zielgerichtete Informationen. Ein Beispiel für die Verknüpfung von mobilitätspädagogischen Elementen und einer auf Information und Awareness aufbauenden Imagekampagne ist das Münchner Projekt Mobi-Race (HEIPP UND KÖNIG, 2006). Ein weiteres Beispiel,

ist das Projekt Pauk & Ride. Dieses verfolgt das Ziel, geeignete Maßnahmen und Materialien im Bereich der Mobilitätserziehung bereitzustellen um die Gestaltungskompetenz von Heranwachsenden zur umweltgerechten Verkehrsmittewahl zu fördern. Besondere Beachtung verdient dabei die sehr umfangreiche Internetpräsenz, die zahlreiche Unterrichtsbeispiele bereitstellt (DECHAMPS ET AL., 2005).

In einigen Kampagnen und Projekten von Verkehrsunternehmen wird auf die *Beteiligung von Heranwachsenden* bei der Verbesserung des Angebotes an Mobilitätsdienstleistungen gesetzt. Jugendliche agieren dabei als Ideengeber für eine Verbesserung des Angebots im öffentlichen Verkehr, sollen in speziellen Jugendbeiräten Vorschläge äußern oder als Fahrbegleiter für Ordnung sorgen. Die Kampagne „you-move.nrw“ (REUTTER, 2004a, REUTTER, 2004b) ist ein in Nordrhein-Westfalen durchgeführtes Vorzeigeprojekt im Bereich Beteiligung von Heranwachsenden. Jugendliche waren aufgefordert, Vorschläge für Projekte einzureichen, die eine jugendgerechte und umweltfreundliche Mobilitätsgestaltung erlaubt. Aus knapp 100 Beiträgen wählte eine Jury die besten Projekte aus, die dann möglichst öffentlichkeitswirksam präsentiert wurden. Vier Themenfelder des Wettbewerbs waren vorgegeben (REUTTER ET AL., 2003): 1. Mobil durch junge Verkehrsmittel: neue Mobilität (Ideen für die Kombination von Inline-Skates, Fahrräder, Skateboards etc. und dem öffentlichen Verkehr, sowie Ideen für neue Angebote im Freizeitbereich wie Discolinien und Nachtbusse); 2. Ohne Grenzen mobil (Ideen für Tickets und Tarife); 3. Mobilität besser managen (Ideen für bessere Informationen); 4. Erlebnis Nahverkehr (Die Spaß- und Erlebniskomponente des öffentlichen Verkehrs sollte über Ideen für besseres Design, Unterhaltung für unterwegs und der Gestaltung von Haltestellen angesprochen werden.). Ideen, die in den Wettbewerb eingebracht wurden, waren z.B. die Umgestaltung von Bussen und Straßenbahnen, der Einsatz jugendlicher Fahrzeugbegleiter als Berater und Helfer im ÖV (Mobile Angels) sowie Kopfhöreranschlüsse mit Musikprogramm von jugendlichen Nachwuchsbands der Region in Bussen. Es wurden sechs Erfolgsfaktoren für die Projekte benannt:

1. Belohnungen, Preise
2. Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit
3. Funktionierende Netzwerke
4. Umsetzungsmöglichkeit der Projekte durch die Politik und die Verkehrsunternehmen
5. Der Spaßfaktor und die Erlebnisqualität
6. Das Wissen und die Kompetenz der Teilnehmer

Je besser verschiedene Angebote ineinander greifen, desto größer ist die Chance, dass Jugendliche nach dem Führerscheinerwerb nicht vollständig auf den Pkw umsteigen. Die in Tabelle 3-1 genannten Beispiele für *vernetzbare Angebote* können als Bausteine für die Verknüpfung von Pkw, ÖV und Radverkehr dienen. Verleihräder wie in Paris und Leipzig sind dabei durch die Tarifstruktur besonders für Heranwachsende geeignet. Für kurze Nutzungen bis zu 30 Minuten (Paris) bzw. einer Stunde (Leipzig) werden keine Gebühren erhoben. Eine Erweiterung des ÖV-Angebots durch einen Pkw-Baustein ist in Form des Car-Sharing möglich. Durch eine geeignete Tarifstruktur kann dieses Angebot insbesondere für Heranwachsenden ab 18 Jahren beworben werden. Denkbar wäre die Kombination mit einem ÖV-Abonnement. Ein vernetzbares Angebot, welches bisher nicht direkt zur Ansprache von Heranwachsenden genutzt wurde, ist das **Mobilpaket**. Mobilpakete sind Angebote, die verschiedene Dienstleistungen bündeln und als Paket mit attraktiven Rabattmöglichkeiten beworben wird. Solche Angebote wurden bereits in einigen Verkehrsunternehmen erprobt. Gelingt es, die Preisgestaltung den begrenzten finanziellen Mitteln der Gruppe der Heranwachsenden anzupassen,

so könnte mit einem derartigen Angebot eine für diese Kundengruppe attraktive Zugriffsmöglichkeit auf unterschiedliche Verkehrsmittel mit einem einzigen Zugangssystem erfolgen. Das Angebot eines Mobilpakets eröffnet weiterhin neue Möglichkeiten im Bereich des Stammkundenmanagements. Über eine genaue Analyse der Nutzungsgewohnheiten können Maßnahmen angepasst und das Angebot somit weiter attraktiviert werden. Eine zielgruppenspezifische Kundenansprache zum Zweck der Kundenbindung wird somit ermöglicht.

Internationale Beispiele

Die Förderung nachhaltiger Mobilität von Heranwachsenden wird auch in anderen Ländern in unterschiedlicher Form angestrebt. Es dominieren Maßnahmen zum Mobilitätsmanagement, zur Förderung des Fuß- und Radverkehrs sowie das Thema Verkehrssicherheit. Projekte, die explizit Anreize zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel entwickeln, finden sich nur vereinzelt.

ECOMOB – Equal Chances of Mobility in Rural Space

In der österreichischen Gemeinde Straden wird derzeit ein Projekt zur Mobilität von Heranwachsenden im ländlichen Raum durchgeführt (JAUSCHNEG, 2009). Ziel dieses Projektes ist es, das Mobilitätsverhalten und die Mobilitätsbedürfnisse von Heranwachsenden zu erfassen um daraus planerische Leitlinien abzuleiten, die eine Sicherung der Lebensqualität, Chancengleichheit in der Mobilitätsteilhabe und eine nachhaltige Gemeinde- und Regionalentwicklung ermöglichen.

EU-Projekt MOST – Mobility Management Strategies for the Next Decades

Im EU-Projekt MOST wurden ca. 30 Demonstrationsvorhaben im Mobilitätsmanagement praktisch erprobt. Es wurden die Bereiche Tourismus, Schule, Krankenhäuser, Mobilitätsberatung und Mobilitätszentralen untersucht. Im Bereich des schulischen Mobilitätsmanagements wurden vor allem Möglichkeiten der Reduktion von MIV-Fahrten von und zur Schule diskutiert. Vorgeschlagen wurden Aktionen wie „Autofreie Schulwochen“, sogenannte „bike-pools“ zur Förderung des Fahrradverkehrs, die Erstellung schulischer Mobilitätspläne und die Einsetzung von Mobilitätsberatern in Schulen. Insbesondere in England ist schulisches Mobilitätsmanagement stark vertreten.

EU-Projekt „SUN – Saving Energy by Using Mobility Management in Schools“

Ein weiteres EU-Projekt aus dem Bereich Mobilitätsmanagement wurde in den Jahren 2000 und 2001 in Zusammenarbeit mit Schulen in Deutschland, Italien, Österreich und Großbritannien durchgeführt. Schüler waren dabei aufgefordert, Angaben zu ihrem Verkehrsverhalten zu machen. Ziel des Projektes war die Reduktion von Hol- und Bringdiensten. Schulen in Großbritannien wiesen mit 60% den höchsten Anteil an MIV-Begleitwegen auf. In Österreich (40%), Italien (25%) und Deutschland (10%) war dieser Wert bedeutend geringer. Achtzig Prozent der britischen Kinder, die mit dem Pkw zur Schule gefahren werden, gaben an, noch nie ein anderes Verkehrsmittel benutzt zu haben. In Italien betrug dieser Wert ebenfalls 80%, in Österreich war er mit 60% etwas geringer. Für Deutschland wurden keine Aussagen zu diesem Punkt erhoben. Als besonders erschwerend für eine Änderung des Mobilitätsverhaltens wurden weite Distanzen zum Ausbildungsplatz, eine schlechte Anbindung an den öffentlichen Verkehr und fehlende Radwegenetze identifiziert.

EU-Projekt „Provider“

Das Projekt „Provider“ knüpft an Ergebnisse des EU-Projektes „SUN“ an. Ziel des Projektes ist die Bildung eines europaweiten thematischen Netzwerkes sowie der Aufbau einer Internet-Plattform zur Förderung nachhaltiger Ansätze der Mobilität von Heranwachsenden. Ein Ergebnis des Projektes ist eine Internet-Plattform (www.schoolway.net), auf der frei zugängliche Informationen und Hilfen für die schulische Erziehung zur nachhaltigen Mobilität und die Erstellung von Mobilitätsplänen für Jugendliche angeboten werden.

EU-Projekt „STEP BY STEP – Awareness for clean urban transport

Im Rahmen des EU-Projekts „Step by Step“ wurden in Frankfurt a.M. und in Danzig Projekte und Informationskampagnen zur Förderung des öffentlichen Verkehrs durchgeführt. An einer Frankfurter Schule wurde zu diesem Zweck Unterrichtseinheiten zur Mobilitätserziehung erarbeitet (BRUNOTTE ET AL., 2004, TRAFFIQ, 2004, BIEN, 2007). In Danzig wurde ein Wettbewerb initiiert, bei dem Schüler ihre Eltern zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel überzeugen sollten (FORSCHUNGSGESELLSCHAFT MOBILITÄT, 2004).

Internationale Aktionstage und Aktionswochen

Aktionstage und Aktionswochen dienen neben der Mobilitätserziehung im Unterricht als Maßnahmen, um dem zunehmenden Trend der Autonutzung für den Weg zur Ausbildungsstätte entgegenzuwirken. Da diese Maßnahmen überwiegend zur Stärkung des nichtmotorisierten Verkehrs führen sollen, der öffentliche Verkehr hingegen nur am Rande bedacht wird, werden hier nur einige Beispiele schlagwortartig genannt (vgl. EISENMANN ET AL., 2005). Der **„I walk to school day“** wird jährlich im September oder Oktober begangen. Schüler und Lehrer sind aufgefordert, zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Schule zu gelangen. Für die Schüler werden Spiele und Informationsveranstaltungen auf dem Schulgelände angeboten. Ein ähnliches Konzept verfolgt der **„Car free school day“**, der in Kanada, den USA und Großbritannien durchgeführt wird. Es wird dabei auch die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel angeregt. Der **„Park away school day (Walk a block, park and walk)”** wird in Kanada und Großbritannien durchgeführt. Eltern werden aufgefordert, die letzte Etappe zur Schule zu Fuß zurückzulegen.

Weitere Aktionsbeispiele aus dem Ausland

Weitere Aktionen zur Änderung des Mobilitätsverhaltens weisen eher langfristigen Charakter auf. Dazu zählen **Gehgemeinschaften („Walking busses“, „Pedibus“)**, die es Kindern ermöglicht, den Schulweg in der Gruppe mit anderen Schülern und mit einer Begleitperson zurückzulegen. Dadurch werden Sicherheitsbedenken abgebaut (CANTERS, 2008). Diese Aktion ist aus Großbritannien, der Schweiz, Österreich, den USA und Australien bekannt. Konzeptionell ähnlich sind **Radfahr-Gemeinschaften („Bicycle-pooling“, „Cycling train“)** und **Pkw-Fahrgemeinschaften („Car pooling“, „Car sharing“)** aufgebaut. Eine Aktion, die auch den öffentlichen Verkehr mit einbezieht, wurde in Bozen (Italien) durchgeführt. Dort bekommen Kinder in der Mobilitätserziehung Punkte für umweltfreundliches Verkehrsverhalten. Diese wurden in ein Bonusheft eingetragen, mit dem schließlich Preise gewonnen werden konnten.

Innovative Regelungen im RMV

Tabelle 3-2 zeigt eine Auswahl bestehender Maßnahmen im RMV, die die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Heranwachsende attraktiver gestalten.

Tabelle 3-2 – Innovative Regelungen im RMV mit positiven Effekten für Heranwachsende

	Innovative Regelungen im RMV
Angebotsplanung	- Abstimmung des Schülerverkehrs mit Unterrichtsanfangs- und endzeiten
Information	- Magazin RMV-Mobil mit Ausflugstipps, Tipps zum ÖV und Mobilität - Jugendseite www.mainmove.de - Jugendseite www.deine-welt.de
Tarif/ Vertrieb	- Mit einer Fahrkarte alle Nahverkehrsmittel im RMV nutzen (Regio, S-, U-, Straßenbahn, Bus) - Kinder bis 6 Jahre kostenlos - Kinder von 6 bis 14 Jahren günstige Kinderfahrkarten - Beliebiges Startdatum für Wochen- und Monatskarten - Tages-, Wochen-, Monatskarten sind übertragbar - Jahreskarte ist jederzeit kündbar (kein finanzielles Risiko) - Hessenticket - Handyticket - CleverCard (für Schüler und Azubis -- gültig zwischen Wohnort und Ausbildungsstätte, in den Ferien RMV-weit) - Anschlussfahrkarten für Zeitkartenbesitzer - Gruppentarife - Mitnahmeregelung mit Zeitkarte ab 19 Uhr, an Wochenenden und Feiertagen (1 Erwachsener, bis zu 3 Kinder)
Service/ Dienstleistung	- Kostenlose Fahrradmitnahme - Online-Fahrplanauskunft (mit Zusatzauskünften z.B. zur Barrierefreiheit) - Fahrplanauskunft aufs Handy "rmv2go" (WAP)
Kooperation	- RMV-Erlebniscard

Abschließend werden einige Maßnahmen zur Kundenbindung und Neukundengewinnung, die in der Zielgruppe der Heranwachsenden Anwendung finden können in Tabelle 3-3 zusammengefasst.

Tabelle 3-3 – Maßnahmen zur Kundenbindung und Neukundengewinnung in der Zielgruppe der Heranwachsenden – Teil 1

	Maßnahmen
Angebotsplanung	- Anpassung Liniennetz - Erhöhung Taktdichte - Erhöhung Bedienungshäufigkeit - Verbesserung Umsteigebeziehungen - Adäquate Beförderungskapazitäten zu den Spitzenzeiten bereitstellen - Bedarfsorientierte Angebote (z.B. Spätverkehre, Discobusse, Nachtbusse) - Anbindung von Einrichtungen, die von Jugendlichen frequentiert werden - Neue Linienführung (gemeinsam mit Finanzpartnern)

Fortsetzung auf der folgenden Seite

Tabelle 3-3 – Maßnahmen zur Kundenbindung und Neukundengewinnung in der Zielgruppe der Heranwachsenden – Teil 2

	Maßnahmen
Information/ Imagepflege	- Standortbezogene Fahrplanaushänge in Schulen - Tag der offenen Tür - Stadtpläne und Fahrpläne für Jugendliche und Kinder erstellen - Attraktives Fahrkartendesign - Ansprechende (nicht anbiedernde) Werbung für Angebotsverbesserungen
Tarif/ Vertrieb	- Fahrpreisermäßigungen - Vergünstigungen auch außerhalb der Schulzeiten (Schüler-Freizeit-Ticket) - Zu bestimmten Tages- und Nachtzeiten nochmals ermäßigter Tarif - Voller Preis erst ab 16?, 18? - Dauerkarten
Service/ Dienstleistung	- Komfort der Fahrzeuge - Ausstattung, Gestaltung der Haltestellen - Einfach zu bedienende Kartenautomaten - Bike and Ride - Zugangskontrollierte Bereiche in Bike and Ride-Anlagen - Fahrradverleih an ÖPNV-Haltestellen
Kooperation/ Entwicklung neuer Geschäftsfelder	- Zielgruppenorientierte intermodale Mobilitätsdienstleistungen - Bereitstellung Stellplätze für Car-Sharing-Anbieter in Haltestellennähe - Kooperation mit Fahrradverleihfirmen

4. Literatur

Aarts, Henk (1996): Habit and decision making. The case of travel mode choice. Katholieke Universiteit Nijmegen.

Ahrend, Christine (2002): Mobilitätsstrategien zehnjähriger Jungen und Mädchen als Grundlage städtischer Verkehrsplanung. Münster, New York, München, Berlin. (= Internationale Hochschulschriften, 381).

Ajzen, Icek (1991): The theory of planned behavior. In: Organizational behavior and human decision processes 50, S. 179-211.

Bachiri, Nabila, Carole Després & Geneviève Vachon (2008): Fighting teenagers' sedentarity: The challenges of mobility in exurbia. In: Medio Ambiente y Comportamiento Humano 9 (1/2), S. 47-67.

Bamberg, Sebastian (1996): Zeit und Geld - Empirische Verhaltenserklärung mittels Restriktionen am Beispiel der Verkehrsmittelwahl. In: ZUMA Nachrichten 20 (38), S. 7-32.

Bamberg, Sebastian & Peter Schmidt (2003): Incentives, morality, or habit? Predicting student's car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. In: Environment and Behavior 35 (2), S. 264-285.

Barker, John (2003): Passengers or political actors? Children's participation in transport policy and the micro political geographies of the family. In: Space and polity 7 (2), S. 135-151.

Barker, John (2008): Men and motors? Fathers' involvement in children's travel. In: Early child development and care 178 (7), S. 853-866.

Barker, John (2009): Driven to Distraction? Children's Experiences of Car Travel. In: Mobilities 4 (1), S. 59-76.

Baslington, Hazel (2008): Travel socialization: A social theory of travel mode behavior. In: International Journal of Sustainable Transportation 2 (2), S. 91-114.

Bäumer, Doris, Esther Gruß, Ute Jansen & Gabriele Schafarik (2002): Mobile Jugend. Ausgewählte Mobilitätsangebote für Jugendliche und junge Erwachsene. Dortmund.

Beckmann, Klaus J., Claudia Jürgens & Wielant Ratz (2004): Team-Mobility - Mobilität von Schülern. Erhebung, Modellierung und Maßnahmenentwicklung. Schlussbericht. Aachen, Karlsruhe.

Berbuir, André (1999): Mobilität, Verkehrsverhalten und Verkehrsunfälle junger Menschen: Ansätze für die Verkehrssicherheitsarbeit von Kommunen und Verkehrsunternehmen. Bielefeld. (= Schriftenreihe für Verkehr und Technik, 87).

Bien, Walter (2007): ÖPNV-Marketing für Kinder und Jugendliche. Multimodale Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen. Paper presented at Fachkonferenz "Jugend und Mobilität", Berlin.

Bittlingmayer, Uwe H. & Dirk Steding (2004): Verkehrsverhalten: Nachhaltig, aber sozial ungleich? Einige Anmerkungen zu sozialstrukturellen und symbolischen Dimensionen. In: DALKMANN, HOLGER, MARTIN LANZENDORF & JOACHIM SCHEINER (Hrsg.): Verkehrsgenese. Entstehung von Verkehr sowie Potenziale und Grenzen der Gestaltung einer nachhaltigen Mobilität. Mannheim, S. 129-148. (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, 5).

Blümel, Hermann (2004): Mobilitätsdienstleister ohne Kunden. Kundenorientierung im öffentlichen Nahverkehr. WZB - discussion paper. Berlin.

Borgards, Milana (2005): Der öffentliche Verkehr als Thema der Verkehrs- und Mobilitätserziehung in der Sekundarstufe I. Schriftliche Hausarbeit im Rahmen der Ersten Staatsprüfung für das Lehramt für die Sekundarstufe I. Essen.

Bradshaw, Ruth (1995): Why do parents drive their children to school? In: Traffic Engineering and Control 36 (1), S. 16-19.

Brunotte, Annegret, Angelika Klein, Melanie Landefeld, Daniela Tröger, et al. (2004): Win pupils for public transport in Frankfurt. In: FGM-AMOR FORSCHUNGSGESELLSCHAFT MOBILITÄT, AUSTRIAN MOBILITY RESEARCH (Hrsg.): Step by step. Awareness for clean urban transport. Interim report 6/2004. Frankfurt, S. 64-79.

BSJ - Verein zur Förderung bewegungs- und sportorientierter Jugendsozialarbeit e.V. (2003): Kinder und Jugendliche in Hofheim. Ergebnisse der Lebensweltanalyse 2003. Marburg.

Bubner, Mandy, Tina Faust, Michael Gröst, Josephin Lehnert, et al. (2006): "Rein in den Beruf - Rein ins Auto?" Projektseminar an der Universität Leipzig. Unveröffentlichter Abschlussbericht. Leipzig.

Bundesanstalt für Straßenwesen, Bundesministerium für Verkehr Bau- und Wohnungswesen & Deutscher Verkehrssicherheitsrat (Hrsg.) (2002): Zweite Internationale Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" : Referate der Zweiten Internationalen Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" am 29. - 30. Oktober 2001 in Wolfsburg. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 143).

Bundesministerium für Verkehr Bau und Stadtentwicklung (BMVBS), Planungsgemeinschaft Verkehr & Plan & Rat (2007): Zweiter Fahrradbericht der Bundesregierung. Schlussbericht. Berlin.

Büttner, Thomas, Eckart Schenk & Jenny Schmithals (2003): Impuls 2005 - ein neues Mobilitätsangebot für die Region. Meilensteinbericht 112.1. Berlin.

Cahill, M., T. Ruben & S. Winn (1996): Children and transport: Travel patterns, attitudes, and leisure activities of children in the brighton area. Brighton. (= Health and social policy research centre report, 4).

Cairns, Sally & Kazuko Okamura (2003): Costs and choices: The effects of educating young adults about transport prices. In: Journal of Infrastructure, Planning and Management, S. 101-113.

Canters, Ralf (2008): Shaping sustainable school transport: attitudes, actions and policy. In: PTI (3/4), S. 26-27.

Canters, Ralf & Patrick Auwerx (2006): Short movies: a contemporary method of getting young people on the mobility train? Paper presented at ECOMM 2006, 10th European Conference on Mobility Management, 10.-12.05.2006, Groningen.

Carlson, Daniel, Malia Langworthy, Jana Wright & Deric Gruen (2007): Transportation demand strategies for schools. Phase I. Washington.

Chaloupka, Christine & Ralf Risser (2004): "... bis dass der Führerschein" - Mobilität in Kindheit und Jugend. Kröning.

Cheung, Francis Y H, Eric P Kroes & Rebecca N Hamer (1996): The evaluation of the student pass (new formula) in the netherlands. Paper presented at 23th European Transport Conference, London.

Clifton, Kelly J. (2003): Independent Mobility among Teenagers: An Exploration of Travel to After-school Activities. In: Transportation Research Record (1854), S. 74-80.

Collins, DCA, RA Kearns & PM Neuwelt (2003): The walking school bus: Extending children's geographies? In: Area 35 (3), S. 285-292.

Copperman, Rachel B. & Chandra R. Bhat (2008a): An Assessment of the State-of-the-Research of Children's Activity-Travel Patterns and Implications for Activity-Based Travel Demand

Modeling. Technical paper, Department of Civil, Architectural & Environmental Engineering, The University of Texas. Austin.

Copperman, Rachel B. & Chandra R. Bhat (2008b): An Empirical Analysis of Children's After School Out-of-Home Activity-Location. Engagement Patterns and Time Allocation. Technical paper, Department of Civil, Architectural & Environmental Engineering, The University of Texas. Austin.

Cross, Tony & Siân Thornthwaite (1997): Choosing the bus: Modal choice amongst young people. Paper presented at 24th European Transport Conference, London.

Datz, Amy, Alasdair Cain, Jennifer Sibley-Perone, Cheryl Thole, et al. (2005): Teenage attitudes and perceptions regarding transit use. Tampa.

Dechamps, Klaus, Reiner Rück & Gerhard Zuber (2005): Zielgruppenmarketing auf neuen Wegen mit Pauk & Ride. Das junge Mobilitätsnetz des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg. In: Der Nahverkehr (6), S. 65-67.

Deetjen, Gottfried (1997): Verkehrspädagogik als Motivator für intelligente Mobilität. In: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft 47 (3), S. 27-30.

Dellinger, A.M. & C.E. Staunton (2002): Barriers to children walking and biking to school in the United States, 1999. In: Morbidity & Mortality Weekly Report (51), S. 701-704.

Department for Transport (2003): Travelling to school: a good practice guide. London.

Department for Transport (2006): Walking and cycling: 'Links to school'. Extending the National Cycle Network to schools. London.

Depeau, Sandrine (2001): Urban identities and social interaction: a cross-cultural analysis of young people's spatial mobility in Paris, France, and Frankston, Australia. In: Local Environment 6 (1), S. 81-86.

Deutscher Verkehrssicherheitsrat e.V. (2000): Lernziel: Perfektion? Qualitative Grundlagenstudie Mobilitäts- und Verkehrssicherheitskonzepte von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schriftenreihe Verkehrssicherheit. Bonn.

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) & Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) (2003): Mobilität in Deutschland 2002. Tabellenprogramm zur Erhebung Mobilität in Deutschland. Berlin.

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) & Institut für angewandte Sozialwissenschaft (infas) (2004): Mobilität in Deutschland. Ergebnisbericht. Projekt-Nr. 70.0736/2003. Berlin, Bonn.

Drücker, Ansgar (2007): Ansätze zur Verbesserung des Images des öffentlichen Personennahverkehrs. In: NATURFREUNDEJUGEND DEUTSCHLANDS (Hrsg.): Imagekampagne ÖPNV. Wie Busse und Bahnen für Jugendliche attraktiver werden. Remagen, S. 16-18.

Dürholt, Hans, Manfred Pfeiffer, Gottfried Deetjen & Bundesanstalt für Straßenwesen (1999): ÖPNV-Nutzung von Kindern und Jugendlichen : Bericht zum Forschungsprojekt 82.034: Erhöhung der Verkehrssicherheit von Kindern und Jugendlichen durch stärkere Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Strassenwesen M. Mensch und Sicherheit, 114).

Echterhoff, Wilfried, Sonja Lux, Wolfgang Rudolph & Walter Schneider (1999): Öffentlicher Verkehr in der Verkehrserziehung. Inhaltlich-organisatorische Positionierungen einer Verkehrserziehung zugunsten des Öffentlichen Personenverkehrs. Forschungsprojekt des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen. Köln.

Eiksund, Sveinung (2009): A geographical perspective on driving attitudes and behaviour among young adults in urban and rural Norway. In: Safety Science 47 (4), S. 529-536.

Eisenmann, Lothar, Ralf Schüle, Michaela Mohrhardt, Petra Bollich, et al. (2005): Stand der Mobilitätserziehung und -beratung in deutschen Schulen und Erarbeitung eines beispielhaften praktischen Ansatzes für eine nachhaltige Mobilitätserziehung in Schulen unter Berücksichtigung von Umwelt- und Gesundheitsaspekten. Heidelberg.

Ender, Erwin (2007): Mobilitätserziehung. Eine empirische Untersuchung zur Situation in der Förderschule. Dissertation. Ludwigsburg.

Enders, Gisela (1995): Wie mobil sind Mädchen? Mobilität von Kindern und Jugendlichen im geschlechtsspezifischen Vergleich. Hannover. (= Frauen und räumliche Umwelt, 4).

Ewing, Reid, William Schroeer & William Greene (2004): School Location and Student Travel Analysis of Factors Affecting Mode Choice In: Transportation Research Record 1895 (1), S. 55-63.

Fack, Dietmar (2000): Automobil, Verkehr und Erziehung : Motorisierung und Sozialisation zwischen Beschleunigung und Anpassung 1885 - 1945. Opladen.

Faulkner, Guy E.J., Ron N. Buliung, Parminder K. Flora & Caroline Fusco (2009): Active school transport, physical activity levels and body weight of children and youth: A systematic review. In: Preventive Medicine 48, S. 3–8.

Flade, Antje (1999): Einstellungen zur Verkehrsmittelnutzung von Mädchen und Jungen. In: TULLY, CLAUS J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Frankfurt, New York, S. 107-128.

Flade, Antje (2002): Das Mobilitätsklima und seine Folgen, Zukunftsvorstellungen von Kindern und Jugendlichen zum Autofahren. In: PlanerIn (3), S. 16-18.

Flade, Antje (2007): Kinder und Jugendliche als potenzielle Kunden des ÖPNV. Paper presented at 3. ÖPNV Innovationskongress, 13.-14.03.2007, Freiburg.

Flade, Antje & Ulrike Hacke (2004): Von der "klassischen" Verkehrs- zur zeitgemäßen Mobilitätserziehung. In: Internationales Verkehrswesen (7+8), S. 322-324.

Flade, Antje & Maria Limbourg (1997): Das Hineinwachsen in die motorisierte Gesellschaft. Darmstadt, Essen.

Flade, Antje, Günter Lohmann, Ulrike Hacke, Wolfgang Bohle, et al. (2001): Förderung des Fahrradverkehrs. Wie werden die Erwachsenen von morgen, unterwegs sein? Ergebnisse einer Befragung von Jugendlichen in sechs Städten. Darmstadt.

Forschungsgesellschaft Mobilität, Austrian mobility research (FGM-AMOR) (2004): Step by step. Awareness for clean urban transport. Interim report 6/2004.

Fries, Karin (2003): Jugendmarketing konkret. Beispiele für ein erfolgreiches Jugendmarketing von Unternehmen anderer Branchen. In: SCHULBERATUNG DES HAMBURGER VERKEHRSVERBUNDES (HVV) (Hrsg.): Jugendliche, Mobilität und ÖPNV. Dokumentation der Fachtagung "Faszination Auto - und wo bleibt der ÖPNV?" vom 22.-23.05. Hamburg, S. 26-36.

Funk, Walter (2004): Kinder im Straßenverkehr. Wandel der Sozialisationsbedingungen und der Verkehrssicherheitsarbeit für Kinder. Bergisch Gladbach. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 164).

Funk, Walter, Hendrik Fassmann, Günter Büschges, Rainer Wasilewski, et al. (2002): Beteiligung, Verhalten und Sicherheit von Kindern und Jugendlichen im Straßenverkehr. Bergisch Gladbach. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 138).

Gärling, Tommy & Kay W Axhausen (2003): Introduction: Habitual travel choice. In: Transportation 30, S. 1-11.

Granville, Sue, Andra Laird, Mike Barber & Fiona Rait (2002): Why do parents drive their children to school? Edinburgh.

Grell, Petra & Klaus Waldmann (1999): Mobilität als Baustein jugendkultureller Selbstinszenierungen. In: TULLY, CLAUS J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Frankfurt, New York, S. 157-182.

Gross, Sven Thorsten (1998): Mobilitätsverhalten von Jugendlichen. Empirische Untersuchung zur Verkehrsmittelwahl und ihrer Determinanten als Beitrag zur Bindung Jugendlicher an den ÖPNV in Dortmund. Universität Dortmund

Gross, Sven Thorsten & W. Freyer (2001): Mobilitäts- und Verkehrsverhalten von Jugendlichen. Paper presented at 18. Verkehrswissenschaftliche Tage, Dresden.

Grünewald, Stefan (2002): Jugend im Verkehr. Zwischen Mobilitätseuphorie und Perfektionszwang. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR BAU- UND WOHNUNGSWESEN, DEUTSCHER VERKEHRSSICHERHEITSRAT & BUNDESANSTALT FÜR STRAßENWESEN (Hrsg.): Zweite Internationale Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" : Referate der Zweiten Internationalen Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" am 29. - 30. Oktober 2001 in Wolfsburg. Bremerhaven, S. 57-67. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 143).

Guidez, J. M. (1996): The mobility of France's youth population within urban areas. Paper presented at 23th European Transport Conference, Strasbourg.

Günther, Rudolf & Bundesverband der Unfallkassen. Sachgebiet Wegeunfallverhütung (2001): Schulweglexikon : Sicherheit von A bis Z auf dem Wege zur Schule und zum Kindergarten. München.

Harms, Sylvia & Martin Lanzendorf (2007): From university to working life: Effects of an important biographic change on travel mode choice. Paper presented at European Transport Conference, October 17-19, 2007, Noordwijkerhout

Harms, Sylvia, Martin Lanzendorf & Jan Prillwitz (2007): Nachfrageorientierte Perspektive – Das Verkehrsmittelwahlverhalten. In: SCHÖLLER, OLIVER, WEERT CANZLER & ANDREAS KNIE (Hrsg.): Handbuch Verkehrspolitik. S. 735-758.

Harnischfeger, Petra (2009): Mit Klasse unterwegs in die Zukunft. Zielguppen orientiertes Marketing der DB Regio AG. In: Der Nahverkehr 27 (6), S. 48-51.

Haustein, Sonja, Christian Klöckner & Anke Blöbaum (2009): Car use of young adults: The role of travel socialization. In: Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour 12 (2), S. 168-178.

Haustein, Sonja, Dirk Schreckenberg & Indra Schweer (2002): Siedlungsstrukturelle Einflüsse auf die Freizeitmobilität 18- bis 24jähriger. In: Internationales Verkehrswesen 54 (7+8), S. 351-354.

Heine, Hartwig, Rüdiger Mautz & Wolf Rosenbaum (2000): Möglichkeiten und Grenzen des Autoverzichts. Die Wahl des Verkehrsmittels angesichts der Mobilitätszwänge und normativen Ansprüche der heutigen familiären Lebensweise. Göttingen.

Heinrich, Hanns Christian & Annemarie Seliger (1993): Lehrpläne zur schulischen Verkehrserziehung. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 22).

Heipp, Gunnar & Michael König (2006): Schüler "erfahren" den Nahverkehr. Jugendliche als Zielgruppe des Mobilitätsmanagements der Münchner Verkehrsgesellschaft - das Projekt Mobi-Race. In: Der Nahverkehr (3), S. 62-65.

Hjorthol, Randi & Aslak Fyhri (2009): Do organized leisure activities for children encourage car-use? In: Transportation Research Part A: Policy and Practice 43 (2), S. 209-218.

Hoppe, Rolf & Anne Tekaat (1995): Disco-Busse. Sicherheitsbeitrag spezieller nächtlicher Beförderungsangebote. Bericht zum Forschungsprojekt 8937. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 42).

Huber, A. & T. Rhode (2000): Die Schulberatung des HVV. Ein Beitrag zur Mobilitätserziehung an Hamburger Schulen. In: Der Nahverkehr (1/2), S. 68-72.

Hunecke, Marcel (2002): Umweltbewusstsein, symbolische Bewertung der Mobilität und Mobilitätsverhalten. In: HUNECKE, MARCEL, CLAUS J. TULLY & DORIS BÄUMER (Hrsg.): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen, S. 47-63.

Hunecke, Marcel (2007): „Wenn ich Geld hab', will ich einen BMW..." Die Rolle der Mobilität im Jugendalter. In: NATURFREUNDEJUGEND DEUTSCHLANDS (Hrsg.): Imagekampagne ÖPNV. Wie Busse und Bahnen für Jugendliche attraktiver werden. Remagen, S. 4-15.

Hunecke, Marcel, Klaus J. Beckmann & Armin Langweg (2007a): Symbolisch-emotionales Marketing für den ÖPNV. Maßnahmen zur nutzerorientierten Gestaltung und Kommunikation. Düsseldorf.

Hunecke, Marcel, Armin Langweg & Klaus J. Beckmann (2007b): Welches symbolisch-emotionale Marketing für den Nahverkehr? Möglichkeiten der Übertragbarkeit von Marketingkonzepten aus der Automobilindustrie auf den ÖPNV aus Experten- und Nutzersicht. In: Der Nahverkehr (6), S. 14-18.

Hunecke, Marcel, Claus J. Tully & Doris Bäumer (Hrsg.) (2002): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen.

Hurrelmann, Klaus (2002): Autofahren als Abenteuer und Risikoverhalten? Die soziale und psychische Lebenssituation junger Fahrer. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR BAU- UND WOHNUNGSWESEN, DEUTSCHER VERKEHRSSICHERHEITSRAT & BUNDESANSTALT FÜR STRAßENWESEN (Hrsg.): Zweite Internationale Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" : Referate der Zweiten Internationalen Konferenz "Junge Fahrer und Fahrerinnen" am 29. - 30. Oktober 2001 in Wolfsburg. Bremerhaven, S. 12-20. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 143).

Jauschneg, Martina (2009): ECOMOB - Equal chances of mobility in rural space. Planerischer Beitrag zur Gewährleistung einer sicheren und sozialverträglichen Mobilität von Jugendlichen im ländlichen Raum. Wien.

Johansson, Maria (2006): Environment and parental factors as determinants of mode for children's leisure travel. In: Journal of Environmental Psychology 26 (2), S. 156-169.

Jones, P. & Ruth Bradshaw (2000): The Family and the School Run: What Would Make a Real Difference? Basingstoke.

Jürgens, Claudia & Klaus J. Beckmann (2004): Mobil und sicher? Mobilitätsverhalten und Verkehrssicherheit von Kindern und Jugendlichen. In: Stadt Region Land (80), S. 7-20.

Kaufmann-Hayoz, Ruth & Christine Künzli (1999): "... man kann ja nicht einfach aussteigen": Kinder und Jugendliche zwischen Umweltangst und Konsumlust. Zürich.

Kemming, Herbert, Deutsches Jugendinstitut & Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (2002): U.Move - Jugend und Mobilität :

Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenorientierter intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche ; gemeinsamer Schlußbericht. Dortmund.

Klocke, Ulrich, Bertram Gawronski & Wolfgang Scholl (2001): Einstellungen zu Umwelt und Mobilität bei Jugendlichen. Gesellschaftliche Trends, Generationenunterschiede und Alterseffekte. In: Umweltpsychologie 5 (2), S. 10-33.

Klöckner, Christian (2002): Altersabhängigkeit der Mobilitätsstile. In: HUNECKE, MARCEL, CLAUS J. TULLY & DORIS BÄUMER (Hrsg.): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen, S. 130-139.

Kohler, Sandra (2002): Analyse des Mobilitätsverhaltens von Kindern und Eltern als Basis einer institutionalisierten Mobilitätserziehung. Dissertation, Technischen Universität München München.

Kohler, Sandra, Thomas W. Zängler, Andrea Glogger, Sybille Römmelt, et al. (2003): MOBIKIDS - Wirkungsanalyse und Potenzialabschätzung. MOBINET Arbeitsbereich D Abschlussbericht. Freising-Weihenstephan.

Krause, Juliane, Klaus J. Beckmann, Heiner Erke, Dietmar Kettler, et al. (2005): Mobilitätsbedürfnisse von Kindern und Jugendlichen im Straßenverkehrs- und Baurecht. Im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen. Braunschweig, Aachen, Kiel, München.

Krause, Juliane, Munira Schömann, Ina Böhme & Bundesanstalt für Straßenwesen (1999): Mobilität und Raumaneignung von Kindern. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Strassenwesen M, Mensch und Sicherheit, 108).

Kreipl, Alexander & Hartmut Keller (2001): MOBIKIDS - Mobilitätsmanagement für Kinder. In: KAGERMEIER, ANDREAS, THOMAS MAGER & THOMAS W. ZÄNGLER (Hrsg.): Mobilitätskonzepte in Ballungsräumen. Mannheim, S.

Kreipl, Alexander & Hartmut Keller (2002): MOBIKIDS - Mobilität für Kinder. Endbericht. München.

Krüger, Hans-Peter (1998): Soziales Umfeld, Alkohol und junge Fahrer. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Strassenwesen M. Mensch und Sicherheit, M 88).

Limbourg, Maria, Antje Flade & Jörg Schönharting (2000): Mobilität im Kindes- und Jugendalter. Opladen.

Line, Tilly (2008): The attitudes of young people towards transport in the context of climate change. Phd Thesis. Bristol.

Line, Tilly, Kiron Chatterjee & Glen Lyons (2006): The attitudes of young people towards sustainable transport. Paper presented at 38th Universities Transport Study Group Conference, Dublin.

Lorenc, T., G. Brunton, S. Oliver, K. Oliver, et al. (2008): Attitudes to walking and cycling among children, young people and parents: a systematic review. In: Journal of Epidemiology and Community Health 62 (10), S. 852-857.

Lyons, Glenn D & Stephen J Swinbank (1998): A case study of the development of car dependence in teenagers. Paper presented at 26th European Transport Conference, London.

Mackay, Katherine & Steer Davies Gleave (1998): Achieving sustainable change: The role of young adults. Paper presented at Proceedings of the 25th European Transport Conference, Policy, Planning and Sustainability Vol.C, London.

Mackett, Roger L (2001): Are we making our children car dependent? Paper written for a lecture given at Trinity College Dublin, Ireland, 17 May 2001.

Mackett, Roger L, Lindsey Lucas, James Paskins & Jill Turbin (2002a): A methodology for evaluating walking buses as an instrument of urban transport policy. Paper presented at WCTR Special Interest Group 10 (Urban Transport Policy Instruments), Leeds.

Mackett, Roger L, Lindsey Lucas, James Paskins & Jill Turbin (2003): The effectiveness of initiatives to reduce children's car use. Paper presented at 30th European Transport Conference, Strasbourg.

Mackett, Roger L, Lindsey Lucas, James Paskins & Jill Turbin (2002b): Understanding the car dependency impacts of children's car use. Paper presented at Workshop on 'Children and Traffic', 2-3 May, Copenhagen.

Mäder, H. & M. Pöppel-Decker (2001): Regionalstruktur nächtlicher Freizeitunfälle junger Fahrer in den Jahren 1997 und 1998. Bergisch-Gladbach. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Bereich Unfallforschung, 198).

Matthes, Ulrike, Helmut Schad, Tobias Aellig, Andreas Bänzinger, et al. (2003): Freizeitmobilität junger Erwachsener im Raum Basel. Studentischer Arbeitsbericht MGU. Basel.

McDonald, Noreen C (2007): Active transportation to school. Trends among U.S. schoolchildren, 1969-2001. In: American Journal of Preventive Medicine 32 (6), S. 509-516.

McDonald, Noreen C (2008): Children’s mode choice for the school trip: the role of distance and school location in walking to school. In: Transportation 35 (1), S. 23-35.

McMeeking, Diana & Bandana Purkayastha (1995): "I can't have my mom running me everywhere": adolescents, leisure and accessibility. In: Journal of Leisure Research 27, S. 360-378.

McMillan, Tracy (2007): The relative influence of urban form on a child's travel mode to school. In: Transportation Research Part A 41 (1), S. 69-79.

McMillan, Tracy, Kristen Day, Marlon Boarnet, Mariela Alfonzo, et al. (2006): Johnny Walks to School-Does Jane? Sex Differences in Children’s Active Travel to School. In: Children, Youth and Environments 16 (1), S. 75-89.

McMillan, Tracy E. (2005): Urban form and a child’s trip to school: The current literature and a framework for future research. In: Journal of Planning Literature 19 (4), S. 440-456.

McWhannell, Fiona & Simon Braunholtz (2002): Young people and transport. Edinburgh.

Meaton, Julia & Simon Kingham (1998): Children’s perceptions of transport modes: car culture in the classroom? In: World Transport Policy & Practice 4 (2), S. 12-16.

Mienert, Malte (2002): Entwicklungsaufgabe Automobilität. Psychische Funktionen des PKW-Führerscheins für Jugendliche im Übergang ins Erwachsenenalter. Dissertation. Berlin.

Mienert, Malte (2003): Auto-Mobilität und ÖPNV. Erlebnis- und handlungsorientiertes Lernen in der schulischen und außerschulischen Mobilitätserziehung. In: SCHULBERATUNG DES HAMBURGER VERKEHRSVERBUNDES (HVV) (Hrsg.): Jugendliche, Mobilität und ÖPNV. Dokumentation der Fachtagung "Faszination Auto -und wo bleibt der ÖPNV?" vom 22.-23.05. Hamburg, S. 9-12.

Mikkelsen, Miguel Romero & Pia Christensen (2009): Is Children's Independent Mobility Really Independent? A Study of Children's Mobility Combining Ethnography and GPS/Mobile Phone Technologies. In: Mobilities 4 (1), S. 37-58.

Monheim, Heiner, E. Muche & C. Ott (1986): Ausbildungsverkehr in Bayreuth. Bayreuth. (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, 45).

Mühler, Kurt (2008): Sozialisation. Eine soziologische Einführung. Paderborn. (= UTB, 3144).

Müller, Sven, Stefan Tscharaktschiew & Knut Haase (2008): Travel-to-school mode choice modelling and patterns of school choice in urban areas. In: Journal of Transport Geography 16 (5), S. 342-357.

Noble, Barbara (2005): Why are some young people choosing not to drive? Paper presented at 32th European Transport Conference, Strasbourg.

Peddie, Brian (2005): Travel Behaviour Change through School Travel Planning: Mode Shift and Community Engagement – Results from 33 Schools in Victoria. Paper presented at 28th Australasian Transport Research Forum, Auckland.

Preisendörfer, Peter, Franziska Wächter-Scholz, Axel Franzen, Andreas Diekmann, et al. (1999): Umweltbewußtsein und Verkehrsmittelwahl. Bergisch-Gladbach. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 113).

Prezza, Miretta (2007): Children's independent mobility. A review of recent italian literature. In: Children, Youth and Environments 17 (4), S. 293-318.

Probst, Gerd (2003): Jugendmarketing im ÖPNV. Fallstudien zu Erfahrungen ausländischer Verkehrsunternehmen. In: SCHULBERATUNG DES HAMBURGER VERKEHRSVERBUNDES (HVV) (Hrsg.): Jugendliche, Mobilität und ÖPNV. Dokumentation der Fachtagung "Faszination Auto -und wo bleibt der ÖPNV?" vom 22.-23.05. Hamburg, S. 36-39.

Rabe, Sebastian, Doris Bäumer, Claus J. Tully & Marcel Hunecke (2002a): Das Projektdesign von U.Move. In: HUNECKE, MARCEL, CLAUS J. TULLY & DORIS BÄUMER (Hrsg.): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen, S. 39-46.

Rabe, Sebastian, Gernot Miller & Shi-cheng Lien (2002b): Mobilitätsverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. In: HUNECKE, MARCEL, CLAUS J. TULLY & DORIS BÄUMER (Hrsg.): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen, S. 141-174.

Ratz, Wielant, Claudia Jürgens & Guido Rindsfüser (2004): Computerized Self-administered Survey and Modelling Framework for Students´ Mobility and the underlying Scheduling Process. Paper presented at 83th Transportation Research Board Annual Meeting, , 11.-15. Januar, Washington D.C.

Reutter, Oscar (2004a): Die Kampagne "You-move.nrw" - Öffentlichkeitsarbeit und Projekte für eine jugendgerechte und umweltfreundliche Mobilitätsgestaltung Jugendlicher: Ergebnisse eines verkehrspolitischen Versuchs. In: DALKMANN, HOLGER, MARTIN LANZENDORF & JOACHIM SCHEINER (Hrsg.): Verkehrsgenese - Entstehung von Verkehr sowie Potenziale und Grenzen der Gestaltung einer nachhaltigen Mobilität. Mannheim, S. 259-275. (= Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung, 5).

Reutter, Oscar (2004b): The 'YOU-move.nrw' campaign – New partnerships for youth-oriented and environmentally friendly mobility management. In: World Transport Policy & Practice 10 (4), S. 15-22.

Reutter, Oscar, Petra Bernhardt & Holger Dalkmann (2003): Dokumentation und Wirkungsanalyse der Kampagne YOU-move.nrw. Endbericht. Wuppertal.

Rode, Sandra (Hrsg.) (2001): Tagungsband „Erfahrungen mit flexiblen Bedienweisen im ÖPNV während der Nachtstunden". Essen. (= Forschungsbericht aus dem Fachbereich Bauwesen, 88).

Rode, Sandra, Maria Limbourg, Jörg Schönharting & Klaus Armbruster (2002): Nächtliche Freizeitmobilität von jungen Erwachsenen in Ballungsgebieten - Möglichkeiten zur Erhöhung der ÖPNV-Nutzung auf Disco-Wegen (MoDis). Endbericht. Essen.

Ruud, Alberte & Katrine N. Kjorstad (2006): Consequences of obtaining a driving licence for transport mode choice and attitudes towards public transport. Paper presented at 33th European Transport Conference Strasbourg.

Ruud, Alberte & Susanne Nordbakke (2005): Decreasing driving licence rates among young people. Consequences for local public transport. Paper presented at 32th European Transport Conference, Strasbourg.

Schlossberg, Marc, Jessica Greene, Page Paulsen Phillips, Bethany Johnson, et al. (2006): School Trips: Effects of Urban Form and Distance on Travel Mode. In: Journal of the American Planning Association 72 (3), S. 337-346.

Scholl, Wolfgang (2002): Verkehrsmittelnutzung: Jugendliche im Übergang zum Erwachsenenalter. In: SCHOLL, WOLFGANG & HUBERT SYDOW (Hrsg.): Mobilität im Jugend- und Erwachsenenalter. Eine fünfjährige Längsschnittstudie zu Mobilitätsformen, Fahrzeugvorlieben, Freizeit- und Risikoverhalten und deren Abhängigkeit von Umwelt- und Technikeinstellungen, Werten und Persönlichkeiten. Münster, New York, München, Berlin, S. 171-249.

Schulberatung des Hamburger Verkehrsverbundes (HVV) (2003): Jugendliche, Mobilität und ÖPNV. Dokumentation der Fachtagung "Faszination Auto -und wo bleibt der ÖPNV?" vom 22.-23.05. Hamburg.

Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main, New York.

Schulze, Horst (Hrsg.) (1996a): Junge Fahrer und Fahrerinnen: Referate der Ersten Interdisziplinären Fachkonferenz, 12.-14. Dezember 1994 in Köln ; veranstaltet im Rahmen der Kampagne "Rücksicht kommt an". Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Strassenwesen M. Mensch und Sicherheit, M 52).

Schulze, Horst (1996b): Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen. Bericht zum Forschungsprojekt 90414: Lebens- und Freizeitstile als Prädikatoren verkehrssicherheitsbezogener Einstellungen und Verhaltensweisen junger Kraftfahrer. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Strassenwesen M. Mensch und Sicherheit, M 56).

Schulze, Horst (1999a): Nächtliche Freizeitunfälle junger Fahrerinnen und Fahrer. Bremerhaven. (= Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Mensch und Sicherheit, M 191).

Schulze, Horst (1999b): Risikobereites Fahrverhalten Jugendlicher. Ausdruck jugendlichen Freizeitstils. In: TULLY, CLAUS J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Frankfurt, New York, S. 85-106.

Sener, Ipek N., Rachel B. Copperman, Ram M. Pendyala & Chandra R. Bhat (2008): An analysis of children's leisure activity engagement: Examining the day of the week, location, physical activity level and fixity dimensions. In: Transportation 35 (5), S. 673-696.

Statistisches Bundesamt (2008): Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden.

Stegmüller, Susanne (2004): Motivlagen und Sozialstrukturanalyse der NutzerInnen von Mitfahrgelegenheiten aus dem Internet und ein Exkurs zur Entstehung von Solidarität. Magisterarbeit. Universität Leipzig.

Stradling, Steve & Michelle Meadows (2000): Young drivers attitudes. Edinburgh.

Strauß, Christoph (2005): Internetbasierte Mitfahrzentralen und ihre verkehrliche Wirkungen. Diplomarbeit. Universität Leipzig.

Strauß, Christoph & Susanne Stegmüller (2006): Internetbasierte Mitfahrzentralen. Sozial-ökologischer Baustein eines modernen Verkehrssystems? In: Internationales Verkehrswesen (9), S. 410-412.

Tal, Gil & Susan Handy (2008): Children's Bicycling to After-School Activities: The Case of the Davis AYSO Bike to Soccer Program.

traffiQ - Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main GmbH (2004): Mobilitätsberatung in Frankfurter Schulen. Step-by-step Awareness for clean urban transport. Frankfurt.

Tully, Claus J. (Hrsg.) (1999): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Frankfurt, New York.

Tully, Claus J. (2000): Mobilität Jugendlicher am Lande und in der Stadt. Angleichung der Lebensstile - differenzierte Mobilitätsbedürfnisse. In: TULLY, CLAUS J., DORIS BÄUMER, MARCEL HUNECKE, CHRISTIAN TRAPP, et al. (Hrsg.): U.move - Jugend und Mobilität - Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche. Dortmund, S. 9-23. (= ILS, 150).

Tully, Claus J. (2002): Bewegte Jugend - Kommunikativ und mobil. Ein Kommentar aus jugendsoziologische Sicht. In: HUNECKE, MARCEL, CLAUS J. TULLY & DORIS BÄUMER (Hrsg.): Mobilität von Jugendlichen. Psychologische, soziologische und umweltbezogene Ergebnisse und Gestaltungsempfehlungen. Opladen, S. 13-37.

Tully, Claus J. & Dirk Baier (2006): Mobiler Alltag: Mobilität zwischen Option und Zwang - Vom Zusammenspiel biographischer Motive und sozialer Vorgaben. Wiesbaden.

Tully, Claus J., Doris Bäumer, Marcel Hunecke, Christian Trapp, et al. (2000): U.move - Jugend und Mobilität - Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche. Dortmund. (= Ils, 150).

Tully, Claus J. & Ulrike Schulz (1999): Sozialisation zur Mobilität. Unterwegssein als Baustein jugendkulturellen Alltags. In: TULLY, CLAUS J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Frankfurt, New York, S. 13-38.

Uranitsch, Gudrun (2006): Fantasy characters as identification figures. Paper presented at ECOMM 2006, 10th European Conference on Mobility Management, 10.-12.05.2006, Groningen.

Wiesner, Reinhard (2008): SGB VIII. Kinder- und Jugendhilfe. 3. Aufl., München.

Wright, C. & J. Egan (2000): De-marketing the car. In: Transport Policy 7 (4), S. 287-294.

Yarlagadda, Amith K. & Sivaramakrishnan Srinivasan (2008): Modeling children's school travel mode and parental escort decisions. In: Transportation 35 (2), S. 201-218.

ISSN: 2363-8133
Arbeitspapiere zur Mobilitätsforschung Nr. 1 (2014)
Frankfurt a.M.