

150



JUGEND **U.move**

Jugend und Mobilität

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen

# Impressum

Die Veröffentlichungen des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen umfassen Abschlussberichte zu Forschungsprojekten, Dokumentationen von Veranstaltungen, die BAUSTEINE als Planungshilfe für die Praxis sowie Abhandlungen zu den Themen Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehr, Regionalentwicklung, Infrastruktur, Kultur, Sport sowie Arbeit, Soziales und Umwelt.

## Autoren:

Claus J. Tully, Doris Bäumer, Marcel Hunecke, Christian Trapp,  
Ulrike Schulz, Michael Löchl, Sebastian Rabe

Das dieser Veröffentlichung zugrunde liegende Vorhaben wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert.

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

U.MOVE : Jugend und Mobilität ; Mobilitätsstilforschung zur  
Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienst-  
leistungen für Jugendliche / Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen.  
- 1. Aufl.. - Dortmund : ILS, 1999  
(ILS ; 150)  
ISBN 3-8176-6150-9

## Herausgeber und Verlag:

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
Deutsche Straße 5, 44339 Dortmund (Eving)  
Postfach 101764, 44017 Dortmund  
Telefon: +49(0)231/9051-0, Telefax: +49(0)231/9051-155  
E-Mail: ils@ils.nrw.de

## Satz und Reproduktionen:

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen, FB I, SB VVV, Ma

## Druck:

Joussen + Gocke, 44263 Dortmund

## Vertrieb:

Buchhandel oder Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen

1. Auflage 2000

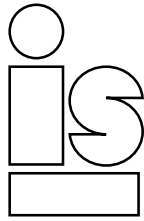
© Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung und  
Quellenangabe des Herausgebers

ISBN 3-8176-6150-9

Eine Auswahl lieferbarer Schriften finden Sie  
auf den letzten Seiten.

Auf Wunsch schickt Ihnen das Institut ein  
ausführliches Veröffentlichungsverzeichnis zu.



# **U.MOVE**

## **Jugend und Mobilität**

**Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung  
zielgruppenspezifischer intermodaler  
Mobilitätsdienstleistungen  
für Jugendliche**

Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
des Landes Nordrhein-Westfalen

# Vorwort

*Um Verkehr künftig wirtschaftlich und ökologisch effizienter zu gestalten wurde im Dezember 1996 unter Federführung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) der Forschungsrahmen der Bundesregierung im Themenfeld Mobilität neu definiert und die »Eckwerte einer zukunftsorientierten Mobilitätsforschung« verabschiedet. Neben der Entwicklung neuer Technologien wird in dem Konzept eine stärkere Berücksichtigung personenbezogener Einflussgrößen auf das Mobilitätsverhalten (Motive, Einstellungen, Präferenzen, Routinen) gefordert. Hierdurch wird die Grundlage für eine stärkere Zielgruppenorientierung im Hinblick auf die Umsetzung verkehrspolitischer Maßnahmen geschaffen. Ausdrücklich wird dabei auf die Notwendigkeit interdisziplinärer Zusammenarbeit verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen, relevanter gesellschaftlicher Gruppen, der Politik und der Wirtschaft hingewiesen. Mit dem Zielfeld 5 »Mobilität besser verstehen« wurde der Erforschung von individuellen, mobilitätsbestimmenden Momenten bestimmter Nutzergruppen sowie der dort angebotenen Dienstleistungen als Forschungsschwerpunkt Rechnung getragen.*

*Das unter Federführung des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen entwickelte Projekt »U.MOVE. Jugend und Mobilität. Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche« ist eines von sechs Projekten, die in der ersten Ausschreibung im Zielfeld 5 berücksichtigt wurden. Mit der Erforschung der Determinanten und individuellen Motive der Mobilität Jugendlicher will U.MOVE zu einem detaillierteren Verständnis des Mobilitätsverhaltens und der Mobilitätsstile von Jugendlichen beitragen. Die Erkenntnisse aus U.MOVE sollen dazu führen, den Jugendlichen neue Mobilitätschancen und Verkehrsalternativen jenseits der Nutzung des Pkw anzubieten. Leitbild von U.MOVE ist dabei die Multimodalität: Unter Berücksichtigung des Stilpluralismus der Jugendkultur und seiner Auswirkungen auf das individuelle Mobilitätsverhalten sollen intermodale Verkehrsangebote konzipiert werden, die alle Verkehrsträger umfassen.*

*Die vorliegende Publikation dokumentiert die ersten Ergebnisse des dreijährigen Forschungsverbund-Vorhabens. Der erste Beitrag von Dr. Claus J. Tully (Deutsches Jugendinstitut, München) beschäftigt sich mit der Mobilität Jugendlicher auf dem Lande und in der Stadt. Vor dem Hintergrund globaler Welten, dem Fortschreiten der kommunikationstechnologischen Entwicklung und der damit einhergehenden Umformung des Raum-Zeit-Gefüges, steht die Frage nach der Angleichung der Lebensverhältnisse bzw. den dennoch existenten Spezifika sowie den daraus resultierenden Mobilitätsbedürfnissen im Zentrum der Betrachtung.*

*Im zweiten Kapitel stellt Doris Bäumler vom ILS die Zielsetzung, das methodische Vorgehen, das Projektdesign und den aktuellen Bearbeitungsstand von U.MOVE vor.*

*Der dritte Beitrag von Marcel Hunecke (Sekretariat für Zukunftsforschung, Gelsenkirchen) arbeitet den Stand der Forschung zur Bedeutung von Lebensstilen, Mobilitätsstilen und mobilitätsbezogenen Handlungsmodellen für das Mobilitätsverhalten im Alltag auf. Marcel Hunecke differenziert hierbei unterschiedliche Forschungsstrategien (allgemeine Handlungsmodelle und typologisierende Verfahren) zur Analyse der personenbezogenen Mobilität und leitet daraus Konsequenzen für die inhaltliche und methodische Ausgestaltung des Forschungsprojektes ab.*

*Das folgende Kapitel von Christian Trapp (SfZ), Ulrike Schulz (DJI), Claus J. Tully und Doris Bäumler dokumentiert die Ergebnisse von vier Round Tables, die im Vorfeld der (laufenden) quantitativen Erhebung mit jungen Erwachsenen aus den vier Untersuchungsräumen zu den Themen Lifestyle, Mobilität und »Unterwegs sein« durchgeführt wurden, um aktuelle Basisinformationen für die Fragebogenkonzeption zu gewinnen.*

*Der abschließende Beitrag von Doris Bäumler, Michael Löchl (ILS) und Sebastian Rabe (ILS) widmet sich der aktuellen zielgruppenspezifischen Angebotslandschaft auf dem Mobilitätsdienstleistungsmarkt und stellt die Ergebnisse einer Umfrage bei bundesdeutschen Verkehrsverbänden und Car-Sharing-Organisationen über Strategien und Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene vor.*

*Der Anhang enthält neben den bisherigen Arbeiten der Projektpartner zum Untersuchungsgegenstand, die Kontaktpersonen der jeweiligen Partner und das Multimodalitäts-Szenario, das den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Round Tables vorgestellt wurde.*

*Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung obliegt den Autoren.*

*Werner Zühlke  
Institutsleiter*

# Inhaltsverzeichnis

## **Vorwort**

*Claus J. Tully*

### **Mobilität Jugendlicher am Lande und in der Stadt. Angleichung der Lebensstile – differenzierte Mobilitätsbedürfnisse** . . . . . 9

1.	Die Moderne ist kommunikativ und mobil	9
2.	Jung, dynamisch und mobil	11
3.	Stadt und Land	13
3.1	Angleichung der Lebensverhältnisse	13
3.2	Stadt-Land-Unterschiede	14
3.3	Jugendliche Orientierungen auf ihre räumliche Umgebung	15
3.4	Stadt – Land: Freiheit, Freizeit, Fahrzeug	16
4.	Im Jugendalter relevante Stadt-Land-Bezüge (Synopsis)	19
5.	Fazit	21
6.	Literatur	22

*Doris Bäumer*

### **Das Projekt U.MOVE – Jugend und Mobilität. Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenorientierter, intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche** . . . . . 24

1.	Hintergrund, Erkenntnisinteresse	24
2.	Vorgehen, Methoden	24
3.	Zum aktuellen Stand des Forschungsvorhabens	25
4.	Projektdesign	28

*Marcel Hunecke*

### **Lebensstile, Mobilitätsstile und mobilitätsbezogene Handlungsmodelle – Forschungsstrategien zur Analyse der personenbezogenen Mobilität** . . . . . 30

1.	Indikatoren des personenbezogenen Mobilitätsverhaltens	30
1.1.	Allgemeine Handlungsmodelle	30
1.2.	Typologisierende Verfahren	32
2.	Inhaltlicher Vergleich der Typologien	35
3.	Konsequenzen für U.MOVE	37

*Christian Trapp, Ulrike Schulz, Claus J. Tully, Doris Bäumer*

### **»You talk about the way U.MOVE« Ergebnisse der Round Table-Gespräche** . . . . . 40

1.	Zur Soziodemographie der Teilnehmer	40
2.	Die Verkehrsmittelwahl der Jugendlichen	42

3.	Die Motive der Jugendlichen in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl . . . . .	42
4.	Die Vorstellung der Jugendlichen bezüglich idealer Mobilität . . . . .	43
5.	Zur Bewertung des Images unterschiedlicher Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsangebote . . . . .	44
6.	Zur Multimodalität – Die Reaktionen der Jugendlichen auf das Szenario . .	45
7.	Ein vorläufiges Fazit . . . . .	46

*Doris Bäumer, Michael Löchl, Sebastian Rabe*

**Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche  
und junge Erwachsene . . . . . 47**

1.	Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbünde und -gemeinschaften . . .	47
1.1	Untersuchungsgegenstand, Methode . . . . .	47
1.2	Ergebnisse . . . . .	48
2.	Befragung bundesdeutscher Car-Sharing-Organisationen . . . . .	53
2.1	Untersuchungsgegenstand, Methode . . . . .	53
2.2	Ergebnisse . . . . .	54

**Anhang**

Bisherige Arbeiten der Antragsteller . . . . .	58
Kontakt . . . . .	58

*Marcel Hunecke, Christian Trapp*

**Multimodalitäts-Szenario für den Round Table I . . . . . 59**

Autorenverzeichnis . . . . .	61
------------------------------	----





# Mobilität Jugendlicher am Lande und in der Stadt

## Angleichung der Lebensstile – differenzierte Mobilitätsbedürfnisse

### 1. Die Moderne ist kommunikativ und mobil

In globalen Welten, so eine vertraute Charakterisierung der modernen Gesellschaft, rückt die Welt zusammen, d. h. räumliche Distanzen verlieren an Bedeutung und werden fortschreitend zu leicht überwindbaren Hürden. Moderne Technik lässt – so die Vermutung – die Räume zusammenrücken, dafür stehen Basistechnologien wie Eisenbahn und Auto und heute moderne Kommunikationstechnologien<sup>1</sup>. Läßle (1992, S. 203) zitiert Heinrich Heine (1910, S. 292), der die Eisenbahnlinie mit der »Erfindung des Pulvers und der Buchdruckkunst« vergleicht. Der »Siegeszug des Automobils« wie auch der der Eisenbahn (Schivelbusch 1993) wird als Verschwinden des Raumes gedeutet. »Die Zeit und der Raum sind gestorben, gestern. Wir leben schon im Absoluten, da wir schon eine allgegenwärtige irdische Geschwindigkeit geschaffen haben« (Marinetti 1978, S. 56, zitiert nach Läßle 1992, S. 203). Läßle (1992, S. 203f.) formuliert weiter, die beiden Beispiele »zeigen sehr deutlich, dass man in der jeweiligen historischen Situation eher dazu neigt, an eine ‚Außerkräftsetzung‘ oder an eine ‚Aufhebung‘ des ‚Raumes‘ zu denken, als sich die Unangemessenheit historisch tradiertter Raumvorstellungen bewusst zu machen. Dieses Verhaltensmuster – das sich nicht nur auf Alltagsvorstellungen beschränkt, sondern vor allem auch in der gesellschaftswissenschaftlichen Diskussion weit verbreitet ist – wird sicherlich noch durch die gängige

Hypostasierung des Raumbegriffs als objektive Widerspiegelung einer Naturgegebenheit verstärkt«.

Modernisierung schließt die Vergleichzeitigung von Vorgängen ein, die heute durch Massenmedien und Massenmobilität möglich wird. Die Dynamik der Moderne geht Giddens (1995, S. 27f.) zufolge auf »die Trennung von Raum und Zeit und deren Neuverbindung in Formen, die die Einteilung des sozialen Lebens in präzise Raum-Zeit-, Zonen‘ gestatten« zurück. Kommunikation (physische Bewegungen im Raum, Austausch von Daten und Informationen) bestimmt das soziokulturelle Raum-Zeit-Gefüge neu und das Raum-Zeit-Bewusstsein verliert die gewohnte Orientierung. Allerdings geht es nicht nur um die technische Seite der Raumüberwindung über Verkehrswege, sondern darum, welche sozialen und kulturellen Konsequenzen damit einhergehen<sup>2</sup>. Denn der physische Raum, die schlichte Distanz wird nicht nur beim Reisen sozial und kulturell umgepflegt. Ursprünglicher Sinn des Reisens war »unterwegssein« und der englische Schriftsteller Theroux<sup>3</sup> mahnt, nicht die Ankunft zähle und es gehe darum was auf der Reise geschieht und erlebt wird. Der Weg zur Arbeit und die Reise (vgl. Henning 1999) in den »Massen«-Urlaub (vgl. Keitz 1997, Leed 1993) sind davon allerdings höchst verschieden.

Immer dann, wenn technische Hilfsmittel als zentrale Mittel der Bewältigung der Modernisierung angesehen wurden, scheint das »Soziokulturelle« im Dienste der einfachen Zeitersparnis verschwinden zu können. Schnellere Vehikel, effizientere Verkehrswege gestalten die rasche Kommunikation über Distanzen hinweg. Die Datenautobahn als Metapher ist schneller als die Autobahn, da sie keine physischen, geographischen und nationalen Grenzen hat, sie ist translokal. Das heißt Computerwelten werden als grenzenlos, raumlos, zeitlos und als Synonym für eine moderne Welt gedacht, in der ungeheure Geschwindigkeit und die Ausblendung der kulturellen Formung des Raums Hand in Hand gehen.

In der Tat sorgen kommunikative Netze heute dafür, sich von überall her ‚einloggen‘ zu können, sich in die Kommunikation einzuschalten um ortsunabhängig im Gespräch und informiert zu sein. Seit McLuhan (1968) wird die Welt per Medien zum globalen Dorf. Telefon, Internet wie auch Fahrzeuge etc. überwinden räumliche Distanz und erhöhen zugleich die Kommunikations- und Tempoanforderungen. Technische Hilfen der Kommunikation vermitteln Nähe ohne Bewegung im Raum und Indolenz gegenüber Bezügen und Verdichtung sozialer Räume. Insofern, so die gängige These zur modernen von Kommunikation geprägten Welt, kommt weniger dem Ort als Lebensmittelpunkt als vielmehr der technischen Voraussetzung und Ausstattung Gewicht zu, wenn es darum geht, am modernen Leben teilzuhaben (vgl. Mitchell 1996, 1997, Krumrey 1984). Es ist letztlich die Skepsis gegenüber den Annahmen eines rein technisch strukturierten Raumes, die uns veranlasst haben, im Rahmen von »U.MOVE. Jugend und

<sup>1</sup> Populärwissenschaftlich ist mit der Brille schneller Datenwege gesehen, vom Ende der Mobilität (Möntmann 1994) die Rede.

<sup>2</sup> Absehbar werden regionale und lokale Traditionen entwertet, vgl. dazu auch aus stadtsoziologischer Perspektive Häußermann/Rost (1998) und Siebel (1998).

<sup>3</sup> So bei Theroux's »Alten Patagonienexpress«, weiter bei Bruce Chatwin's Buch »In Patagonien« oder dem von Sepulredas (»Patagonienexpress«). Letztlich lebt die gesamte Reiseliteratur (sie entstand als Typus mit der Bahn) von den Schilderungen des Unterwegsseins.

Mobilität« Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenorientierter, intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche in Angriff zu nehmen, wobei es im Kern darum geht, den Wechselwirkungen von Lebensstilen und Mobilität besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Die Analysen in diesem Forschungsprojekt richten sich mithin auf jugendliche Lebensstile und deren Übersetzung in jugendliche Mobilitäts(-stile). In den Blick gerückt wird damit das Zusammenspiel von spezifischen (sprich: jugendtypischen) Lebensumständen mit der Art und Weise wie darauf bezogen das jeweilige Unterwegssein gestaltet wird. Denn wir wissen, die je antreffbare Mobilität wird mindestens durch gesellschaftliche Entwicklungen und biographische Besonderheiten (vgl. Tully 1998, S. 13) gleichermaßen geformt. Was die besondere biographische Lebenssituation anbelangt, so gilt es im Hinblick auf spezielle Lebenslagen zu differenzieren

und beispielsweise danach zu fragen, ob von jungen Frauen oder Männern, Pendlern, allein oder gemeinsam Erziehenden, von Schülerinnen oder Schülern, Auszubildenden etc. die Rede ist. Zudem wurde das Forschungsdesign so angelegt, um Ost-West, Nord-Süd sowie Stadt-Land-Differenzen als exemplarische Vorgaben für unterschiedliche Lebensumstände berücksichtigen zu können<sup>4</sup>. Zwar scheinen heute Stadt-Land-Unterschiede in immer geringerem Maße deutlich und damit weniger einschneidend als Träger und Überlieferer geschichtlich unterschiedlicher Erfahrungen zu fungieren, da Medien

<sup>4</sup> »Die im physischen Raum objektivierten großen sozialen Gegensätze (z.B. Hauptstadt/Provinz) tendieren dazu im Denken und Reden in Gestalt konstitutiven Oppositionen von Wahrnehmungs- und Unterscheidungsprinzipien niederzuschlagen, also selbst zu Kategorien der Wahrnehmung und Bewertung zu gerinnen ...« (Bourdieu 1998, S. 20)

<sup>5</sup> Während der Untersuchungsraum von Greifswald im ‚flachen Land‘ liegt und das Fahrrad als Transportmittel eine herausragende Rolle spielt, argumentieren die befragten Jugendlichen aus dem Raum Passau mit der Mühe, die mit dem Bergauf und bergab verbunden seien.

und das faktische Pendeln zwischen den Welten egalisierend wirken. Dennoch sind regionale Unterschiede (einschließlich ihrer physischen Geographie<sup>5</sup>) bemerkenswerte Vorgaben für den konkreten Lebensalltag und die darin bewältigte Mobilität. Im Rahmen dieses Beitrags geht es darum herauszufinden, inwieweit sich die Mobilitätsbedürfnisse Jugendlicher auf dem Land von denen derer, die in der Stadt leben unterscheiden. In die Betrachtung einbezogen werden u. a.:

- Die Bedeutung von Mobilität aus jugendkultureller Perspektive.
- Stadt-Land: Gemeinsamkeiten und Unterschiede, wobei es vor allem um solche geht, die im Lebensalltag Jugendlicher eine Rolle spielen.
- Abschließend werden einige konzeptionelle Anregungen formuliert. Sie sollen die Analyse von Stadt-Land-Differenzen aus jugendsoziologischer Perspektive bündeln und die weiteren Analysen zu U.MOVE begleiten.

## 2. Jung, dynamisch und mobil

Wenn Jugendliche sich zur Mobilität äußern, dann prüfen sie u. a. die Möglichkeiten, die ihnen über die Benutzung von individuellen bzw. öffentlich organisierten Verkehrsmitteln eröffnet werden bzw. verschlossen sind. In empirischen Untersuchungen wird dies deutlich, so auch in den biographischen Interviews, die am DJI für eine Umweltstudie (vgl. Lappe/Tully/Wahler 1999) geführt wurden. Vor allem die von uns befragten Jugendlichen vom Lande weisen darauf hin, dass sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln »zwar zur Arbeit kämen«, sie aber, wenn es um die Freizeit ginge, oft abgeschnitten wären (vgl. Tully/Wahler 1999). Während Jugendliche mit dem Beginn der Lehre feststellen, dass die Wege, die sie zurücklegen müssen, tendenziell länger werden und diese Anreise gelegentlich auch schwieriger ist als die Fahrt zur Schule, so zeigt sich doch, dass in der Regel die Freizeitwege die bewältigt werden, länger sind als die sogenannten Pflichtwege und sie werden besonders häufig »nicht-öffentlich« bewerkstelligt<sup>6</sup>. Dies zeigen auch die im Rahmen von U.MOVE durchgeführten Gruppendiskussionen (1998/99), die in den vier Regionen durchgeführt wurden. Die Jugendlichen wurden dabei dazu aufgefordert, ihre typischen Freizeit- und Arbeitswege in Regionalkarten einzutragen, die dann ausgewertet wurden. In allen Fällen waren die Freizeitwege länger und erstreckten sich auf einen größeren Aktionsradius.

Wie empirische Untersuchungen zeigen spielt das Auto bei der Realisierung der Freizeitwege eine herausgehobene Rolle. Die Bedürfnisse nach Erholung

und Erlebnis haben gemeinsam mit kürzeren Arbeitszeiten und mehr Wohlstand zu einem Zuwachs an Freizeit sowie zu einem Boom der Freizeitindustrie geführt. Hobbys, Sport, Wegfahren sind »angesagt« und dank des Automobils kann der Aktionsradius auch ohne entsprechende Planung entsprechend erweitert werden. Damit wird das Auto zum Baustein der gewachsenen Urlaubs- und Freizeitmobilität. Den Statistiken entnehmen wir, dass 75% der Bundesbürger ihr Auto für Ausflüge und Spazierfahrten am Wochenende benutzen. 70% der Urlaubsreisen werden mit dem Auto abgewickelt. Die BAT-Freizeit-Studie (Opaschowski 1996) spricht sogar davon, dass der unvermeidliche Stau besonders für die Jüngeren kein abschreckendes Hindernis mehr ist, sondern eher einen zusätzlichen Reiz darstellt.

Mobilität ist die *Möglichkeit* zur Bewegung im Raum und der Verkehr repräsentiert die zur Realisierung erforderlichen Strukturen. Insgesamt gesehen ist der Optionsrahmen mit entfalteter Technik und Infrastruktur wesentlich breiter gesteckt (moderne Lebensstile erzeugen ihre Spuren<sup>7</sup>), was nachfolgend zu zeigen ist. Mobilität wird beim WZB (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung) etwa als Möglichkeitsraum<sup>8</sup> gesehen, für den individuelle Handlungsstrategien geplant und auf ihre Umsetzung hin überprüft werden (Canzler/Knie 1998, S. 30). Wie umgreifend der Möglichkeitsraum von Mobilität in der modernen Optionsgesellschaft (Groß 1994) ist, lässt sich nachgerade an den unterschiedlichen Verwendungsmöglichkeiten von Fahrzeugen ablesen, denn nicht immer geht es um den Einsatz als Mittel zur Wegebewältigung. Schließlich meint Jung-

sein einerseits Emanzipation, also Ablösung, Entfaltung neuer Stile (Dynamik), wobei Unterwegssein ein Mittel dazu ist dieses Projekt »Jungsein« zu realisieren. Andererseits geht es auch jungen Menschen darum, mit dem eigenen Fahrzeug etwas vorzustellen, etwas zu demonstrieren, es geht um Distinktion und schließlich darum, Distanzen hinter sich zu bringen. Im Folgenden ist von den ersten beiden Funktionsbereichen aus der Sicht des Jugendalltags die Rede.

Jugendlichen geht es, wenn sie sich aufmachen, nicht notwendig um die Bewältigung von Wegen, »cruising« (Hauzinger 1997) ist ein jugendtypisches Phänomen. Im Alltag Heranwachsender ist die Suche nach Ruhe und Erholung sicher eine Ausnahme, eher schon geht es um Speed, um Dynamik, um Wechsel und Ablösung. Die Jugendsprache spiegelt recht gut die zentrale Bedeutung, die Mobilität und Bewegung im Jugendalltag besitzen (Treptow 1993). Der Jugendjargon gibt Zeugnis davon, wie sich Ablösung in Dynamik, Speed und Bewegung übersetzt (vgl. Tully/Schulz 1999). Zentrale Begriffe des aktuellen Jugendjargons, wie sie uns auch in den Interviews begegnet sind: »Gas geben« (im Sinne von *Party machen*), »abgefahren« (im Sinne von *super*), »drive« (die Person hat »drive«, sie ist interessant), »abgespacet« im Sinne von *geil, stark*, »power«, »energy« (aus der Werbung »...verleiht Flügel«), jemand hat »Speed« (ist gut drauf), »es geht ab« (es ist etwas los). Die im Jugendjargon benutzten Begriffe stehen für Bewegung bzw. Schnelligkeit. Impliziert sind Tempo, Schwung etc., die Termini sind positiv belegt, alles was kraftvoll, flexibel oder temporeich ist, bezeichnet eine positive Eigenschaft. Jungsein fällt in der modernen Gesellschaft zusehends mit in Bewegung sein, »alt« mit erstarrt sein (vgl. Sennet 1998, S. 124) zusammen. Die Inklusion in die Jugendszene und die Abgrenzung zu den »Alten« geht deshalb mit entsprechenden Attitüden einher. Das Unterwegssein ist da in doppelter Weise hilfreich, als Nachweis nicht »erstarrt zu sein«, ferner ist es eine adäquate Form zur Suche nach Freiheit und Emanzipation.

<sup>6</sup> Soweit es um die Pflichtmobilität geht, besteht eine Tendenz zu Gunsten von öffentlichen Verkehrsmitteln (36,6%). Knapp 30% der Nennungen entfallen auf »Pkw/Motorrad«. 13 von 100 geben an, per »Moped/Fahrrad« oder »zu Fuß« den Weg zur Arbeit zu absolvieren. Fahrgemeinschaften und Firmenbusse nannten nochmals 17,5% (vgl. Tully 1998, S. 140).

<sup>7</sup> Dies ist Kernthema der Umweltforschung in Bezug auf Reisen und Fahren. Einerseits ist die unberührte Natur Grundlage des Tourismusgeschäfts wie auch das Ziel der Kurzausflüge zum Wochenende, andererseits wird diese Grundlage mit dem Erfolg der Reisebranche strapaziert (vgl. zu Reisen und Umwelt auch Hennig 1999) und der Stau samt Autoabgase auch in die entlegenen Winkel verbracht.

<sup>8</sup> Der Mobilitätsraum wird von ihnen in Anlehnung an Bourdieu 1982, S. 227ff., Giddens 1984, S. 161ff., Nowotny 1997, S. 161, Schulze 1995, S. 54ff. als Möglichkeitsraum aufgefasst.

»Trendy« ist für Jugendliche, was »jetzt« gerade abläuft und was »jetzt« gerade interessiert. Die Medien als tagessaktuelle Lieferanten moderner Lebensstil-Angebote (von diversen Fun-sportarten über Bekleidung bis Musik) (vgl. auch Barthelmes/Sander 1997) präsentieren eine Welt dynamischer Bilder (mit raschen Schnitten und vielen Wechseln und schneller Bewegung) und spiegeln so zeitgemäß, wie permanente Spannung und Aufmerksamkeit durch Dynamik erzeugt werden können. All diese »vorbildhaften« Inszenierungen führen vor, »was in« ist und was wirklich »abgeht«. Was »in« ist, das hat zu tun mit Veränderung, Dynamik, mit kommunikativer Verknüpfung, mit Ignoranz gegenüber räumlichen Distanzen, die intensive Benutzung von Technologien und Apparaten ist unabdingbar, um diese Vorhaben zu realisieren. »Indoor« repräsentieren Computer mit immer höherer Taktfrequenz und das Einklinken in superschnelle Netze den gewollten Fortschritt, also die raumumgreifende Vernetzung, die rasche zeitgemäße Kommunikation. »Outdoor« gestalten moderne technische Vehikel (vom Roller über Pkw und Flugzeug) Handlungen, Objekte und Bezüge unterschiedslos zur Folie für Dynamik. Computer, Autos oder Power- und Energy-Drinks sind gleichermaßen bedeutsam für eine Welt rascher Entwicklungen.

Soweit Fahrzeuge eine Rolle spielen geht es auch immer um die mit ihnen erzeugbare Wirkung. In der Zeit der 68er wurde das Auto zum Fahrzeug, über das auch Jugendliche verfügen konnten. Insofern genügte allein der Besitz einer »Kiste« (2CV, R4, Käfer) mit bescheidenen Ausstattungsmerkmalen als Nachweis. In den Jahren danach wurden alte Autos bemalt (Flower-Power oder schrill) und erst allmählich sind die von Jugendlichen gefahrenen Autos Repräsentanten des durchschnittlichen Fuhrparks der Bundesrepublik Deutschland. Ganz anders als bei den

68ern wird inzwischen wieder verstärkt auf das gefahrene Modell (GTI, etc.), die Ausstattung wegen der damit erzeugbaren Wirkung Wert gelegt. Bei der Benutzung der Fahrzeuge fällt auf, Jugendliche fahren riskant, schnell und geräuschvoll, mächtige Musikanlagen unterstreichen die distinktive Absicht der Autonutzung. Mit anderen Worten, Autos sind auch, aber nicht vorrangig Fortbewegungsmittel, was im Rahmen unserer qualitativen Interviews kenntlich wurde und das folgende Zitat verdeutlicht. Der Jugendliche spricht – auf sein Traumauto angesprochen – davon, es solle »rot und cool sein«, »was unter der Haube haben«, aber er führt auch aus, es solle über eine gute Musikanlage verfügen. Die Nachrangigkeit des Fahrens wird wie folgt vorgestellt: *»...man kann ja auch in einem billigen Auto eine riesen Anlage drin haben ... auch wenn man es nicht braucht, ist schon nicht schlecht, ja. Ich höre sowieso nicht allzu laut Radio oder Musik, das ist nur, wenn man mit anderen mitfährt. So Fenster auf und dann so voll Anlage ist schon ganz was wichtiges.«* (ID 078).

Auch wenn Jugendliche (es sind vor allem die jungen Männer) zügig und risikoreich fahren, dann steht dieser Fahrstil im Widerspruch dazu, dass es im jugendlichen Alltag gar nicht um den Kampf mit dem knappen Zeitbudget geht. Im Vordergrund steht eine einfallreiche und eigenwillige Kfz-Nutzung und diese garantiert den Jugendlichen regelmäßig Schlagzeilen: Sie fahren die ältesten Autos<sup>9</sup>, sind riskante Fahrer und produzieren mehr Unfälle als andere Altersgruppen (zudem häufig in Kombination mit einschlägigen Verkehrsdelikten)<sup>10</sup>. Regelmäßig wird auf den Regionalseiten der Zei-

<sup>9</sup> Autos werden vor der Verschrottung durchschnittlich rd. 13,5 Jahre genutzt, in den letzten Jahren vor allem von jungen Menschen, sie sind besonders häufig mit alten Fahrzeugen unterwegs.

tungen von »normalen« Wochenendunfällen junger Fahrer und Fahrerinnen berichtet. Die Medien geben so Bericht vom jugendtypischen Gebrauch des Vielweckgeräts »Auto«. Wenn ein verliebter Jugendlicher, um ein Beispiel zu geben, sein Auto unter dem Fenster der früheren Freundin an die Hausmauer setzt, dann ist dies nicht wegen der verlustigen Liebe, sondern wegen des Ausweises des jugendgemäßen Gebrauchs seines Fahrzeugs berichtenswert. In diesem konkreten Fall setzte sich ein 19-Jähriger aus Frust über eine gescheiterte Liebesbeziehung hinter »das Lenkrad seines tiefergelegten BMW 323i und brauste zum Haus seiner Ex-Freundin. Dort angekommen ... fuhr (er) mehrmals frontal gegen die Hausmauer, direkt unter dem Fenster der 19-Jährigen. ... der BMW hatte bis zur Frontscheibe nur noch Schrottwert« (O.V. Liebestoller Kamikaze-Fahrer, SZ vom 17.2.1998, S. 39). Die regelmäßigen Diskounfälle (Schulze 1999, Hansjosten 1999) sind ebenfalls nicht immer nur auf Alkohol, sondern ebenso häufig auf die Absicht, gehobenes Fahrgeschick zu demonstrieren, zurückzuführen.

Die Freiheiten, die die Autobenutzung eröffnet, sind zahlreich. »Freizeit« wird gerade bei Jugendlichen auf dem Lande zur »Fahrzeit«. Warum? Um andere zu treffen, um zu schauen wer noch so unterwegs ist, um »etwas loszumachen«, wegen gemeinsamer Unternehmungen etc. Die Ausbildung der eigenen Identität braucht die »Spiegelung« in anderen Jugendlichen. Andere zu treffen und mit ihnen was zu tun, dient diesem Zweck. Die Frage, um die es uns hier geht, stellt darauf ab, ob dies für Jugendliche, in Bezug auf ihre Mobilitätsstile und Mobilitätspraxis, vom Lande und aus der Stadt unterschiedlich aussieht.

<sup>10</sup> Zum Beispiel unerlaubtes Entfernen vom Unfallort, Alkohol usw. (vgl. dazu Tully 1998, S. 107 ff.).

### 3. Stadt und Land

#### 3.1 Angleichung der Lebensverhältnisse

Die Stadt und die städtischen Lebensformen stehen bis heute für gesellschaftliche Entwicklung. Wichtige idealtypische Betrachtungen der Stadt stammen von Ferdinand Tönnies und Max Weber. Bei Tönnies wird das Land mit »Gemeinschaft« assoziiert, in der personale Beziehungen (Familie, Nachbarschaft, Freundschaft) im Vordergrund stehen. Die Stadt repräsentiert bei Tönnies die »Gesellschaft« (Großstadt, Aktiengesellschaften und Politik) und sie basiert auf Vergesellschaftung, auf rationellen Kalkülen und Arbeitsteilung. Bei Weber wird die geschichtliche Entwicklung der Stadt herausgestellt;<sup>11</sup> sie ist Ort des Handels, der Märkte, der Gerichtsbarkeit und dies mit besonderen Konsequenzen für die Lebensumstände der dort Lebenden. Den Bürgern wird ein höheres Maß an Autonomie zugestanden, die Bevölkerung lebt in größerer sozialer Distanz, weil die Stadt eine größere Zahl sozialer Beziehungen gestattet und in Städten das »Verwandtschaftsprinzip durch das der Lokalität« ersetzt wird (Gordon Childe 1956, zitiert nach König 1977, S. 54). Damit sind öffentliche und private Beziehungen stärker von einander getrennt. Auch für Simmel ist die Stadt ein Zentrum des kulturellen Lebens und der intellektuellen Entfaltung<sup>12</sup>. Erst Alexander Mitscherlich (1971) hat den Begriff von der »Unwirtlichkeit« unserer Städte geprägt. In den Folgejahren (also in den 70ern) setzte eine Wanderungsbewegung zurück aufs Land ein, sie war wesentlich von romantischer Stadtverweigerung

<sup>11</sup> Als Denkfigur ist hier auch an das 1826 von Thünen entwickelte Modell konzentrischer Nutzringe zu erinnern. Es geht davon aus, dass sich mit dem Abstand zur Stadt die Transportkosten erhöhen, was bei Thünen zu einer wichtigen Variable bei der Erklärung räumlicher Strukturen wird. Bei D. Harvey (1990) wird der Raum analog als Hindernis betrachtet, das mit zeitlichem und energetischem Aufwand überwunden werden muss.

<sup>12</sup> Städte sind vergegenständlichte Kultur, in ihr werden kulturelle Bedeutungen produziert (vgl. Simmels Essay »Die Großstadt und das Geistesleben« (1903/1984).

und der Idee, wahre Emanzipation sei nur über ein »back to the roots«<sup>13</sup> zu haben, getragen. Während von diesen »Städtern«, die auf dem Land das alternative Leben suchten, das Landleben als das Einfache, aber Eigentliche und Ursprüngliche gesehen wurde, schätzen die »Städter« von heute das Wohnen auf dem Lande wegen der Mischung städtischer und ländlicher Lebensformen und die inzwischen erreichte Mengung wird davon getragen, dass einerseits die Stadt bestimmte Funktionen für das Umland übernimmt (Verwaltung, Wirtschaft, zentrale Kulturangebote, Arbeitsplätze) und das Land entsprechend solche für stadtnahe Lebensstile (billigerer Baugrund, Ruhe, Reproduktion).<sup>14</sup>

Für lange Zeit – und unübersehbar mit einsetzender Industrialisierung – wurde die Stadt als Gegenentwicklung zu den ruralen Distrikten gesehen (vgl. König 1977, S. 42-145). Mit der Industrialisierung geht ein enormes Bevölkerungswachstum in den industriellen Zentren (Vonde 1989) einher und diverse Stadtgründungen fallen mit der Entstehung großer Betriebe zusammen (Krupp für Essen, Detroit für die Autoindustrie in den USA, VW mit Wolfsburg, Siemens für die Stadtteilgründung ‚Siemensstadt‘ in Berlin usw.). Heute scheint der Gegensatz von Stadt- und Landleben weniger deutlich konstruiert zu sein und spiegelt die Entwicklung der modernen Gesellschaft, die sich durch individualisierte Lebenszuschnitte auszeichnet und eine parallele Teilhabe an unterschiedlichen Subsystemen gestattet.<sup>15</sup> Bloch sprach im Hinblick auf Stadt-Land-Unterschiede noch von »Ungleichzeitigkeit« (Kursbuch 39, 1975), um das Nebeneinander von »entfalteten kapitalistischen« und »vorkapitalistischen« Produktionsweisen zu charakterisieren. Inzwischen sind die vorkapitalistischen

<sup>13</sup> Es ist der Beginn der künftigen Ökologiebewegung (vgl. Enzensbergers Vorbemerkung zum »Kursbuch 33«, 1973).

<sup>14</sup> Dezentralisierung, Schwerpunktverlagerung von der Stadtmitte an den Stadtrand wird auch vom Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel getragen. Die neuen Transporttechniken haben diesen Traum nicht erfunden, sondern zu seiner Realisierung beigetragen (Flichy 1994, S. 154).

Produktionsweisen weitgehend vom Land verschwunden. Lebensstile und Lebenslagen gleichen sich stärker an. Dank entfalteter Hygiene, Kommunikation, Medien, Konsum und Komfort lässt sich auf dem Lande ein ebenso gutes Leben realisieren wie in der Stadt. Was Bahrdr (1974, S. 13) als das »Verfließen der Städte in die Landschaft« namhaft macht, wird bei Sachs 1997 in der Konsequenz als Wende zu raumübergreifenden Lebensstilen benannt.<sup>16</sup> Das parallele Leben in den unterschiedlichen Teilwelten Stadt und Land wird zur durchschnittlichen Lebensform und die »Siedlungsteppiche« (Ipsen 1992) als Stadt-Land-Metamorphosen visualisieren den alltäglichen Spagat der Gesellschaft zwischen städtischem Lebenszuschnitt in ländlichen Räumen. Moderne Technik hat wesentlichen Anteil daran, dass das gleichzeitige Leben in den verschiedenen Welten gelingt.

Mobilität ihrerseits konstituiert und spiegelt soziale Bezüge im Raum. Jugendliche auf dem Land und in der Stadt leben mit vergleichbaren strukturellen Ausgangslagen (vgl. Tully 2000, Tully/Wahler 1994), die moderne Jugendphase ist u. a. durch längere Bildungsphasen, späteren Berufseintritt, eigenständige Jugendkultur etc. gekennzeichnet. Da wir davon ausgehen, dass der Raumbezug für die alltägliche Orientierung Jugendlicher eine entscheidende Rolle spielt (vgl. Nissen 1998, Treptow 1993, Böhnisch u. a. 1991, Scheu 1991) wollen wir im Rahmen unserer Forschungsarbeiten gezielt den Jugendstatus mit alltäglichen Mobilitätsmustern in Bezug setzen. Jugendliche pendeln heute deutlich länger zwischen den Welten Schule, Familie und Freizeit und sie entwickeln fallweise Profiquantitäten wenn es um Frei-

<sup>15</sup> Kötter und Krekeler (1977, S. 5) charakterisieren das Land noch über die dort beobachtbare geringere Mobilität. Heute dürften sich auch im Hinblick auf die Mobilität die Verhältnisse insoweit angleichen, dass in der Stadt kleinräumige Mobilitätsmuster neben solchen weiträumiger (Pendler, hochmobile Mobilitätsspieler, Fernreisen) Mobilitäten der städtischen wie ländlichen Bevölkerung koexistieren.

<sup>16</sup> »... da ist man immer mehr zu Leuten unterwegs, die man immer weniger antrifft« Sachs (1997, S. 191); es steigt der Aufwand für raumgreifende Lebensformen. Siehe weiter Sieverts 1997.

zeit geht. Mit steigendem Alter nimmt der Anteil der Freizeitwege und partiell auch der der Einkaufswege zu. Sie leben in und mit ihren Cliques, teilen präferierte Jugendkultur, sie gehören zu einer wichtigen Konsumentengruppe mit beachtlichem finanziellem Volumen (bis zu 40 Mrd. DM pro Jahr), vor allem aber strukturieren jugendkulturelle Vorlieben und Stile (vom Rave bis Skating) die Freizeit(wege).

### 3.2 Stadt-Land-Unterschiede

Für die weitere Erörterung bedarf es einer positiven Bestimmung der Stadt-Land-Differenz. Mit anderen Worten, es genügt nicht zu konstatieren, es gäbe unterschiedliche Lebensstile, wobei diese zugleich in einem Prozess der Angleichung begriffen seien. Im Sinne einer konzeptionellen Fassung der unterschiedlichen Lebensformen in der Region und in verdichteten Räumen kann von unterschiedlichen (a) strukturellen Vorgaben und (b) unterscheidbaren Vorgaben für die Ausgestaltung des konkreten Jugendalltags ausgegangen werden.

Zu den strukturellen Vorgaben rechnet unter anderem die Ortsgröße. In Deutschland werden folgende Stadttypen unterschieden: Land, Stadt (2000 bis 5.000 Einwohner), Kleinstadt (5000 bis 20.000 Einwohner), Mittelstadt (20-100.000 Einwohner), Großstadt (mit über 100.000 Einwohnern). Gerade wenn an Stadt und Land gedacht wird, dann wird häufig aus der Perspektive erfolgreicher – d. h. bereits realisierter – Modernisierung der Gesellschaft argumentiert. Das Land erscheint dann im Extremfall lediglich als Ort, dem bestimmte Attribute des Modernen fehlen (U-Bahn, S-Bahn etc.). Dies ist nicht minder fehlleitend, wie das Absolutsetzen von Ortsgrößen<sup>17</sup>. Um die Differenzen genauer zu fassen, sollen die unterschiedlichen Qualitäten, die mit den beiden Räumen zusammen gedacht werden, beschreibbar gemacht werden.

Großstadt wird bei König (1977, S. 54) zusammenfassend an Hand der Funktionen<sup>18</sup>, die Städte erfüllen, beschrie-

ben und zwar unter Bezug auf Gordon Childe (1956). Die von Childe gegebene Bestimmung gilt im wesentlichen heute noch. Die Rede ist von der größeren Dichte (vgl. Spiegel 1998) und Bevölkerungszahl und von Individualisierung, angezeigt in einer vergleichsweise größeren sozialen Distanz und der möglichen Vielzahl persönlicher sozialer Beziehungen. Unverändert sind in der Stadt private und öffentliche Beziehungen strikter voneinander getrennt als auf dem Land und auch das Maß an Arbeitsteilung sind bis heute Elemente, die sich in der Sozialstruktur niederschlagen und verdichtete Raumnutzung und Raumwahrnehmung spiegeln. Mit dem Wachstum der Städte gehen spezifische infrastrukturelle Herausforderungen einher<sup>19</sup> und die Stadt übernimmt bestimmte Funktionen für das Umland (Verwaltung, Wirtschaft, Verkehr, Kultur, Arbeitsplätze), d. h. sie organisiert auch das Leben am Land auf die Stadt hin (Stichwort: Speckgürtel).

Eine jüngere Definition der Stadt liefert Siebel (1998), er beschreibt die Stadt als »Ort von Heterogenität, Größe und Dichte, hochspezialisierter Arbeitsteilung und Fremdheit« sie treibt Individualisierung im positivem wie negativem Sinne voran. »... positiv, indem eine differenzierte Arbeitsteilung und hochdifferenzierte Marktangebote den Individuen sehr unterschiedliche berufliche und Konsummöglichkeiten, also individualisierte Lebensweisen eröffnen. Ne-

gativ, indem sie den einzelnen aus Traditionen und sozialen Kontrollen herauslösen. Fremdheit und Arbeitsteilung, beide Ursachen und Folgen von Heterogenität, Dichte und Größe der industriellen Stadt des 19. Jahrhunderts sind zum anderen Bedingungen für die besondere ökonomische wie kulturelle Produktivität der urbanen Lebensweise« (Siebel 1998, S. 268). Das Verständnis von Siebel verweist also auf kulturelle und ökonomische Aspekte der urbanen Lebensweisen, diese wollen wir im Folgenden entlang der folgenden vier Bereiche betrachten, wobei wir vor allem die Dimensionen (a) Kultur, speziell Jugendkultur, (b) Bildung (Schule), (c) Arbeit und berufliche Ausbildung und schließlich (d) Reproduktion und Regeneration unterscheiden wollen. Dabei sind Reproduktion und Regeneration im Kern Produkte der modernen Gesellschaft. Bekanntlich ist für das Freizeitverhalten der Prozess der Urbanisierung von entscheidender Bedeutung<sup>20</sup>. Während die Betrachtung der kulturellen und ökonomischen Aspekte evident erscheint, werden reproduktionsbezogene Überlegungen tendenziell ausgeklammert, obwohl sie beim Bezug auf die Umwelt nicht minder ausschlaggebend sind.

Ziel ist es, die für Jugendliche lebensalltäglich erfahrbaren Unterschiede zwischen Stadt und Land in den Blick zu nehmen. Denn wenn Jugendliche vom Land in die Stadt fahren (und umgekehrt) und eine Differenz zum

<sup>17</sup> Besser ist es danach zu forschen was am eigenen Ort gemacht werden kann und was nicht, dann kann auch erhoben werden.

<sup>18</sup> Danach sind Städte: (1.) Dauersiedlungen mit hoher Bevölkerungsdichte; (2.) ein großer Teil lebt als »nichtlandwirtschaftliche Bevölkerungen in hochspezialisierten Funktionen«; (3.) es existiert ein komplexes System der Steuererhebung und der Kapitalakkumulation; (4.) Monumente verweisen auf Herrschaft (öffentliche Gebäude, Tempel, Grabmäler, Vorratshäuser, Paläste, Befestigung); (5.) historisch gesehen spiegeln sie die »Ausbildung von Aristokratien und Despotien«; (6.) mit Ausnahme der präkolumbianischen amerikanischen Kulturen, wird in den Städten die Schrift entwickelt. Weiter entwickeln sich in den großen Städten (7.) Wissenschaften für präzise Prognosen (Arithmetik, Geometrie, Astronomie); sowie (8.) die Kunst »in Architektur und Skulptur, die beide mit dem Totenkult zusammenhängen, aus dem sich die ersten Hochreligionen entwickeln«; (9.) in Städten kommt es zur »Entwicklung von Handel und Verkehr«; darüber hinaus erfolgt in der Stadt (10.) die Ersetzung des »Verwandschaftsprinzips« durch das der Lokalität.

<sup>19</sup> Die infrastrukturellen Herausforderungen mit dieser Entstehung von Städten bezogen sich auf die Wasserversorgung, Kanalisation, Müllabfuhr, Elektrizitätsversorgung sowie auf Nahverkehr und Bildungseinrichtungen. Aus Mietskasernen entstanden ganze Stadtviertel, die Städte begannen relativ planlos in ihr Umland hinein zu wuchern.

<sup>20</sup> »Urbanisierung bedeutet einerseits eine wachsende Konzentration von Bevölkerung und Arbeitsstätten in städtischen Agglomerationen ... Verbunden mit diesem Verstädterungsvorgang ist aber andererseits auch ein Wandel des Lebensstils, der Denk- und Verhaltensweisen. Dieser Wandel wirkt sich in ganz besonderem Maße auf die Struktur der Freizeitbedürfnisse aus. Ganz allgemein nehmen die Ausgaben für die Freizeitgestaltung im Budget des Städters einen höheren Anteil ein als beim Bewohner ländlicher Regionen. Dabei ist die Reichhaltigkeit und Vielfalt der Freizeitmöglichkeiten in der Stadt von besonderer Bedeutung, da dadurch die Nachfrage nach Freizeitbetätigungen zusätzlich stimuliert wird. Die städtische Umwelt und die damit verbundenen Stressfaktoren steigern andererseits das Bedürfnis nach Erholung und freier Natur« (Ötteri 1976, S. 247).

Bekanntes und Alltägliches feststellen, bemerken Jugendliche vom Land, dass sie sich in einer Welt großer Komplexität bewegen, umgekehrt wird ein vergleichbarer Wechsel von Gewöhnlichem und Alltäglichem zum eher Außergewöhnlichem (vgl. auch Urry 1996, S. 11 und Lash/Urry 1994) auch von Leuten aus der Stadt am Land erlebt, sie bemerken vorrangig – die Andersartigkeit ihrer Umwelt (Regeneration und Reproduktion im Sinne von Körpererfahrung).

Eben diese körperliche Erfahrung der Umwelt wird bei diversen Freizeitaktivitäten gesucht und Snowboardfahren, Wildwasserschwimmen, Schneesurfen, Klettern und Canyoning oder Mountainbiking sind dafür Beispiele. Wie die Erfahrungswelten strukturell angelegt sind, ist mithin das zweite Unterscheidungsmerkmal, um Differenzen von Stadt und Land zu charakterisieren. Es gilt deshalb danach zu forschen, wie der Möglichkeitsraum der Jugendlichen lebensalltäglich angelegt ist. Was lässt sich am Wohnort anstellen, was nicht. Gibt es ein Kino, eine Disko, ein Café und eine Kneipe, die als Treffort taugt, kann Pool, Fußball, Tennis gespielt werden, gibt es ein Internetcafé, Jugendtreffs, gibt es eine differenzierte Jugendkultur oder nur zwei, die etwa gleich alt sind, geht Jugendkultur in der Jugendmannschaft auf usw. Solche Unterschiede in den Möglichkeitsräumen sind Vorgaben fürs Aufwachsen. Noch weiter ins Konkrete übersetzt geht es auch darum, welche Wege (zeitlich und hinsichtlich ihres finanziellen Aufwands) für Ausbildung, Schule, Arbeit etc. bedacht und bewältigt werden müssen. Wie die Freizeitbudgets und die Räume in denen gelebt wird aussehen, welche besonderen Formen der Sozialorganisation (Verein statt/als Jugendkultur) verbindliche Leitlinien vorgeben. Was die Wege betrifft, so zeigt sich: Mobilität ist in der Stadt in der Regel ein weniger bedeutsames Problem, auf dem Land schon.

Da »hin- und mitkommen« so wichtig ist, klagen nachgerade Jugendliche vom Land häufig darüber, dass Mobilität ein Problem darstellt (vgl. Ebertz / Nickolai 1999, Tully/Wahler 1996).

Eine starke Mobilitätseinschränkung bekunden immerhin 19% aller Jugendlichen aus Orten mit weniger als 30.000 Einwohnern (VCÖ 1999, S. 16). Demgegenüber sind das Angebot des Öffentlichen Verkehrs in Ballungsräumen besser und damit unmittelbar auch die Mobilitätschancen dort lebender Jugendlicher. Diese zum Teil gesellschaftlich, zum Teil aber auch durch die Region, in der die Heranwachsenden leben, gesetzten Vorgaben legen es nahe, trotz der – im Sinne gesellschaftlichen Globalisierungstendenzen geltenden – Angleichung der Lebensverhältnisse, die Unterschiede für den Lebensalltag junger Menschen eingehender zu analysieren.

### 3.3 Jugendliche Orientierungen auf ihre räumliche Umgebung

Einerseits sind Jugendliche in der Stadt in geringerem Maße auf einen eigenen Pkw angewiesen, wenn S- und U-Bahn die Erschließung der Fläche und Busse die Zubringerdienste absichern, andererseits eröffnet das Auto gerade am Land spezielle Freiräume. Gleiche Weglängen sind am Dorf und zwischen den Dörfern mit dem Pkw schneller zu durchkreuzen als in der Stadt, oft auch schneller als die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel im Großstadt-raum. Das heißt, während ein Pkw in der Stadt die Unabhängigkeit vom Takt eröffnet, hält das gleiche Fahrzeug am Land größere Freiheiten bereit, d. h. das Auto ist in der Region rascher und flexibler, wenn es um Wegbewältigung geht. In der Stadt lassen sich bestimmte Wege mit dem Auto friktionsfreier (nicht bequemer) organisieren, auf dem Land scheint dies durch die Automobilität garantiert, erst auf Langstrecken werden hier die öffentlichen Verkehrsangebote konkurrenzfähig. Auffällig ist, dass das Fahrrad, sobald das 18. Lebensjahr erreicht wird, nur noch ausnahmsweise als Verkehrsoption angesehen wird.<sup>21</sup> Am Land spielen (wegen der Wegelängen und Topographie durchaus mit jahreszeitlichen Schwankungen) motorisierte Fahrzeuge eine herausragende Rolle.

»Mobilitätshemmnisse für Jugendliche sind in erster Linie Entfernungen, die nicht mit dem Fahrrad zu bewältigen sind und fehlende Bus- und Bahnverbindungen am Abend und in der Nacht« (ebda, S. 16). Insofern hängen die Mobilitätschancen Heranwachsender vom Ort, an dem sie wohnen, von den Distanzen, die sie regelmäßig und fallweise zu bewältigen haben und vom Fahrzeugzugang ab. Da zum Fahren motorisierter Fahrzeuge, mit denen die Distanzbewältigung nachhaltig erleichtert wird, eine Berechtigung erforderlich ist, hängen die Chancen zur Mobilität auch vom Besitz des Führerscheins und in zweiter Linie von der Disposition über entsprechende Fahrzeuge ab.

Im Folgenden soll der Alltag Jugendlicher zur Grundlage weiterer Überlegungen gemacht werden, um die unterschiedlichen Bedingungen für das Aufwachsen in Abhängigkeit von den konkreten örtlichen Verhältnissen in den Blick zu nehmen. Die hier referierten Daten stammen aus unserer Studie »Rot, cool und was unter der Haube« (Tully 1998), da die Auswertung der Daten von U.MOVE noch aussteht. Sie werden hier mit der Absicht angeführt, den bereits in der am Deutschen Jugendinstitut durchgeführten Untersuchung (»Die Entstehung von Umweltbewusstsein bei Jugendlichen«) aufscheinenden Stadt-Land-Unterschied zu verfolgen.

Aus unserer 1997 durchgeführten Untersuchung, zu der wir junge Auszubildende unter anderem nach ihrem Arbeitsweg, nach ihren Freizeitpräferenzen, nach der Verfügbarkeit über ein Fahrzeug befragt hatten, können wir

<sup>21</sup> Vgl. dazu die Ergebnisse der repräsentativen Spiegel-Dokumentation »Auto, Verkehr und Umwelt« (Spiegel-Verlag 1993), welche zwei Altersgruppen hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl an Werktagen und Wochenenden unterscheidet und zu folgendem Ergebnis kommt: In der Gruppe der 14- bis 17-Jahre alten Jugendlichen dominieren öffentlicher Personentransport (ÖV) und Fahrrad, wenn es um die Zurücklegung von Wegen an Werktagen geht. In der Altersklasse der 18- bis 29-Jährigen geht der Anteil für Fahrradfahrten auf rund ein Drittel des vorherigen Wertes zurück und bei den ÖV-Nutzern verbleiben nur mehr 15%; im Vergleich dazu waren es bei den 14- bis 17-Jährigen noch 41%. Noch drastischer fällt der Umstieg hin zum Auto aus, wenn es um die Freizeitaktivitäten geht. An den Wochenenden sinkt der Anteil der Radfahrten und der ÖV-Nutzung noch deutlicher.

aufgrund der Datenaufbereitung Aussagen zu den unterschiedlichen Lebensbedingungen Jugendlicher vom Lande und aus der Stadt machen. Die Auswertung zeigt die Vorteile des Lebens auf dem Lande und das ist zunächst »Platz zu haben«<sup>22</sup> (u. a. sind die Zimmer der Jugendlichen am Land größer als in städtischen Wohnungen). Platz spielt seltener eine einschränkende Rolle, es gibt keine Parkplatznot, es ist nicht alles verbaut, da ist die Natur »gleich hinterm Haus«<sup>23</sup>, beginnt Landschaft »außen vor der Stadt« (Ipsen 1998, S.199)<sup>24</sup>. Jugendliche führen als Vorteil des Landlebens unter anderem ihr Verhältnis zur Natur und die günstigen Reproduktions- und Regenerationsbedingungen an.

### 3.4 Stadt - Land: Freiheit, Freizeit, Fahrzeug.

Als Stadt-Land-Differenzen lassen sich auch die Freizeitaktivitäten mit oder ohne öffentliche Verkehrsmittel interpretieren. »Gemeinsam Wegfahren macht Spaß.« Gemeinsam Wegfahren kann man aber mit dem Auto und mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Das Auto hat fürs Weggehen eine wichtige Bedeutung, es ist Angelpunkt individueller Mobilitätsplanung am Lande. Gerade wenn es um Freizeit geht, steht die Wegstrecke nicht an erster Stelle:

»Auch das Auto, die sind aber zu fünf und benutzen für ihre Unternehmungen den Wagen.« (ID 021)

»Kommt darauf an, wie wir lustig sind, also teilweise fahren wir auch schon nach Regensburg oder München oder sonst halt Ingolstadt und Umgebung.« (ID 021)

<sup>22</sup> Bei den Gruppendiskussionen im Rahmen von U.MOVE wurden den Teilnehmern und Teilnehmerinnen unter anderem Bilder vorgelegt, zu denen sie Urteile abgeben sollten und abgaben. Bei Kleinstfahrzeugen etwa kam unisono die Replik, »Dies ist nichts für uns, das ist was für die Stadt«.

<sup>23</sup> Auch heben Jugendliche »Schrauberinnen« und »Schraubern« hervor, dass es für ihr Hobby, das Hantieren an Fahrzeugen, unabdingbar ist, entsprechend Platz zu haben.

<sup>24</sup> »Natur wird durch Verklärung einer ‚draußen‘ vor Stadt liegenden Natur kompensiert« (Ipsen S.192).

Gemeinsam Fahren ist unübersehbarer Event:

»(Am Wochenende und am Feierabend) da fahr ich dann meistens mit Freunden weg, und wir sind da auch zu viert oder zu fünft im Auto«. (Nachfrage: »Wie häufig mit Freunden weg?«) »Eigentlich jedes Wochenende. ( Nachfrage: »Und wo fahren Sie hin ?) Das ist immer verschieden, aber also manchmal, was bei uns in der Nähe ist, manchmal weiter weg.« (ID 061)

Was die Option der Autonutzung betrifft, so ist diese an Bedingungen geknüpft. Der Führerscheinbesitz ist eine dieser Bedingungen. Wer noch keinen Führerschein hat und deshalb noch nicht mitfahren kann, ist auf die Eltern angewiesen, diese organisieren dazu entsprechende Chauffeurdienste. Hierzu ein Mädchen:

»Ja, muss dann Papa oder Mama fahren, also wir machen da auch Fahrge-meinschaften, so dass mal die Eltern von dem oder von mir fahren.« (ID 029)

Wer keinen Führerschein hat und nicht von den Eltern chauffiert werden will oder kann, muss sich im Kreis der Freunde und Gleichaltrigen umsehen. Mit der Orientierung weg von der Familie verträgt es sich nicht, zugleich auf diese angewiesen zu sein. Da bei Ablösungskonflikten »weggehen« ohnehin häufig das Thema abgibt, ist der Widerspruch von Ablösung und der Inanspruchnahme von Fahrdiensten durch die Eltern offenkundig. Dies fassen die Jugendliche so zusammen: Besser ist es dann schon, wenn man Freunde hat, die einen mitnehmen:

»Eigentlich fahr ich mit Leuten mit, also mit meinem Freund und dann noch mit anderen (zusammen), die keine Autos haben und keinen Führerschein.« (ID 30)

Stadt - Bezüge und Weggehen mit öffentlichen Verkehrsmitteln:

Neben den »Pro-Auto-Argumentationen« gibt es gute Argumente für den ÖV, wenn das Angebot stimmt und wenn es um die Organisation von Mobilität in städtischen Räumen geht.

»Also wenn wir nach München reinfahren, dann fahren wir meistens S-Bahn, und wenn wir woanders hinfahren, noch weiter aufs Hinterland, dann schon mit dem Auto, weil da kommt man dann mit dem Zug nicht hin, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.« (ID 052)

Für Jugendliche, die in der Stadt leben oder einen Anschluss an das städtische Verkehrsnetz haben, gibt es Gründe gegen das Auto zu votieren.

»Nein, also bei uns fahren alle mit der S-Bahn, weil das ist besser mit der S-Bahn, also man kommt schneller hin anstatt mit dem Auto.« (ID 052)

»Ja, das zweite wichtige Argument ist natürlich das Parkplatzproblem in der City. Zum Beispiel, ich meine mit der U-Bahn, da steig ich ein, bin drin, und bin da auch ziemlich unabhängig, weil die fährt ja im 15-Minuten-Takt. Von dem her ist das ganz o.k.« (ID 032)

#### 3.4.1 Pflichtwege – Wege zur Arbeit

Mit dem Übergang ins Berufsleben wird Mobilität zur praktischen Notwendigkeit (z. B. in Abhängigkeit von Arbeitszeiten und der Lage des Wohnorts). Zwar sind Befragte, die auf dem Land leben, bereits aus der Schulzeit mit langen Anfahrten vertraut, dennoch wirft der längere Arbeitstag, die längere Abwesenheit von Zuhause und die gelegentlich mangelnde Synchronisation von Arbeitszeit (Beginn und Ende der Arbeit) und Anfahrtsmöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln besondere Probleme auf. Nur für Jugendliche aus der Stadt ist der Ort des Ausbildungsbetriebs mit dem Wohnort besonders häufig identisch, dies ist in acht von zehn Fällen so. Daran ist auch ablesbar, für Städter und Jugendliche vom Land sind unterschiedliche Anfahrtswege in Ansatz zu bringen. In der Stadt sind die Wege zum Ausbildungsplatz in der Regel kürzer, am Land länger, aber nur wenn sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln bewältigt werden müssen, zeitaufwendiger. Was die Jugendlichen von der Stadt betrifft, so kommen diese häufiger als ihre Kolleginnen und Kollegen aus der Region zu Fuß oder mit dem



Fahrrad zur Arbeit. Mit dem Fahrrad bzw. zu Fuß kommen in unseren 97er und 98er Erhebungen rd. 20 von 100, wenn sie in der Stadt leben. Für öffentliche Verkehrsmittel entscheiden sich im städtischen Bereich und am Land etwa gleich viele Jugendliche (rd. 40%), wobei für die Zubringerdienste aus der Region auch häufig ein betriebsbezogener Zubringerdienst existiert.

Vor allem für heranwachsende Auszubildende, die am Lande leben, sind die Anfahrtszeiten beachtlich: immerhin 40% der von uns befragten Jugendlichen fahren zwischen 20 und 45 Minuten zur Arbeit. Etwa ein Viertel der Befragten muss Wegzeiten zwischen einer dreiviertel Stunde und zwei Stunden in Kauf nehmen, d. h. für diese Gruppe verlängert sich der Arbeitstag somit um mindestens eineinhalb Stunden täglich. Dies bedeutet einerseits eine bemerkenswerte Verlängerung des Arbeitstages und in vielen Fällen bemessen an der Ausbildungsvergütung eine hohe finanzielle Belastung.

### 3.4.2 Freizeit in städtischen und ländlichen Räumen

Wir werden im Folgenden die Daten, speziell im Hinblick auf Stadt-Land-Unterschiede ausgewählt, auswerten und *soziale Merkmale des Jugendalltags* in den Vordergrund rücken: Partnerschaft, Freizeitbeschäftigung und Ausgaben für die Freizeitgestaltung sowie Mitgliedschaften in Organisationen werden betrachtet. Es ergibt sich dann auf Basis der Daten folgendes Bild.

#### (a) Partnerschaft

Von unseren Befragten geben rd. vier von zehn Jugendlichen, die in der Stadt wohnen, an, einen festen Partner bzw. eine feste Partnerin zu haben. Wer in kleineren Orten wohnt, lebt häufiger »ungebunden«, wobei sich der Befund auch daraus erklärt, dass die Jugendlichen vom Land (in unserer Erhebung) jünger sind. Der höhere Anteil Jugendlicher mit festem Partner/fester Partnerin im Stadtbereich kann zum Teil darauf zurückgeführt werden, dass der Anteil der Altersgruppe der 18- bis 21-

Jährigen in der Stadt größer ist als bei den von uns befragten Jugendlichen im ländlichen Raum (64,5% gegenüber 47,9%). Die Unterschiede innerhalb der Altersstruktur betrachtet nach Stadt und Land sind statistisch signifikant.

#### (b) Konsum- und Freizeitstile

Die Konsum- und Freizeitstile der befragten Auszubildenden sind nur bedingt als »städtisch« oder »ländlich« zu qualifizieren. Größere Differenzen lassen sich lediglich bei »Ausgehen« und Ausgaben für »Fahren« (Auto, Motorrad, etc.) ausmachen. Auffällig ist die größere Einbindung in den Sport (Verein) am Land. »Rumhängen«, »Rumfahren«, »Rumschauen« (PC, TV) werden hier ebenfalls häufiger als Freizeitbeschäftigung angeführt. Während Freizeitbeschäftigungen wie das Zusammensein mit Freunden/Freundinnen und Musik hören oder Lesen und Jugendarbeit/Politik annähernd gleichen Stellenwert im Jugendalltag haben, egal ob in der Stadt oder auf dem Land gelebt wird, zeigen sich im Hinblick auf das Fahren und das Reparieren von Fahrzeugen doch unterschiedliche Präferenzen, diese Aktivitäten überwiegen im ländlichen Raum gegenüber dem Stadtbereich (Fahren: 58,1% gegenüber 47,7% und Reparieren: 30,6% gegenüber 19,8%). Auch die Nutzung von Medien (TV/Video/Computer) findet auf dem Land einen höheren Zuspruch. Dies mag auf ein mangelndes Angebot an Freizeitaktivitäten und Einrichtungen im kulturellen Bereich für Jugendliche zurückzuführen sein (vgl. Tully 1998, S. 160).

#### (c) Wohnsituation

Was die Wohnsituation für Jugendliche in den Zentren betrifft, lässt sich anhand unserer Daten Folgendes feststellen:

»Ohne eigenes Zimmer bei den Eltern« leben rd. 10% der befragten Auszubildenden in der Stadt, 70% geben an, ein eigenes Zimmer zu haben. Am Land sind es rund 91%. In der Stadt ist die Zahl derer, die eigenständige Wohnformen erproben (also in Untermiete/Wohngemeinschaft, Wohnheim oder eigener Wohnung leben) erwartungsgemäß mit 20% deutlich größer als auf dem Lande. Hier schlägt sich unter

anderem nieder, dass Jugendliche heute hochmobil sind und bereits bei der Wahl eines Ausbildungsplatzes einen Ortswechsel aus strukturschwachen Regionen in die Stadt in Kauf nehmen (das sind fast 10% der Auszubildenden). Da die Lebensverhältnisse in der Stadt nunmal anders sind, erfolgt gegebenenfalls auch der Auszug aus der elterlichen Wohnung schon früher, um moderne Wohnformen auszuprobieren.

#### (d) Vereine -- Freizeit auch mit Erwachsenen

Im ländlichen Raum sagen die von uns befragten Jugendlichen etwas häufiger als Jugendliche aus der Stadt, dass sie einer Organisation, Gruppe oder einem Verein angehören (vgl. Tully 1998, S. 161f.). Dies trifft insbesondere für Musik- und Trachtenvereine, freiwillige Feuerwehr, Turn- und Sportvereine sowie Gewerkschaften zu. Unter »Sonstige« wurden u. a. Landjugend, Fischerei- und Schützenverein, Kirche, Wasserwacht und Jugendhilfe genannt. Nun soll im Folgenden dieser Sachverhalt dazu dienen, den besonderen Lebensalltag auf dem Land zu beleuchten.

Wenn Jugendliche auf dem Lande aufwachsen, leben sie, dies deutet auch die Einbindung in die Vereine an, dichter mit Erwachsenen zusammen. Für Jugendliche bedeutet Landleben vermutlich häufiger unter Beobachtung zu stehen, da durch Nachbarn, Mitglieder der Vereine und andere Erwachsene alltägliche soziale Kontrolle ausgeübt wird. Je kleiner die Gemeinde, desto dichter die soziale Kontrolle. Im Dorf können sich Kids und Teenies nicht alles erlauben, abweichendes Verhalten wird schnell zum Gesprächsstoff und den Jugendlichen – denen es egal sein könnte, was andere über sie denken – erschwert es doch das Zusammenleben. In der Stadt hingegen ist die größere Anonymität Chance zur Emanzipation. Konfliktbereiche sind vorrangig die Lautstärke mit der Jugendliche auftreten und die Verschmutzung der als Treffort genutzten öffentlichen Plätze (vgl. Ebertz/Nickolai 1999, S. 41.). Die Urteile Erwachsener werden aus der Sicht Jugendlicher am Lande gelegentlich als Vorurteile gegenüber der jungen Generation gedeutet: »Die denken von

*uns von den Jugendlichen haja die sind so ein wenig (...) Die bösen Buben und so und die rennen halt anders rum und weil die halt früher anders angezogen waren und so wir halt uns eigentlich so anziehen wie wir wollen und das kaufen was wir wollen, und bei den alten Leuten halt die sagen oh Gott die Jugend schon wieder« (a.a.O).*

Während Erwachsene im städtischen Lebensraum häufiger als anonyme Gruppe gesehen werden, scheint am Lande die Konfrontation der Generationen unvermittelter zu sein, da sind »halt echt Erwachsene wo einem wo die Jugendlichen nicht verstehen und deshalb sind sie auch oft arrogant und mit denen hab ich einfach keinen Bock zu tun zu haben« (a.a.O, S. 42).

Erwachsene werden zwangsläufig als Kontrollinstanz wahrgenommen. Das ist in der Stadt nicht anders, nur sorgt hier die Anonymität dafür, dass soziale Kontrolle nur bedingt wirksam wird. Erwachsene leben in ihrer differenzierten Welt. Die dort z. B. in Arbeit und Ausbildung geltenden Regeln und Normen signalisieren dies. Jugendlichen geht es um Mischung und Aufhebung von Grenzen.<sup>25</sup> Dies ist Baustein ihrer Emanzipation und der Vermittlung ihres Selbstbildes an die Außenwelt. Sensibel für diesen Sachverhalt sehen sie sich tendenziell selbst als Regelverletzer, da es ihnen darum geht, abweichende Lebensformen zu praktizieren. Gerade im ländlichen Raum sind Konflikte vorprogrammiert. Vor allem wenn jugendtypische Trefforte fehlen, spie-

len kompensatorisch lokale Vereine eine wichtige Rolle, es sind Orte wo man hingehen kann. Ziel ist es, Andere, Gleichaltrige zu treffen. Auch wenn die lokalen Vereine von den Jugendlichen gelegentlich als zu eng erlebt werden mögen, denn nur im günstigsten Fall werden die Angebote jugendgemäßen Ansprüchen nach Erlebnis gerecht. Aus Geschlechter-Sicht betrachtet ist freilich vor allem das Angebot für junge Frauen besonders eng. Die immer präsenten Sportvereine machen zunächst Angebote für männliche Jugendliche. »Ja für die Jungs ist schon hier besser... Also von Vereinen, Fußball halt und so« (a.a.O., S. 113). Nachgerade auf dem Land scheint das Stereotyp »Jungs kicken«, »Mädchen turnen und/oder lieben Pferde« langlebig (vgl. Zehnbauer/Wahler/Tully 1985). Aber trotz aller Kritik am Angebot der Vereine ist die Mehrheit der Jugendlichen, die das Vereinsleben kritisieren und als eingeschränkt erleben, im Vereinsspektrum am eigenen Wohnort eingebunden. Viele Jugendliche bezeichnen sich selbst als aktive Mitglieder in gleich mehreren Vereinen. Von daher überrascht es nicht, dass bei einigen, die in mehreren Vereinen aktiv eingebunden sind, die Freizeit wesentlich durch das Vereinsleben ausgefüllt ist. Am Lande in den Verein zu gehen macht Sinn, da unter anderem lokale oder kommerzielle und öffentliche Freizeitangebote nur spärlich oder gar nicht vorhanden sind. Darüber hinaus hat es Tradition im Verein mitzutun, er ist Moment der sozialen Konformität.

Ist der Kontakt zum Verein erst einmal etabliert, bleiben Jugendliche, da es Spaß macht, dort Gleichaltrige und Freunde zu treffen. Zum Teil spielen ökonomische Motive eine Rolle (Musik als Nebenjob). Der Kontrapunkt zur

Freizeit im Verein ist mit den Eintrittsbarrieren und Austrittsmotiven markiert. Als Eintrittsbarrieren, die die Jugendlichen abhalten einem Verein beizutreten, wirken Zuschreibungen. Auf Vorbehalt trifft die verbindliche Sozialform (Bindung, Pflicht, Mitgliedsbeitrag und Leistungsorientierung). Schließlich passen die Angebote bzw. Inhalte nicht immer zu den Personen<sup>26</sup>, mit denen dann umzugehen ist, der Verein steht damit im Kontrast zu den jugendlichen Erlebnisstilen. Wenn Alternativen fehlen sind die lokalen Vereine wichtig. Zwar geht dem Eintritt in einen Verein häufig sozialer Konformitätszwang und in geringerem Maße eine bewusste Entscheidung voraus. Wegen der »Monopolstellung der Vereine bezüglich der Freizeitangebote im Wohnort« sind Jugendliche andererseits auf Vereine angewiesen, da sie Trefforte anbieten, um mit anderen Jugendlichen zusammenzukommen, um Bekanntschaften zu machen und Freundschaften zu pflegen (a.a.O., S. 119f.). Die Verwiesenheit auf das lokale Vereinsleben ist letztlich durch die (alternativen) Freizeitmöglichkeiten, die individuellen Interessen und die individuellen Mobilitätsmöglichkeiten beschrieben. Mit steigendem Lebensalter und mit der Chance über Verkehrsmittel zu disponieren, werden neue Freiheitsgrade eröffnet. Im günstigen Falle sind Jugendliche in so vielen Kontexten zu Hause die hinreichend sind ihre unterschiedlichen Stilvorlieben zu leben.

<sup>25</sup> Zum Beispiel differenzieren Jugendliche nicht zwischen Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel und Einhaltung vorgegebener Regeln (z. B. nicht mit Rollerskates, nicht mit lautem Walkman, auf den Sitzen nur sitzen etc.).

<sup>26</sup> »Da sind wir gerade rausgekommen und sofort der ganze Tisch, und da saßen so lauter alte Reiche (...) Und dann haben sie uns 'ne Predigt gehalten (...)« (Ebertz/Nickolai 1999, S. 117).

#### 4. Im Jugendalter relevante Stadt-Land-Bezüge (Synopsis)

Absicht unserer Synopsis ist es, die unterschiedlichen Orientierungen, mit denen Jugendliche in den beiden Räumen umgehen müssen, systematisch darzustellen und zu verfolgen. Die ausgewählten Handlungsbereiche beziehen sich auf den jugendlichen Lebensalltag und umfassen: Bildung (Schule, Berufsausbildung), Kultur und Jugendkultur, Reproduktion (Freizeit, Regeneration und Sport) und Arbeit.

Bei nachstehender Synopsis (Abbildung 1) geht es mir um die angelegte Orientierung auf den unmittelbaren Lebensraum und den expliziten Bezug auf den alternativen Raum (Stadt bzw. Land). Mit Hilfe der hier angelegten Systematik lässt sich zeigen, wie jugendkultureller Alltag durch infrastrukturelle Vorgaben differenziert wird, der Bezug auf sie lässt sich über vier Handlungsfelder (Kultur, Schule, Arbeit und Reproduktion) und deren Rolle für Mobilität verfolgen. Dies ist in der Synopsis

(Differenz von städtischer und ländlicher Lebensform) berücksichtigt. Der Vorteil unseres Schemas basiert darauf zwischen zentralen Handlungsfeldern im Jugendalltag innerhalb des städtischen bzw. ländlichen Lebensalltags hin und her switchen zu können. Im Folgenden soll die Analyse nur auf die beiden Bereiche (a) Wege und (b) unterschiedliche Realisierungschancen für die vier Handlungsfelder betrachtet werden.

zu (a): in bezug auf die Wege

Absehbar entwickeln sich um die infrastrukturellen Konstanten, d. h. um die Anbindung durch öffentlichen bzw. Verwiesensein auf den Individualverkehr unterscheidbare Handlungsstrategien. Wegfahren um »was los zu machen« gehört hierher, aber auch die Organisation von Mitfahrgelegenheiten für den Weg zur Arbeit.

zu (b): unterschiedliche Realisierungschancen für die vier Handlungsfelder

Die Wahl des Ausbildungsberufes und Ausbildungsbetriebes wird, das zeigen

unsere mit Auszubildenden geführten biographischen Interviews, durchaus über die Erreichbarkeit des Betriebes mitbestimmt. Firmenbusse, die die Anfahrt einfach gestalten, sind deshalb durchaus ein wichtiges Angebot, ganz so wie auch Jugendliche in der Stadt prüfen, welche Umsteige Verbindung sie nehmen und welchen zeitlichen Aufwand sie für den Weg zur Ausbildung/Arbeit veranschlagen müssen. Soweit es um Hobby und Regeneration geht, scheinen Jugendliche vom Land im Vorteil zu sein, denn alle Funsportarten (Skating, Biking, Climbing) lassen sich in der Regel am Land gut ausüben. Gleiches gilt für Motorsport und »schrauben« (basteln an Fahrzeugen). Wenn es Platz braucht, dann bietet der ländliche Raum unabwiesbare Vorzüge. Für wechselseitige Unterstützung, vor allem wenn es darum geht, Hilfe von Erwachsenen zu bekommen, sind die ländlichen Strukturen der Sozialorganisation günstig.

Eine entschiedene Differenz von Stadt und Land ist schließlich in Bezug auf den jugendkulturellen Alltag zu vermu-

Abb. 1  
Synopsis jugendrelevanter Stadt-Land-Bezüge

	Stadt	Land	Stadt-Land-Differenz im Hinblick auf Mobilität
<b>Kultur</b>	städtisch Kabarett, Theater, Musical, Operette, Oper, Kino, Video-Club, CD-Laden, Internetcafé, Treffs	tendenziell ist die Stadt attraktiver um »was los zu machen«	Wege sind länger und komplizierter auf dem Land. Am Land wird »mitgenommen« und man wird selbst »mitgenommen«.
<b>Jugendkultur</b>	Peerkultur ist um verschiedene Interessen herum organisiert (Sport, Musik, Disco etc.)	am Land sind Vereinsleben, familiäre Netze, Kirche wichtig Peerkultur ist wie in der Stadt über die Schule organisiert, ansonsten Mischung von Jugend- und Erwachsenenkultur (Vereine, Maibaum-aufstellen, Hochzeiten)	Am Land komplizierter, da Quartier und Schule als Ort der Clique in der Regel verschieden sind
<b>Schule</b>	ab Kreisstadt: Gymnasien, FOS, Volkshochschulen, Berufsschulen, Kurse zur Fort- und Weiterbildung, IHKs Zugang zur Schule ist organisiert. Öffentliches Verkehrsangebot, alle Schultypen und Weiterbildungsangebote im Stadtgebiet	Zugang zur Schule (Grund-, Haupt- und Realschulen) ist organisiert (Schulbusse, besonderes Angebot während der Schulzeiten) Fort- und Weiterbildung eher städtisch orientiert	für die Wege zu den regulären Bildungstätten gibt es entsprechende Angebote wie in den städtischen Zentren; nur Fort- und Weiterbildung ist kompliziert und muss individuell organisiert werden
<b>Arbeit/ Ausbildung (Duales System)</b>	Arbeitsangebote sind bevorzugt städtisch orientiert Lehre, Jobs, regelmäßige Beschäftigung bevorzugt städtisch bzw. stadtnah	derzeit Arbeits- und Ausbildungsangebot nicht in allen, namentlich nicht in attraktiven und zukunftsfähigen Berufsfeldern vorhanden	Arbeitsplatz und Wohnort in der Regel verschieden. Anfahrtswege am Land deutlich länger und zeitaufwendiger.
<b>Reproduktion</b>	zum Teil stadt-orientiert, Freizeit, Hobby, Sport, Fitness, attraktiv ist es hinauszu-fahren, aber eher für Ältere	Outdoor-Aktivitäten gehen am Land gut: Sport, Biking, Paragleiten, Bergwandern, Klettern, Segeln etc.	kurze Wege bei Outdoor-Aktivitäten auf dem Land

ten und in Ansätzen zu diagnostizieren. Die Entfaltung eigener jugendkultureller Muster, zum Beispiel das Leben mit der Clique ist wesentlich erschwert. Einerseits wirken, solange noch nicht über Führerscheine und Fahrzeuge disponiert werden kann, die Wegelängen ausschließend, in vielen Fällen sind Jugendliche auf kompensatorische Unterstützung durch Ältere angewiesen, der Prozess der Ablösung und Selbstfindung ist also in besonderer Weise von Älteren und auch älteren Jugendlichen begleitet und die lokalen Orte der Freizeit (Verein, der Fußballplatz usw.) werden notwendig zu Orten an denen Jugendkultur als Subkultur figuriert.

Das Leben auf dem Land ist – wenn es um die Erreichbarkeit von Wegezielen geht – nicht von vornherein defizitär. Zwar sind die Wege gelegentlich länger und ihre Erreichbarkeit ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln weniger gut abgesichert, d. h. es bestehen wesentliche Unterschiede hinsichtlich der Abwicklung der Wege. Wichtig sind insofern die infrastrukturellen Konstanten (homogeneres oder hochgradig differenziertes Verhalten). Absehbar ist die Organisation der Wege und deren Bewältigung anders figuriert. Wenn öffentliche Angebote fehlen, müssen Mitfahrgelegenheiten organisiert werden, deshalb wird am Land »mitgenommen« und

»mitgefahren«. Einerseits wird dies als Hindernis in der freien Disposition Jugendlicher erlebt, da es damit lebensalltägliche Formen des Angewiesenseins auf andere gibt (vgl. Tully/Wahler 1996a, b), andererseits wird so aber ein spezifischer Effekt in Gang gesetzt, der auf die Orientierung an Älteren hinausläuft. Wer keinen Führerschein besitzt ist besser dran, wenn er/sie sich mit Leuten zusammen tut, die über eine Fahrberechtigung und über ein Fahrzeug verfügen. Darüber hinaus nehmen Ältere Jüngere mit (z. B. zum Sport bzw. vom Sport nach Hause). Freizeitgestaltung ist bevorzugt lokaler Art und gerade auf dem Land sind wechselseitige Treffen jugendkultureller Zirkel allein qua Masse erschwert<sup>27</sup>, insofern koexistieren jugendkulturelle Stile und traditionelle Landkultur (Dorffeste, Vereinsleben). Jugendkulturelle Stile sind für ihre Ausübung darauf verwiesen Andere, die gleiche Interessen haben, zu finden. Die Vielfalt der Stile fordert deshalb dazu heraus entweder in verdichteten Räumen zu leben oder fallweise dorthin zu pendeln. Insofern erzeugt jugendkulturelle Praxis spezifische Mobilitätsbedürfnisse.

In der Jugendsoziologie wurde früher Jugendkultur als Teilkultur<sup>28</sup> und gelegentlich auch als Gegenkultur zur

herrschenden Erwachsenenkultur betrachtet. Erst in den 70er und 80er Jahren hat sich abschließend die Sichtweise durchgesetzt, man habe es mit einer eigenständigen Jugendkultur zu tun. Für das Leben Jugendlicher auf dem Lande lässt sich eine Splittung der Verhältnisse diagnostizieren, einerseits partizipieren Heranwachsende in Stadt und Land über die Medien an den herrschenden Trends und Moden, andererseits sind sie beim Leben jugendkultureller Alltagspraxen vom engen Kontakt mit Gleichaltrigen abhängig, was bei kleineren Gemeinden bei den gegebenen strukturellen Vorgaben erschwert sein kann. Das heißt, partiell wird Jugendkultur am Lande auch heute noch (z.B. im Verein, am Dorf) als abweichende Teilkultur behandelt.

<sup>27</sup> Während es in bayrischen Dörfern einfach ist CSU-interessierte Gleichaltrige zu finden wird es für die Organisation eines CSD (Christopher-Street-Day) schon schwieriger.

<sup>28</sup> Abweichendes Verhalten, Generation, Jugendsoziologie waren in den 70er Jahren noch parallele Stichworte zur Subkultur (vgl. auch Cremer 1984 und 1992). Herrschende Auffassung war es, in der Gesellschaft existieren diverse Quasigruppen mit eigenen Erwartungssystemen. »Die Spezifität einer Untergruppe kann soweit gehen, dass deren Standards den sonst allgemein verbindlichen Orientierungen teilweise direkt widersprechen« (Scheuch/Kutsch 1975, S. 158).

## 5. Fazit

Unter dem Eindruck der aktuellen Globalisierungsdebatte wird gelegentlich vorschnell der Angleichung und Tendenz zur Aufhebung der Unterschiede zwischen unterschiedlich konfigurierten Räumen das Wort geredet. Und tatsächlich transportieren die allgegenwärtigen Medien Stilmuster unterschiedslos in städtische wie ländliche Haushalte auf die Bildschirme.

Fernsehserien, in den USA, Großbritannien, Deutschland oder sonstwo produziert, vermitteln was derzeit »in« ist, insofern ist es nicht verwunderlich, wenn sich Jugendliche vom Lande wie aus der Stadt kenntnisreich über Trends, moderne Lebens-, Bekleidungs- und Musikstile austauschen können. Dies alles hebt jedoch die unterschiedlichen strukturellen Vorgaben für die alltägliche Lebensführung nicht auf. Um die Wahrnehmung der Differenzen ging es in diesem Artikel und das hier ent-

wickelte Schema zur Abbildung von im Jugendalltag relevanten Bezügen bedarf einer weiteren Ausdifferenzierung und kann mit der ausstehenden Empirie von »U.MOVE« mit weiteren empirischen Tatbeständen präzisiert werden. Unstreitig aber sind die Lebensverhältnisse für Heranwachsende, abhängig vom Wohnumfeld, nach wie vor verschieden. Dafür, genauer hinsehen zu wollen, steht der vorliegende Beitrag.

## 6. Literatur

- Bahrdt, H.-P. (1998): Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Opladen.
- Bloch, E. (1975): Provinz. In: Kursbuch 39. Kursbuch Verlag, Berlin.
- Böhnisch, L./Funk, H./Huber, J./Stein, G. (1991) (Hrsg.): Ländliche Lebenswelten. München.
- Bourdieu, P. (1982): Die feinen Unterschiede. Frankfurt/M.
- Bourdieu, B. (1998): Ortseffekte. In: Kirchberg, V./Göschel, A. (Hrsg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur, Opladen, S. 17-26.
- Canzler, W./Knie, A. (1998): Möglichkeitsräume. Grundrisse einer modernen Mobilitäts- und Verkehrspolitik. Wien.
- Cremer, G. (1992): Die Subkultur der Rocker. Erscheinungsform und Selbstdarstellung. Pfaffenweiler.
- Cremer, G. (1984): Jugendliche Subkulturen. Eine Literaturdokumentation. DJI-Dokumentation. DJI-Verlag München.
- Ebertz, M. N./Nickolai, W. (1999): Mächtig – Ohnmächtig. Jugendliche im ländlichen Raum. Eine empirische Exploration. Konstanz.
- Enzensberger, H. M. (1973): Zur Kritik der politischen Ökologie. In: Enzensberger, H. M. (Hrsg.): Ökologie und Politik oder Die Zukunft der Industrialisierung. Kursbuch 33, Berlin.
- Flichy, P. (1994): Telegeschichte der modernen Kommunikation. Frankfurt am Main., New York.
- Giddens, A. (1984): Die Konstruktion der Gesellschaft. Frankfurt am Main
- Groß, P. (1994): Die Multioptionsgesellschaft. Frankfurt am Main
- Hansjosten, E. (1999): Delinquentes Verhalten im Verkehr. In: A. Flade/M. Limbourg (Hrsg.): Frauen und Männer in der mobilen Gesellschaft, Opladen, S. 115-128.
- Hauzinger, H. (1997): Mobilität verstehen. Neue Forschungen zum Freizeitverkehr. In: Schaufler, H. (Hrsg.) (1997): Mobilität und Verkehr. Beiträge für eine nachhaltige Politik. Perspektiven einer nachhaltigen Umwelt- und Verkehrspolitik. München, Landsberg, S. 54 - 62.
- Harvey, D. (1990): The Condition of Postmodernity. Blackwell. Cambridge.
- Heidenreich, E. (1998): Urbane Kultur. In: Kirchberg, V./Göschel, A. (Hrsg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur, Opladen. S. 215-229.
- Hennig, C. (1999): Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main, Leipzig.
- Ipsen, D. (1992): Stadt und Land – Metamorphosen einer Beziehung. In: Häußermann, H. et al (Hrsg.): Stadt und Raum. Soziologische Analysen, Pfaffenweiler.
- Ipsen, S. (1998): Ökologie als Stadtkultur. In: Kirchberg, V./Göschel, A. (Hrsg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur, Opladen, S. 189-214.
- Keitz, C. (1997): Reisen als Leitbild. Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland. München.
- Kirchberg, V./Göschel, A. (1998) (Hrsg.): Kultur in der Stadt. Stadtsoziologische Analysen zur Kultur. Opladen.
- König, R. (1977): Großstadt. In: König, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Band 10, Stuttgart, S. 42-145.
- Kötter, H./Krekeler, H.-J. (1977): Zur Soziologie der Stadt-Land-Beziehungen. In: König, R. (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Band 10, Stuttgart, S. 1-41.
- Krumrey, H. (1984): »Entraumlichung« sozialen Verhaltens. Thesen zur Bedeutung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. In: ARCH Nr. 75/76, S. 45-52.
- Lappe, L./Tully, C. J./Wahler, P. (erscheint 1999): Das Umweltbewusstsein von Jugendlichen. Eine qualitative Befragung Auszubildender in sieben Industriebetrieben. München.
- Läpple, D. (1992): Essay über den Raum. In: Häußermann, H. et al (Hrsg.): Stadt und Raum. Soziologische Analysen, Pfaffenweiler.
- Läpple, D. (1997): Grenzen der Automobilität? In: PROKLA Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 27. Jg. Heft 107, Nr.2, S. 195-215.
- Lash, S./Urry, J. (1994): Economies of Sign and Space. London.
- Leed, E. J. (1993): Die Erfahrung der Ferne. Reisen von Gilgamesch bis zum Tourismus unserer Tage. Frankfurt am Main/New York.
- McLuhan, M. (1968): Die magischen Kanäle. Understanding Media. Düsseldorf, Wien.
- Mitchell, W. J. (1996): City of Bits. Birkhäuser, Basel 1996.
- Mitchell, W. J. (1997): Die neue Ökonomie der Präsenz. In: Münker, S./Roesler, A. (Hrsg.): Mythos Internet. Frankfurt/M.
- Mitscherlich, A. (1971): Die Unwirtlichkeit der Städte. Frankfurt/M.
- Möntmann, H. G. (1994): Das Ende der Mobilität. Frankfurt am Main.
- Nissen, U. (1998): Kindheit, Geschlecht und Raum. Sozialisationstheoretische Zusammenhänge geschlechtsspezifischer Raumaneignung. Juventa, Weinheim, München.
- Nowotny, H. (1997): Umwelt, Zeit, Komplexität. Auf dem Weg zur Endosozioologie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 36, S. 148 - 163
- Opaschowski, H. W. (1996): Freizeit und Mobilität. Analyse einer Massenbewegung vom BAT Freizeitforschungsinstitut (Hrsg.). Schriften zur Freizeitforschung, Band 12, Hamburg.
- Ötterli, J.: Freizeit und Raumplanung. In: Atteslander, P. (Hrsg.): Soziologie der Raumplanung. Berlin, New York 1976, S. 235-263.
- Scheu, B. (1991): Leben auf dem Land heißt Mobil-Sein. In: Böhnisch, L./Funk, H./Huber, J./Stein, G. (Hrsg.): Ländliche Lebenswelten, München.
- Scheuch, E. H./Kutsch, T. (1975): Grundbegriffe der Soziologie. Stuttgart.

- Schievelbusch, W. (1993): Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert. Frankfurt/M.
- Schulze, G. (1995) Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main.
- Schulze, H. (1999): Risikobereites Fahrverhalten Jugendlicher – Ausdruck jugendlichen Freizeitstils. In Tully, C.J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft, Frankfurt am Main, S. 85-106.
- Sennet, R. (1994): Civitas. Die Großstadt und die Kultur des Unterschieds. Frankfurt am Main.
- Sennet, R. (1998): Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin.
- Siebel, W.: Urbanität. In: Häßermann, H. (Hrsg.): Großstadt. Soziologische Stichworte, Opladen 1998, S. 262-269.
- Sieverts, T. (1997): Zwischenstadt: zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land. Vieweg, Braunschweig
- Simmel, G.: Die Großstadt und das Geistesleben. (zuerst Berlin 1903, jetzt 1984.)
- Treptow, R. (1993): Bewegung als Erlebnis und Gestaltung. Weinheim, München.
- Tully, C. J. (1998): Rot, cool und was unter der Haube. Jugendliche und ihr Verhältnis zu Auto und Umwelt. Eine Jugendstudie. München.
- Tully, C. J. (2000): Junge Erwachsene – Veränderung von Bildung und Ausbildung – Die Suche nach neuen Räumen für Jugendliche. (Manuskript am Deutschen Jugendinstitut, erscheint 2000 am Landesinstitut für Fort- und Weiterbildung. Soest.)
- Tully, C. J./Schulz, U. (1999): Sozialisierung von Jugendlichen zur Mobilität – Unterwegssein als Baustein jugendkulturellen Alltags. In: Tully, C. J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität, Campus, Frankfurt am Main, New York.
- Tully, C. J./Wahler, P. (1994): Ausbildung und Nebenjobs bei Jugendlichen. In: Kittner, M. (Hrsg.): Gewerkschaften heute. Jahrbuch für Arbeitnehmerfragen, Bund-Verlag, Köln.
- Tully, C. J./Wahler, P. (1996a): Leben und Aufwachsen in der Mobilitätsgesellschaft. Ein soziales Muster vor dem Umbruch. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 21. Jg., Heft 1, S. 25-58.
- Tully, C. J./Wahler, P. (1996b): Umweltbewußt, aber mobil? Von den Widersprüchen des Hineinwachsens in die Mobilitätsgesellschaft. Bericht über eine Untersuchung zur Entwicklung des Umweltbewußtseins während der beruflichen Ausbildung. In: Deutsche Jugend, Heft 1, S. 20-27.
- Tully, C. J./Wahler, P. (1999): Umweltbewußt und mobil – Wie Jugendliche Verkehr und Umwelt sehen. In: Tully, C. J. (Hrsg.): Erziehung zur Mobilität. Campus. Frankfurt am Main, New York.
- Urry, J (1999): The Tourist Gaze. London.
- VCÖ Verkehrsclub Österreich (1999) (Hrsg.): Jugend und Mobilität. Wissenschaft & Verkehr 2/1999, Wien.
- Vonde, D. (1989): Das Revier der grossen Dörfer. Industrialisierung und Stadtentwicklung im Ruhrgebiet. Essen.
- Weber, M. (1956): Die Stadt. In: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen.
- Zehnbauer, A./Wahler, P./Tully, C. J. (1985): Sport zwischen Lust und Leistung. In: Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Jugend – Ein zeitgeschichtliches Mosaik. München, S. 69-88.

# Das Projekt U.MOVE

## Jugend und Mobilität. Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenorientierter, intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche.

Im August 1998 fiel der offizielle Projektstartschuss von U.MOVE, einem dreijährigen Forschungsverbund-Vorhaben, welches sich die Entwicklung von Kriterien und Konzeptionen für zielgruppenspezifische, intermodale Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche zum Ziel gesetzt hat. Partner aus Wissenschaft<sup>1</sup> und Praxis<sup>2</sup> arbeiten dabei unter Federführung des Instituts für Landes und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW und der Mithilfe zweier Planungsbüros<sup>3</sup> eng zusammen, um den Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Planungspraxis zu gewährleisten.

### 1. Hintergrund, Erkenntnisinteresse

Nachfrage- und Zielgruppenorientierung sind aktuelle Leitmotive bei der Entwicklung von neuen Mobilitätskonzepten und -angeboten. Die Einteilung einzelner Nachfragegruppen beschränkt sich bislang häufig auf die Benennung objektiver Gegebenheiten, wie der Zugehörigkeit zu bestimmten Berufs- und Einkommensgruppen oder Altersklassen. Subjektive Bestimmungsgrößen des Mobilitätsverhaltens bleiben dagegen vielfach ausgeklammert. Die Beschränkung auf demographische oder ökonomische Bestimmungsgrößen vernachlässigt insbesondere, dass Mobilitätsverhalten und -orientierung in bedeutendem Maße das Resultat einer bestimmten, individuellen Lebensauffassung ist.

<sup>1</sup> Deutsches Jugendinstitut, München; Sekretariat für Zukunftsforschung, Gelsenkirchen.

<sup>2</sup> Deutsche Bahn AG, Geschäftsbereich Reise & Touristik; Dortmunder Stadtwerke AG; Verkehrsbetrieb in Potsdam GmbH.

<sup>3</sup> VIA Beratende Ingenieure, Berlin; plan lokal, Dortmund.

Unterschiedliche Lebensstile und deren Auswirkungen auf die Mobilität müssen in Zukunft in der Verkehrsplanung verstärkt berücksichtigt werden. Ein besseres Verständnis des Zusammenhangs zwischen Lebensstilen und Mobilitätsverhalten ist die Grundvoraussetzung für die Entwicklung differenzierter, zielgruppenorientierter Maßnahmen im Verkehr.

#### 1.1 Jugendliche und junge Erwachsene als Zielgruppe von Mobilitätsdienstleistungen

Als Zielgruppe von Mobilitätsdienstleistungen sind Jugendliche und junge Erwachsene in ihrer Rolle als (motorisierte) Verkehrsteilnehmer und Verkehrsteilnehmerinnen von besonderem Interesse. Zwar sind Jugendliche in puncto Mobilitätseinstellungen und Mobilitätsverhalten durch die Autoorientierung der Gesellschaft geprägt, ihre Verhaltensmuster sind jedoch keineswegs verfestigt. Die hohe Dynamik dieser Lebensphase erfordert die ständige Auseinandersetzung mit neuen Lebenssituationen (Schulwechsel, Ausbildung, Studium, Wehr- bzw. Zivildienst, eigene Haushaltsgründung etc.). Neue Lebenssituationen erfordern i. d. R. auch neue Mobilitätsentscheidungen. Mit dem 18. Lebensjahr erweitert sich der dafür zur Verfügung stehende Fuhrpark potentiell und immer häufiger auch faktisch um den Pkw. Neben Mofas und Motorrädern sind Jugendlichen bis dahin allerdings die unterschiedlichen Verkehrsmittel des Umweltverbundes (zu Fuß, Fahrrad, ÖPNV) gut vertraut. Hinzu kommt, dass sie nur selten durch körperliche Handikaps oder starke zeitliche Restriktionen in der Wahl des Verkehrsmittels eingeschränkt sind. Diese Charakteristika eines ju-

gendlichen Lebensstils gilt es bei der Entwicklung neuer Mobilitätsdienstleistungen und insbesondere bei der Ansprache Jugendlicher zu berücksichtigen.

Der Zusammenhang von Lebensstilen und dem Mobilitätsverhalten von Jugendlichen ist bislang jedoch lediglich ansatzweise, vornehmlich im Bereich der Verkehrssicherheits- bzw. Unfallforschung, wissenschaftlich untersucht worden. Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen die große Heterogenität der Gruppe der Jugendlichen, die es erfordert, differenzierte Angebote und Maßnahmen für die einzelnen Subgruppen bereitzustellen bzw. durchzuführen.

Mit der Erforschung der Determinanten und individuellen Motive der Mobilität Jugendlicher unter Berücksichtigung unterschiedlicher Lebensstile und der Identifizierung einzelner jugendspezifischer Mobilitätsstile will U.MOVE zu einem detaillierteren Verständnis des Mobilitätsverhaltens dieser Gruppe beitragen. Die Erkenntnisse aus U.MOVE sollen dazu führen, einem Automatismus Alternativen gegenüberzustellen, die den Jugendlichen neue Mobilitätschancen jenseits der Nutzung des Pkw bieten. Leitbild ist dabei die Multimodalität: Unter Berücksichtigung des Stilpluralismus der Jugendkultur und seiner Auswirkungen auf das individuelle Mobilitätsverhalten sollen intermodale Verkehrsangebote konzipiert werden, die alle Verkehrsträger umfassen.

### 2. Vorgehen, Methoden

Am Beispiel von vier Untersuchungsräumen (Dortmund, Potsdam, Passau und Greifswald) aus zwei unterschiedlichen Gebietskategorien (»ländlich



geprägte Regionen« und »Regionen mit großen Verdichtungsräumen«) wird sowohl das Mobilitätsverhalten der Jugendlichen im engeren Sinne (Verkehrsmittelwahlverhalten, Wege etc.) quantitativ erfasst sowie das Erleben der regionalen ‚Mobilitätswelt‘ der Jugendlichen qualitativ untersucht.

Im Mittelpunkt stehen dabei die Altersklassen der 15- bis 17-Jährigen, der 18- bis 22-Jährigen und der 23- bis 26-Jährigen.

Ausgehend von den aufgezeigten offenen Fragen in der Verkehrsforschung sind dazu folgende Schritte notwendig:

- Die Handlungserfordernisse und Handlungszwänge, die aus der Lebenssituation von Jugendlichen resultieren, müssen transparent gemacht werden. Dazu kann auf die klassischen Analyseinstrumente der empirischen Verkehrsforschung zurückgegriffen werden, die sich schwerpunktmäßig mit den externen Einflussfaktoren auf das individuelle Mobilitätsverhalten (situative Bedingungen sowie objektive Handlungserfordernisse und -zwänge) beschäftigen.
- Diese klassische Analyse muss jedoch ergänzend die internen Einflussfaktoren auf das individuelle Mobilitätsverhalten berücksichtigen. Gerade im Bereich des Mobilitätsverhaltens von Jugendlichen ist ein starker Einfluss von mobilitätsbezogenen Präferenzen und Einstellungen zu erwarten, weil deren Lebenssituation in der Regel noch nicht so stark durch die Handlungserfordernisse des Berufs- und Familienlebens bestimmt wird.
- Die Anwendung einer methodisch auf den Bereich der Mobilität zugeschnittenen Lebensstilforschung kann zu einem tieferen Verständnis jugendlicher Mobilität beitragen. Sie eröffnet die Möglichkeit, die heterogene Population der Jugendlichen anhand von mobilitätsbezogenen Verhaltens- und Einstellungsmerkmalen in Subgruppen mit unterschiedlichen Mobilitätsstilen zu differenzieren und zu klären, welche Verbindungen zwischen der Zugehörigkeit zu bestimmten Lebens-

stilgruppen und den verkehrsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen im einzelnen bestehen.

Die zielgruppenorientierte Ausrichtung des Forschungsvorhabens findet ihren methodischen Niederschlag in einer verstärkten Einbeziehung sowohl der Anbieter jugendspezifischer Mobilitätsdienste als auch ihrer Nutzer und Nutzerinnen. Die daraus resultierende Untersuchungsmethodik gestaltet sich in den einzelnen Arbeitspaketen wie folgt:

In Projektbaustein 1 erfolgt eine empirische Analyse des Mobilitätsverhaltens, der mobilitätsspezifischen Einstellungen und der allgemeinen Lebensstilorientierungen von Jugendlichen. Als Untersuchungsmethode wird hierzu eine repräsentative Befragung von Jugendlichen mit weitgehend standardisierten Fragestellungen gewählt. Die innerhalb der empirischen Analyse ermittelten Mobilitätsstile bilden die Grundlage für eine zielgruppenspezifische Betrachtung jugendlicher Mobilität. Der Analyse gehen je zwei Gruppendiskussionen (Round Tables) voran, die aktuelle Hinweise über die Lebenswelten, Wahrnehmungen, Einstellungen und Motive von Jugendlichen in puncto Mobilität liefern.

Die Lebenssituation und die Orientierungen von typischen Vertretern und Vertreterinnen dieser jugendlichen Mobilitätsstile sollen durch vertiefende Leitfadenterviews näher charakterisiert werden. An dieser Stelle wird es möglich sein, genauer zu klären, in welchem Ausmaß das Mobilitätsverhalten von Jugendlichen einerseits durch situative Merkmale und ökonomische Ressourcen und andererseits durch soziale Faktoren wie jugendspezifische Kulturen und Moden beeinflusst wird.

Projektbaustein 2 hat die Konzeptionierung von jugendspezifischen Mobilitätsdienstleistungen zum Ziel. Die diesbezügliche Datenbasis bilden die Ergebnisse aus dem Arbeitspaket 1 sowie Informationen, die im Rahmen einer Befragung der deutschen Verkehrsverbände und anderer Anbieter von Verkehrsleistungen (z.B. Car-Sha-

ring-Organisationen) zu bereits bestehenden jugendspezifischen Mobilitätsdiensten erhoben werden. Im nächsten Schritt werden unter besonderer Einbeziehung der Verkehrsanbieter sowie der Verkehrsnutzer und -nutzerinnen, diese Angebote weiterentwickelt und umsetzungsorientiert aufgearbeitet.

Projektbaustein 3 beinhaltet die Verbreitung der Forschungsergebnisse. Gemeinsam mit den Projektpartnern und der interessierten Fachöffentlichkeit werden sie in einem Workshop diskutiert und ggf. in einer Ausstellung zur »Mobilitätserlebniswelt junger Leute« einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Neben der vorliegenden Veröffentlichung ist eine Dokumentation der laufenden Verfahrensschritte, Forschungsergebnisse und Umsetzungsvorschläge im Jahr 2000 geplant. Die abschließenden Ergebnisse werden zu Projektende Mitte des Jahres 2001 in einer Broschüre dokumentiert.

### **3. Zum aktuellen Stand des Forschungsvorhabens**

#### **Forschungsschwerpunkt 1998**

Im Jahre 1998 lag der Schwerpunkt des Projektes auf der Aufbereitung und Analyse des aktuellen Standes der (mobilitätsbezogenen) Lebensstilforschung. Die Ergebnisse und ihre Konsequenzen für U.MOVE werden im Beitrag von Marcel Hunecke (Kapitel 3) ausführlich vorgestellt. Darüber hinaus stand die Vorbereitung der quantitativen Erhebung im Mittelpunkt der Bearbeitung. Sie beinhaltete die Aufarbeitung der Verkehrssituation in den vier Untersuchungsräumen und die Durchführung von jeweils zwei Gruppendiskussionen (Round Tables), die mit jeweils zehn Jugendlichen unterschiedlicher mobilitätsbezogener Einstellungen durchgeführt wurden. Die Round Tables lieferten aktuelle Hinweise über Einstellungen, Motive und Wahrnehmungen der Jugendlichen in puncto Mobilität und Basismaterial für den Fragebogen. Da sie nicht der Hypo-

thesenprüfung dienen, sondern vielmehr explorativen Charakter haben sollten, wurde die Methode des narrativen Interviews angewandt.

### **Forschungsschwerpunkt 1999**

Im Jahre 1999 lag der Arbeitsschwerpunkt in der Vorbereitung und Durchführung der repräsentativen Erhebung des Mobilitätsverhaltens, der mobilitätsspezifischen Einstellungen und der allgemeinen Lebensstilorientierungen von Jugendlichen. Besondere Aufmerksamkeit wurde der Entwicklung des Fragebogens gewidmet.

Jeweils über 1000 Interviews pro Raum wurden teils über eine repräsentative Stichprobe, teils über die Befragung von Schulklassen durchgeführt. Diese umfangreiche Stichprobe bildet die Basis für die Hypothesenprüfung und die damit einhergehende Ermittlung von unterschiedlichen Mobilitätsstilen im Jahr 2000.

Darüber hinaus war die bundesweite Recherche bereits bestehender jugendspezifischer Mobilitätsdienstleistungen in Form einer Befragung der verschiedenen Anbieter von Verkehrsleistungen (Verkehrsverbände, Car-Sharing-Organisationen) Aufgabenschwerpunkt im Jahre 1999. Die Ergebnisse dieser Recherche sind im Kap. 4 ausführlich dargestellt.

### **Ausblick für das Jahr 2000**

Im Jahr 2000 liegt der Schwerpunkt der Arbeit in der Auswertung des empirischen Materials. Der umfangreiche Datenpool bietet die Chance, zahlreiche Verknüpfungen zwischen objektiven und subjektiven Bestimmungsgrößen der Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen herzustellen und zu beschreiben. Auf Basis dieser Ergebnisse werden Lebenssituation und Orientierungen von typischen Vertretern und Vertreterinnen jugendlicher Mobilitätsstile durch vertiefende Leitfadentinter-

views und das Führen von Mobilitätstagebüchern näher charakterisiert.

Parallel werden die Ergebnisse der Recherche bei den Verkehrsverbänden und Car-Sharing-Organisationen ergänzt durch die gezielte Recherche weiterer best practice-Beispiele im In- und (deutschsprachigen) Ausland. Anschließend werden Kategorien und Qualitätsmerkmale zur Bewertung der Angebote abgeleitet. Gemeinsam mit den Ergebnissen aus der quantitativen und qualitativen Erhebung stellen die Ergebnisse der Recherche die Grundlage für die Diskussion von Hypothesen zum Themenkomplex »Multimodalität im Personenverkehr«. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, welchen Beitrag das Leitbild der »Multimodalität« bei der Überwindung des Objekt-Leitbildes »Automobil(ismus)« leisten kann.

Das auf der nachfolgenden Doppelseite dargestellte Projektdesign verdeutlicht die einzelnen Arbeitsschritte und deren Zusammenwirken im Detail.

### **WORUM GEHT ES?**

Wir möchten von Ihnen wissen, welche Verkehrsmittel Sie für Ihre Wege nutzen, wie Sie die einzelnen Verkehrsmittel einschätzen und beurteilen, wo Sie sich in Ihrer Freizeit vorrangig aufhalten, wie Sie dort hinkommen und welche Veränderungsvorschläge Sie für öffentliche Verkehrsmittel haben ...

### **WIE WIRD DIE BEFRAGUNG DURCHFÜHRT?**

Wir bitten Sie einen Fragebogen auszufüllen. Das dauert ca. 45 Minuten. Natürlich ist die Befragung anonym, eine Angabe Ihres Namens im Fragebogen ist nicht erforderlich.

### **WAS PASSIERT MIT DEN ERGEBNISSEN?**

U.MOVE - Jugend und Mobilität - ist ein Forschungsprojekt, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, im Rahmen dessen in Deutschland ca. 4000 Jugendliche und junge Erwachsene - und auch Sie - zu ihrem Mobilitätsverhalten befragt werden. Ziel des Forschungsprojektes ist, herauszufinden wie speziell Jugendliche und junge Erwachsene den Verkehr erleben, einschätzen und verändern möchten. Die Ergebnisse sollen eine Grundlage für zukünftige Entwicklungen im Verkehrsbereich darstellen.

### **WAS HABEN SIE DAVON?**

Sie können mit Ihrer Meinung dazu beitragen, daß Verkehrsexperten und -anbieter die spezielle Sichtweise von Jugendlichen und jungen Erwachsenen erfahren und in ihre Planung einbeziehen können. Darüber hinaus können Sie an einer Verlosung von 10 Bahn Cards und weiteren attraktiven Preisen teilnehmen.

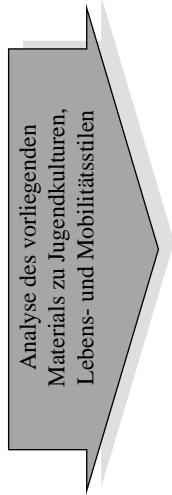
**U.move**

**Machen sie mit – ihre Meinung ist gefragt!**

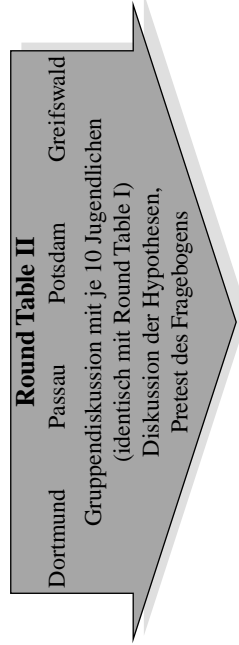
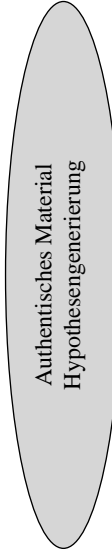
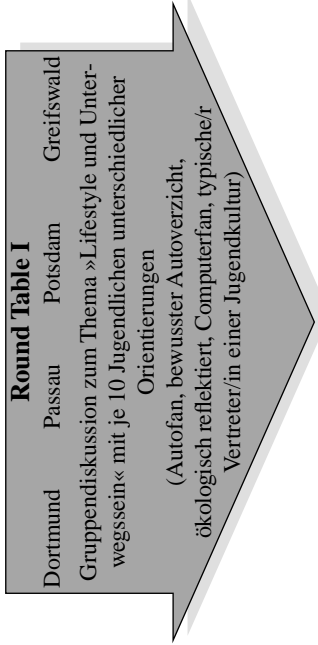
Deutsches Jugendinstitut, München  
(Befragung genehmigt per kulturministeriellem Schreiben III/5-04105-B49 033; Staatsministerium für Unterricht und Kultus, München)  
Institut für Landes- und Städteentwicklungsforschung des Landes NRW, Dortmund  
Sekretariat für Zukunftsforschung, Gelsenkirchen

# Projektdesign U.MOVE

1998

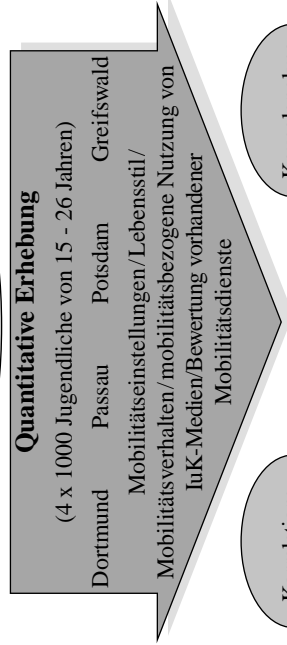
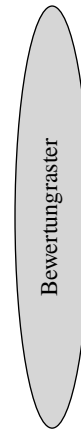
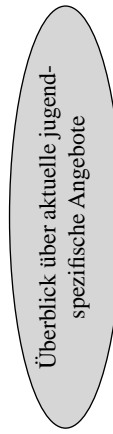


## Projektbaustein 1

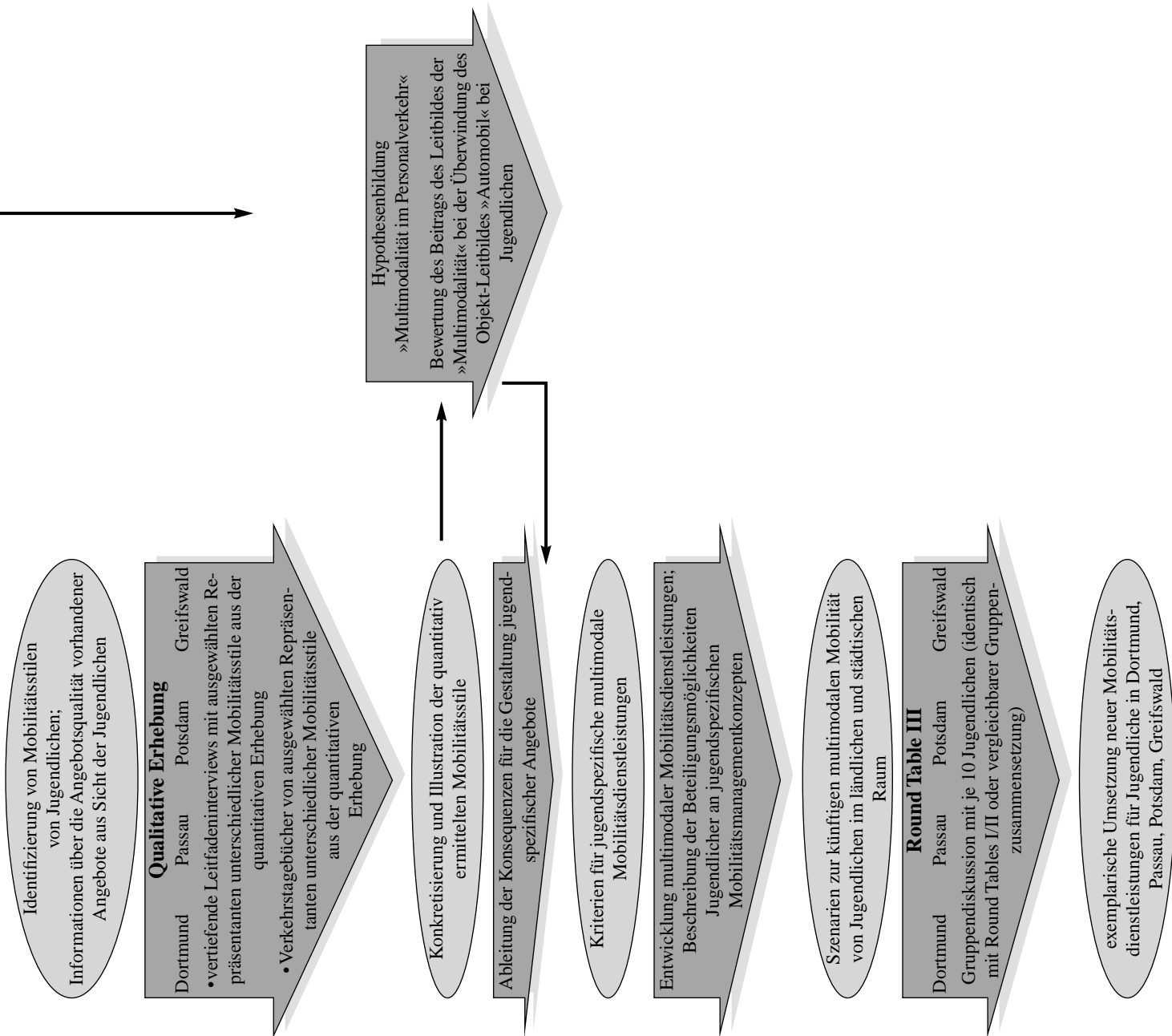


1999

## Projektbaustein 2



2000



# Lebensstile, Mobilitätsstile und mobilitätsbezogene Handlungsmodelle

## Forschungsstrategien zur Analyse der personenbezogenen Mobilität

### 1. Indikatoren des personenbezogenen Mobilitätsverhaltens

Kleinräumig angelegte Analysen in der Verkehrsforschung weisen darauf hin, dass Verkehr nicht nur durch strukturelle Rahmenbedingungen (Siedlungs-, Wirtschafts- und Verkehrsinfrastruktur), sondern ebenso durch personenbezogene Faktoren beeinflusst wird (Wilke, G., Lichtenthäler, D., Pastowski, A., & Engelbach, W. 1996, Holz-Rau & Kutter 1995). Die personenbezogenen Faktoren lassen sich zum einen in soziodemographische und sozioökonomische Merkmale (Alter, Geschlecht, Erwerbstätigkeit, Einkommen, Pkw-Verfügbarkeit usw.) und zum anderen in individuelle Präferenzen und Normen (z. B. Auto als Erlebnisobjekt, Fahrrad als umweltfreundliche Alternative) differenzieren. In welcher Weise allerdings die strukturellen Rahmenbedingungen und die personenbezogenen Faktoren in ihrem Einfluss auf das Mobilitätsverhalten zusammenwirken, ist bisher wenig bekannt.

#### 1.1. Allgemeine Handlungsmodelle

Eine grundlegende Forschungsstrategie zur Analyse des Einflusses der personenbezogenen Faktoren auf das Mobilitätsverhalten besteht in der empirischen Überprüfung von allgemeinen Handlungsmodellen. Hierbei wird das Mobilitätsverhalten als Resultat eines individuellen Entscheidungsprozesses betrachtet, der sowohl durch innerpsychische Bewertungsprozesse, als auch durch die Merkmale der objektiven Verkehrssituation beeinflusst wird. Eine Erweiterung der allgemeinen Handlungsmodelle ist durch die Berücksichtigung von Verhaltensgewohnheiten (»habits«) erfolgt (Aarts 1996; Bamberg 1996).

Als Ursache für die Ausprägung von Verhaltensgewohnheiten wird hier eine automatisierte Form der Informationsverarbeitung im Entscheidungsprozess angegeben.

In der Betrachtung des menschlichen Mobilitätsverhaltens aus einer entscheidungstheoretischen Perspektive gehen alle gegenwärtig diskutierten Handlungsmodelle in mehr oder minder expliziter Weise von dem Rational-Choice-Paradigma bzw. der Erwartungswert-Theorie aus. Als grundlegendes handlungstheoretisches Axiom gilt hier, dass die Maximierung des individuellen Nutzens als Triebfeder für das menschliche Handeln betrachtet wird. Was allerdings innerhalb dieses Axioms als individueller Nutzen betrachtet wird, variiert stark nach theoretischer Ausrichtung und ist Gegenstand heftiger Diskussionen.

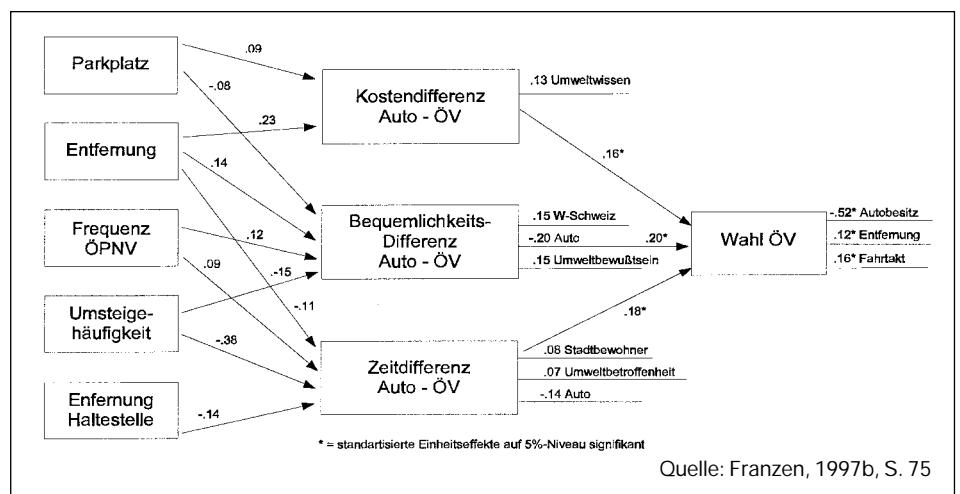
#### 1.1.1. Rational-Choice-Modelle

Die Vertreter einer Rational-Choice-Position im strengen Sinne betonen den

Einfluss von objektivierbaren Faktoren auf das menschliche Verhalten. Aus der Perspektive dieser Rational-Choice-Position werden am häufigsten die beiden Variablen »Preis« und »Zeit« als wesentliche Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl benannt. Umweltbewussten Einstellungen wird dagegen keine Bedeutung für das Mobilitätsverhalten zugeschrieben (Franzen 1997a; Brüderl & Preisendörfer 1995; Diekmann 1995; Keuchel 1995). Abbildung 1 gibt die Ergebnisse einer Studie von Franzen (1997b) wieder, in der die Verkehrsmittelwahl zum Arbeits- und Ausbildungsplatz untersucht worden ist.

Das Mobilitätsverhalten ist in den oben genannten Studien allerdings nur aus der eingeschränkten Perspektive der Verkehrsmittelwahl zum Arbeitsplatz untersucht worden. Der Weg zum Arbeitsplatz ist in der Regel gut bekannt, wodurch auch die Verhaltensalternativen mit ihren Verhaltenskosten vergleichsweise genau repräsentiert sind. In anderen Verhaltensbereichen gerät der Rational-Choice-Ansatz jedoch an sei-

Abb. 1 Verkehrsmittelwahl zum Arbeits- und Ausbildungsplatz aus der Sicht des Rational-Choice-Ansatzes



ne Erklärungsgrenzen. Häufig werden die objektiven Merkmale der Verkehrssituation von den Verkehrsakteuren subjektiv verzerrt wahrgenommen. In diesen Fällen ist allenfalls eine subjektive Rationalität im Verhalten zu konstatieren, die sich mit den objektivierbaren Rationalitätsansprüchen des strengen Rational-Choice-Ansatzes nicht mehr vereinbaren lässt.

### 1.1.2. Theorie des geplanten Verhaltens

Eine moderatere Form des Rational-Choice-Ansatzes stellt die psychologische »theory of planned behavior« (TPB) nach Ajzen (1991) dar. Die TPB beschreibt drei einstellungsbasierte Einflussfaktoren, die an dem Entstehen einer Verhaltensintention beteiligt sind (Abb. 2): die subjektive Bewertung der Verhaltensweise (Einstellung), die subjektiv wahrgenommenen normativen Erwartungen wichtiger Dritter (subjektive Norm) und die subjektiv wahrgenommene Schwierigkeit (wahrgenommene Verhaltenskontrolle) diese Verhaltensweise auszuführen.

Auch in dieser TPB verhält sich der Mensch entsprechend seiner subjektiven Nutzenerwartungen. Allerdings gehen in seinen Entscheidungsprozess nicht die Merkmale der objektiven Situation direkt ein. In der TPB werden nur die subjektiv wahrgenommenen Merkmale der Situation und die nor-

mativen Ansprüche der sozialen Situation als verhaltenswirksam angesehen. Diese innerpsychischen Bewertungsprozesse erlangen gerade in solchen Entscheidungssituationen einen bedeutenden Einfluss auf das tatsächliche Mobilitätsverhalten, die sich nicht durch eine vollständige Informationstransparenz auszeichnen und die damit eine Entscheidung in Unsicherheit erfordern. Die Übertragbarkeit der TPB auf den Bereich der Verkehrsmittel konnte mehrfach erfolgreich nachgewiesen werden (z. B. Bamberg & Schmidt 1998).

### 1.1.3. Norm-Aktivations-Modelle

Ökologische Argumente zum Schutz der natürlichen Umwelt und Ressourcen erzeugen einen normativen Erwartungsdruck, der als Umweltbewusstsein schon seit einiger Zeit in der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung untersucht wird. Im Rahmen der vorliegenden Forschungsergebnisse besteht jedoch Uneinigkeit darüber, wie groß der Einfluss des Umweltbewusstseins auf das tatsächliche Umweltverhalten einzuschätzen ist. Während die Vertreter des strengen Rational-Choice-Ansatzes einen Einfluss vollständig negieren, berichten andere empirische Studien von moderaten, aber durchaus substantiellen Zusammenhängen zwischen umweltbewussten Einstellungen und Umweltverhalten (vgl. die immer noch aktuelle Meta-Studie von Hines,

Hungerford & Tomera 1986). Voraussetzung für den Nachweis eines Zusammenhanges zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten ist eine angemessene Operationalisierung des Umweltbewusstseins. Daran mangelt es in der Regel den Forschungsarbeiten, die sich an dem Rational-Choice-Paradigma im engen Sinne orientieren (Hunecke 1996). Dagegen ließ sich in empirischen Studien zu Norm-Aktivations-Modellen, in denen normative Erwartungen in den Mittelpunkt menschlicher Entscheidungsprozesse gestellt werden und die ökologische Normen differenziert erfassen, ein bedeutsamer Einfluss von ökologischen Normen auf die Verkehrsmittelwahl nachweisen (Hunecke, Matthies, Blöbaum & Höger 1999; Tanner & Foppa 1996; Becker & Kals 1997; Bamberg & Kühnel 1998). Ein Norm-Aktivations-Modell, in dem explizit die Wechselwirkung (»Moderatorfunktion«) von innerpsychischen und objektiven Merkmalen der Verkehrssysteme bei der Verkehrsmittelwahl dargestellt wird, gibt Abbildung 3 wieder (Hunecke, Matthies, Blöbaum & Höger 1999).

Der Forschungsstrategie, die Mobilitätsverhalten mit allgemeinen Handlungsmodellen erklären will, mangelt es jedoch an Möglichkeiten, die Unterschiede zwischen Personen darzustellen. Durch die Subsumierung der mobilitätsrelevanten Entscheidungsprozesse unter eine allgemeine theoretische Perspektive ist die Identifikation von unterschiedlichen Teilgruppen mit auffälligen Personenmerkmalen nicht mehr möglich. Auf die Wichtigkeit der Betrachtung von Subgruppen weisen die Ergebnisse aus dem CITY:mobil-Projekt hin. Dort konnte gezeigt werden, dass die häufig berichtete Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten nicht mehr so groß ist, wenn man statt der Gesamtgruppe aller Personen spezifische Subgruppen betrachtet. So existiert beispielsweise in der Gruppe der hoch ökologisch motivierten Personen durchaus ein substantieller Zusammenhang zwischen dem Umweltbewusstsein und dem Mobilitätsverhalten (Götz, Jahn & Schultz 1998, S. 261).

Abb. 2 Die Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens auf die Verkehrsmittelwahl

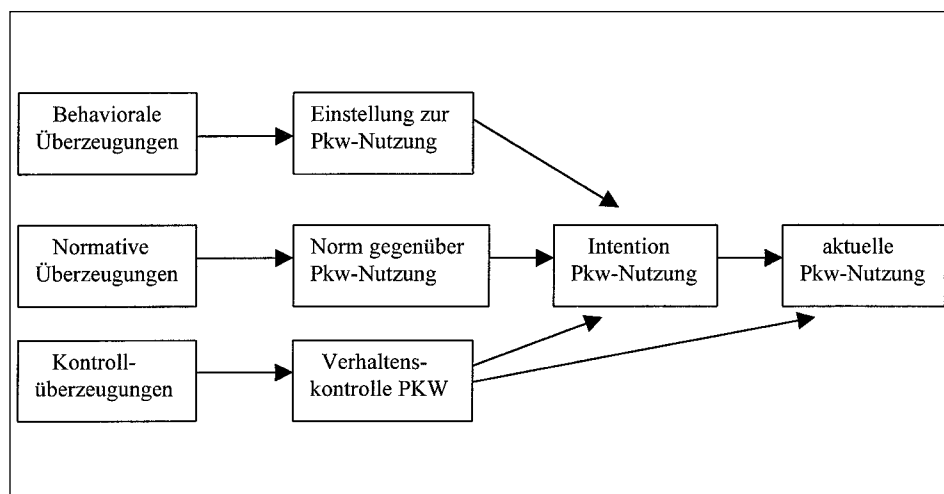
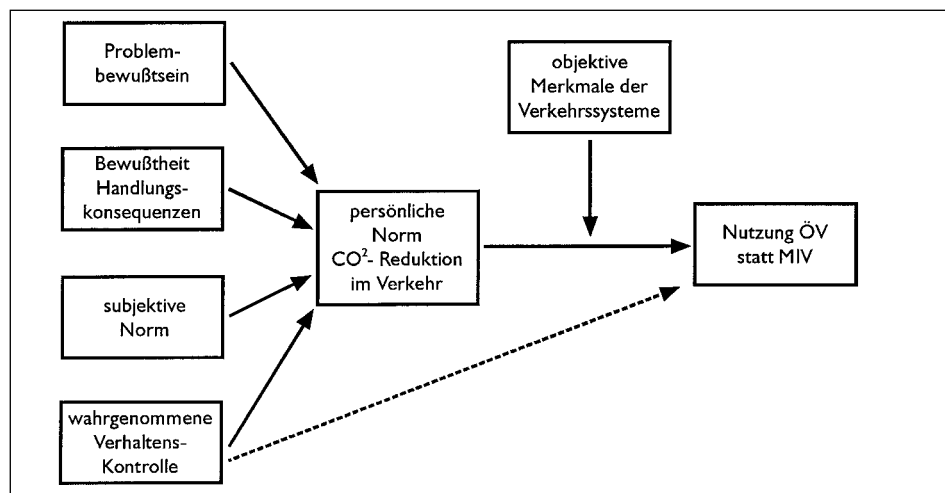


Abb. 3  
**Norm-Aktivations-Modell in seiner Anwendung auf die Verkehrsmittel unter der Perspektive globaler Umweltveränderungen**



## 1.2. Typologisierende Verfahren

Die mangelnde Sensitivität für relevante Subgruppen wird durch eine Forschungsstrategie vermieden, die sich typologisierender Analyseverfahren bedient. Hierbei werden diskrete Personenklassen auf der Basis theoretischer oder empirischer Merkmale identifiziert. Diese Personenklassen können entweder qualitativ auf der Grundlage von idealtypischen Vertretern (Prototypen) charakterisiert werden. Oder die Beschreibung stützt sich auf quantitative Datenauswertungsverfahren (Cluster- oder Diskriminanzanalyse), die statistisch auffällige Merkmalskonfigurationen ermitteln. Im Folgenden sollen mehrere solcher typologisierender Ansätze für den Mobilitätsbereich vorgestellt werden. Die Ansätze werden im Folgenden danach differenziert, ob sie eine qualitative oder quantitative methodische Vorgehensweise gewählt haben.

### 1.2.1. Qualitative Verfahren

#### 1.2.1.1. Mobilitätsstile nach Beutler (1996)

In der explorativen Studie mit einem Stichprobenumfang von zwölf Personen hat Beutler Mobilitätsstile in der Berliner Innenstadt untersucht (Beutler 1996). Das inhaltliche Ziel der Arbeit bestand in einer Abschätzung der Akzeptanz und der Umsetzungspotentiale,

die eine multimobile Mobilität im Gegensatz zur dominanten Automobilität in unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen besitzt. Hierzu sind weitgehend offen gehaltene Leitfaden-Interviews durchgeführt worden, die durch einige standardisierte Angaben zur Soziodemographie und zu den objektiven Rahmenbedingungen des Mobilitätsverhaltens der beteiligten Personen ergänzt worden sind. Sechs unterschiedliche Mobilitätsstile konnten hierbei phänomenologisch differenziert werden: Auto-Fans, Hedonistische Autofahrerinnen, Differenzierte Autofahrer/innen, Multimobile, Verhinderte Autofahrer/innen und Autofreie (Beutler 1996, S. 101). In der Konkretisierung der Mobilitätstypen wird deutlich, dass sich die »Multimobilen« und die »Autofreien« weitgehend von dem dominanten Leitbild des Automobilitätsverhaltens gelöst haben. Eine Mobilität ohne eigenes Auto wird von diesen nicht als Verzicht, sondern als ein Zugewinn an Lebensqualität erlebt. Sie planen ihre Wege bewusster und mit einer längeren zeitlichen Perspektive. Dabei entwickeln sie eine große Routine im Umgang mit alternativen Verkehrsmitteln. Auf der anderen Seite des Mobilitätsspektrums stehen die männlichen Autofans und die hedonistischen Autofahrerinnen, die sich beide trotz vorhandener Alternativen fast ausschließlich mit dem Auto fortbewegen. Eine geschlechtsspezifische Aufteilung der Autofahrergruppe erschien sinnvoll, weil das Automobil

bei den Frauen, im Gegensatz zu den Männern, weniger mit emotionalen Gehalten assoziiert ist. Die differenzierten Autofahrer/innen nehmen eine Zwischenposition ein, da sie zwar gerne das Autofahren einschränken würden, dies aber aus alltagsorganisatorischen Zwängen häufig nicht können (z. B. wegen ihrer Kinder). Die verhinderten Autofahrer und Autofahrerinnen besitzen meist aus finanziellen Gründen kein Automobil. Diese Personengruppe, die sich hauptsächlich aus jungen und sozial schwächer gestellten Personen zusammensetzt, würde bei vorhandenen Finanzierungsmöglichkeiten nicht damit zögern, sich ein Auto anzuschaffen. Insgesamt können die Ergebnisse dieser einzelfallanalytisch angelegten empirischen Arbeit nicht verallgemeinert werden. Trotzdem erfüllt diese Studie ihre explorative Funktion und zeigt aus der Betroffenenperspektive wesentliche Barrieren für einen Umstieg zu multi(modal)-mobilem Verhalten auf.

#### 1.2.1.2. Mobilitätsorientierungen im CITY:mobil-Projekt

In dem vom BMBF geförderten Verbundprojekt »CITY:mobil – Stadtverträgliche Mobilität« ist ein sozialwissenschaftliches Teilprojekt durchgeführt worden, in dem unterschiedliche Mobilitätsstile als Grundlage für die Erarbeitung einer sozial differenzierten Interventionsstrategie auf kommunaler Ebene identifiziert werden sollten. Das übergeordnete Ziel bestand hierbei darin, die Potentiale und Hemmnisse bei einer Entkoppelung von Mobilität und Automobilität beispielhaft an den beiden Modellstädten Freiburg und Schwerin aufzuzeigen. Von der forschungsmethodischen Seite ist in diesem Teilprojekt eine Verknüpfung von Lebensstil- und Leitbildforschung angestrebt worden.

Das empirische Vorgehen gestaltete sich im Projekt in zwei Phasen. Zuerst sind in jeder Modellstadt 50 qualitative Befragungen durchgeführt worden, um unterschiedliche Mobilitätsorientierungen aus der Perspektive der interviewten Personen beschreiben zu können. Das Ergebnis der qualitativen Phase



stellt eine heuristische Typologie von zwölf Mobilitätsorientierungen dar (CITY:mobil 1997, S. 320): »Mobil ohne Auto« (Schwerpunkt Freiburg), »Leidenschaftliche Radfahrer« (Schwerpunkt Freiburg), »Aus ökologischen Gründen ohne Auto (ökologisch limitiert)« (Schwerpunkt Freiburg), »Multioptionale Verkehrsmittelnutzung mit Auto« (Schwerpunkt Freiburg), »Intendierte Autominimalnutzung« (ausschließlich Freiburg), »Freizeit-, Reisen- und Erlebnismobilität«, »Angepasste Mittel-zum-Zweck-Autounutzung, Familien-Automobilität« (ausschließlich Schwerin), »Statusorientierter Autobesitz«, »Autonarren«, »Auto als Bestandteil des Selbstbildes einer modernen, unabhängigen Frau«, »Fit-for-fun-Automobilismus«, »Auto zum noch Dazugehören und sozial Mobilstein von Senioren«. Insgesamt lässt sich festhalten, dass diese bereits auf dem Hintergrund von Mobilitäts-Leitbildern und Lebensstilen interpretierte Typologie wichtige Informationen über die sozialen Anschlussmöglichkeiten und Barrieren für ein multimodales Mobilitätsverhalten liefert.

## 1.2.2. Quantitative Verfahren

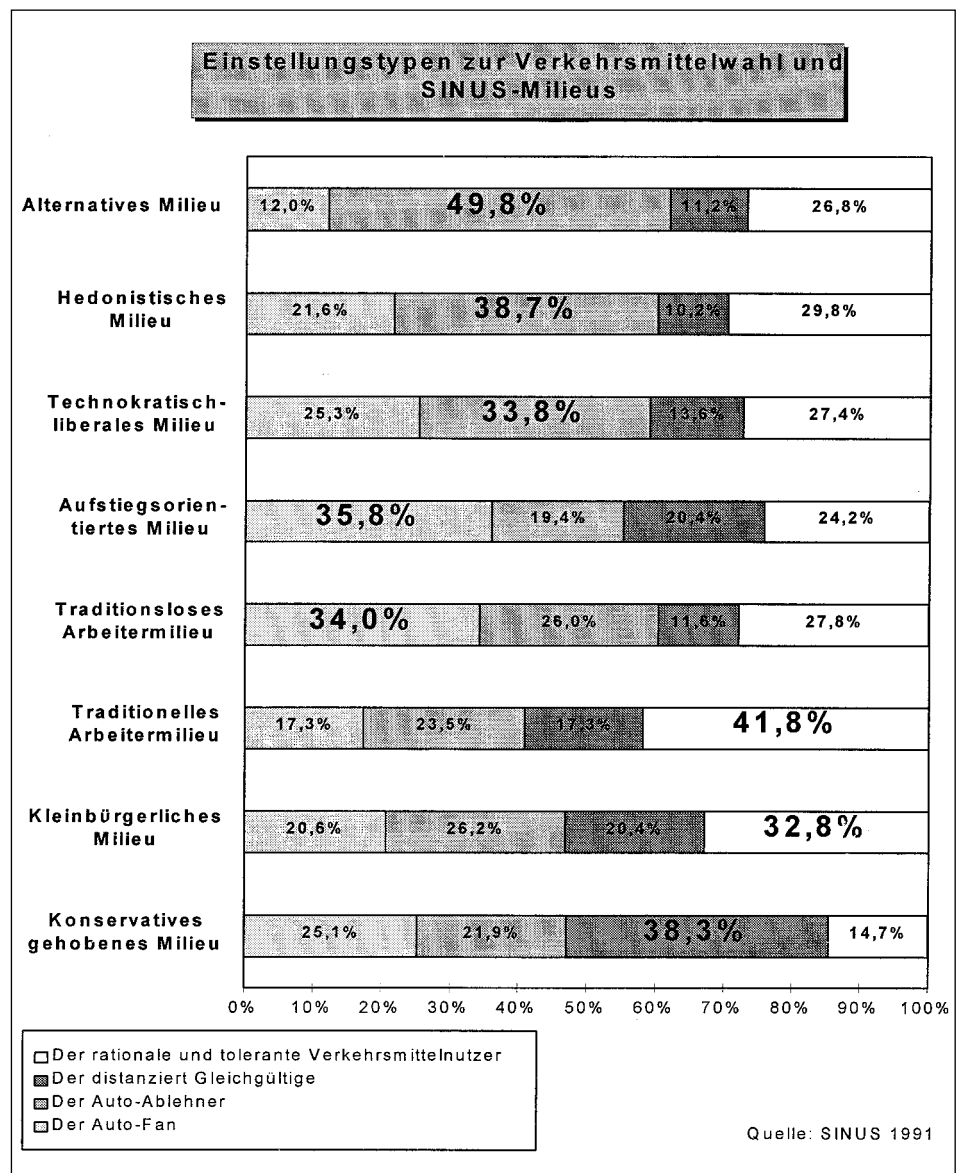
### 1.2.2.1. Lebensphasenmodell (DB Nahverkehr)

Ein einfaches Zielgruppenmodell, das sich nur auf die soziodemographischen Merkmale des Alters, der Haushaltsgröße samt Kinderzahl und der Berufstätigkeit gründet, ist von der Deutschen Bahn für den Nahverkehr entwickelt worden (Jäger 1989). In diesem Lebensphasenmodell werden neun Phasen unterschieden: »Schüler, Lehrlinge (14 Jahre und älter)«, »Studenten«, »Junge Alleinlebende (unter 40 Jahre, keine Studenten)«, »Junge Zwei- und Mehrpersonen-Haushalte (alle Personen im Haushalt zwischen 18 und 40 Jahren)«, »Haushalte mit mindestens einem Kind unter 6 Jahren«, »Haushalte mit Schulkindern bzw. Heranwachsenden (keine Kleinkinder unter 6 Jahren im Haushalt, Heranwachsende unter 18 Jahre)«, »Erwachsenen-Haushalte unter 65 Jahre (keine Person im Haushalt unter 18 Jahre; mindestens eine Person im Haushalt über 40 Jahre)«, »Rentner-Haus-

halte (zwei Personen)«, »Alleinstehende Rentnerinnen oder Rentner«. Nach eigenen Angaben erfassen diese neun Lebensphasen 95 % aller Personen und integrieren eine Vielzahl mobilitätsrelevanter Einflussfaktoren. Innerhalb der Bewertung und Nutzung des ÖPNV konnten auf der Basis der Lebensphasen-Typologie eine Vielzahl von Unterschieden ausgemacht werden. Sicherlich ist das Lebensphasen-Modell damit stark durch die Perspektive des ÖPNV gefärbt. Trotzdem bildet es gewissermaßen die Minimalanforderungen an eine Zielgruppen-Typologie ab, die es in aufwendigeren Typologien zum Mobilitätsverhalten jeweils zu über treffen gilt.

Abb. 4

### Quantitative Verteilung der vier Autofahrer-Typen über die acht SINUS-Milieus



Wertewandel« dar (SINUS, 1991). In dieser Studie ist aus der Perspektive der öffentlichen Verkehrsbetriebe eine Zielgruppensegmentierung für die Nutzer des ÖV durchgeführt worden. Hierfür sind insgesamt 3592 Personen in den Städten Zürich, Köln, Krefeld, West- und Ost-Berlin einer repräsentativen Befragung unterzogen worden. Gegenstand des standardisierten Interviews waren Motive und Einstellungen zum Öffentlichen Personennahverkehr und Einstellungen zu Maßnahmen zur Reduktion der Verkehrsbelastungen in den Städten. Folgende vier Einstellungstypen ließen sich in einem ersten Schritt identifizieren: »Auto-Fans«, »Auto-Ablehner«, »rationale und tolerante Verkehrsmittelnutzer«, »distanzierte Gleichgültige«. Anschließend ist die quantitative Verteilung der vier Einstellungstypen in bezug auf die acht SINUS-Milieus ermittelt worden (vgl. Abb. 4). Bei den SINUS-Milieus handelt es sich um allgemeine Lebensstile in der deutschen Bevölkerung, die von dem SINUS-Institut in langjährigen Marktfor- schungsanalysen bestimmt worden sind.

Die kombinierte Betrachtung von mo- bilitätsbezogenen Einstellungstypen und den SINUS-Milieus findet sich auch in der SPIEGEL-Studie »Auto, Verkehr, Umwelt« (SPIEGEL-Doku- mentation, 1993) wieder. Die hierbei getrennt für Ost- und Westdeutschland

differenzierten Einstellungstypen las- sen sich allerdings nicht mit den Ergeb- nissen aus der Studie »Stadtverkehr im Wertewandel« vergleichen, da nicht die gleichen Einstellungsbereiche abge- fragt worden sind. Außerdem richten sich die Ergebnisse der SPIEGEL- Studie nicht an Verkehrsunternehmen, sondern an die Automobilindustrie, die sich über die Absatzchancen ihrer Pro- dukte informieren will.

### 1.2.2.3. Lebensstile und Mobilitäts- verhalten nach Labonte (1996)

In der Marketingforschung werden Le- bensstiluntersuchungen seit langer Zeit aus kommerzieller Perspektive durch- geführt. Aus wissenschaftlicher Pers- pektive gilt es allerdings noch genauer zu klären, welchen Beitrag der Lebens- stil-Ansatz zur Erklärung des Mobili- tätsverhaltens leisten kann. Einer Über- prüfung dieses Anspruches widmet sich die Studie »Lebensstile und Alltags- mobilität«, in der 3461 Personen im Fe- bruar/März 1993 im Landkreis Gießen schriftlich befragt worden sind (Labon- te 1996). Eine methodische Einschrän- kung bestand bei dieser Untersuchung allerdings darin, dass nur wenige Le- bensstil-Variablen mit in die Analyse eingehen konnten. Als aktive Variablen wurden bei der Typenbildung das Alter, das Geschlecht, der Wohnort (in oder außerhalb von Gießen wohnend), Frei- zeitaktivitäten und postmaterialistische/

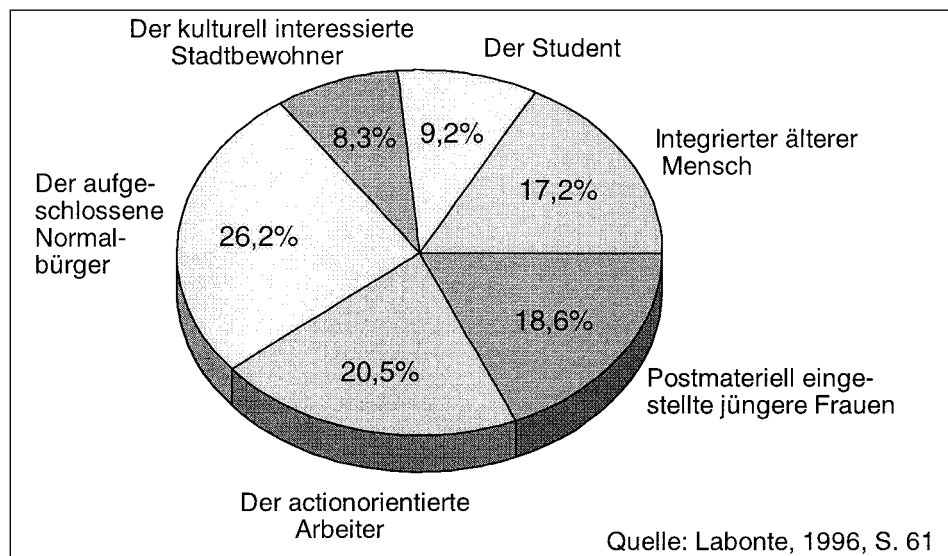
materialistische Wertorientierungen be- rücksichtigt. Als Ergebnis der Cluster- analyse ergab sich die unten ersichtli- che Typenstruktur für den Landkreis Gießen (vgl. Abb. 5).

In der weiteren Analyse wurden deut- liche Zusammenhänge zwischen den einzelnen Clustern und der Verkehrs- mittelwahl sichtbar. Die stärksten Pkw- Nutzer sind die »Actionorientierten Arbeiter« (68 %), gefolgt von den »Auf- geschlossenen Normalbürgern« (61 %) und den »Postmaterialistisch einge- stellten jüngeren Frauen« (53 %). Die geringste Pkw-Nutzung ist bei den »In- tegrierten älteren Menschen« (36 %) und bei den »Studenten« (37 %) zu beobachten. Die höchste Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln (15%) weist der »Kulturell interessierte Stadt- bewohner« auf. Die meisten Fußwege legen »Integrierte ältere Menschen« zurück (33%) und die meisten Radwege finden sich bei den »Studenten« mit einem Anteil von 20% aller genutzten Verkehrsmittel wieder (Labonte 1996, S. 72). Die ermittelten Lebensstiltypen sind noch in Bezug auf weitere mo- bilitätsrelevante Aspekte miteinander verglichen worden (Verkehrsmittelwahl nach Ziel und Zweck, Entfernung der Wege, Aktivitäten nach Tageszeiten, Beurteilung der Attribute von Ver- kehrsmitteln), auf die an dieser Stelle allerdings nicht näher eingegangen werden kann. Zusammenfassend kann als Fazit dieser Studie festgehalten werden, dass die Summe der dort erho- benen Lebensstil-Merkmale für eine verhaltensrelevante Typologisierung im Mobilitätsbereich nützlich ist. Ziel- gruppenmodelle im Verkehrsbereich sollten daher in Zukunft mehr lebens- stiltypische Informationen berücksich- tigen, als nur das Lebensalter und den Familientyp.

### 1.2.2.4. Mobilitätsstile (CITY:mobil)

In der zweiten, quantitativ ausgerichte- ten Projektphase von CITY: mobil sind in den beiden Modellstädten Freiburg und Schwerin 1000 standardisierte Be- fragungen durchgeführt worden. Der hierfür verwendete Fragebogen erfasste Indikatoren für Mobilitätsorientierungen, für Lebensstile und für das Mobilitäts-

Abb. 5  
Mobilitätsstile im Landkreis Gießen



verhalten. Durch eine faktorenanalytische Auswertung der Mobilitätsorientierungen wurden für Schwerin und Freiburg getrennt Mobilitätstypen bestimmt, die allerdings ohne Berücksichtigung der Lebensstil-Variablen und des Mobilitätsverhaltens bestimmt worden sind: Für Schwerin ergaben sich dabei folgende Mobilitätstypen: »Die verunsicherten Statusorientierten«, »Die mobilen Erlebnisorientierten«, »Die unauffälligen Umweltbesorgten« und »Die aggressiven Autofahrer und Autofahrerinnen«. In Freiburg konnten »Die traditionell Häuslichen«, »Die risikoorientierten Autofans«, »Die statusorientierten Automobilen«, »Die traditionell Naturorientierten«, »Die ökologisch Entschieden« differenziert werden (Götz, Jahn & Schulz 1998). Hinter diesen neun Mobilitätstypen lassen sich vier grundlegende mobilitätsrelevante Grundorientierungen ausmachen: Orientierung an Schutz und Sicherheit im Straßenverkehr, Orientierung an Risiko, Abwechslung und Abenteuer, Status-Orientierung und die Orientierung am Naturerleben (Götz, Jahn & Schulz 1997, S. 128). Diese einstellungsorientierten Mobilitätstypen konnten nun aufgrund des vorliegenden Datenmaterials zusätzlich auf ihre Lebensstil-Merkmale und vor allem auf ihr Mobilitätsverhalten hin untersucht werden. Die Kombination aus Mobilitätstyp und Verkehrsverhalten wird abschließend als Mobilitätsstil interpretiert und liefert die Grundlage für die Formulierung von zielgruppenspezifischen Strategien zur kommunalen Verkehrsplanung. Die Lebensstil-Merkmale dienen hierbei für die Mobilitätsstile lediglich als Hintergrund-Variablen und sind damit nicht stilkonstituierend. Insgesamt stellen die Mobilitätsstile des CITY:mobil bisher den aufwendigsten Versuch dar, die Komplexität der Personmobilität durch ein typologisierendes Vorgehen zu erfassen. Auf einer inhaltlichen Ebene liefern sie sicherlich auch das reichhaltigste Material zur Entwicklung mobilitätsbezogener Interventionsstrategien. Was noch fehlt ist eine genauere Analyse der quantitativen Anteile der jeweiligen Einflussgrößen (Mobilitätsorientierungen, Lebensstil-Merkmale) auf das tatsächliche Mobilitätsverhalten.

Hierzu sind Kausalanalysen notwendig, die zwar in CITY:mobil angedeutet werden, aber aufgrund der methodischen Vorgehensweise nicht konsequent durchgeführt werden können. So könnte es forschungsmethodisch sehr fruchtbar sein, die Mobilitätsstile unter Berücksichtigung des Mobilitätsverhaltens abzuleiten. Sicherlich würden sich hierbei ganz neue Mobilitätsstile ergeben, von denen eine größere Verhaltensrelevanz zu erwarten ist, als von den bisher nur einstellungsbasierten Mobilitätsstilen.

#### **1.2.2.5. Lebensstil und Verkehrsverhalten Jugendlicher nach Schulze (1996)**

Die im Auftrag der BAST durchgeführte Studie »Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen« fällt etwas aus dem Rahmen der bisher vorgestellten Forschungsarbeiten, weil ihr Thema »Unfallrisiko« einen sehr spezifischen Aspekt des Mobilitätsverhaltens darstellt. Eine grundlegende Betrachtung von Mobilitätsmustern erfolgt in der Studie von Schulze nicht. Weiterhin wird nur die Personengruppe der 18- bis 24-Jährigen untersucht, die als junge potentielle Autofahrer und Autofahrerinnen das höchste Unfallrisiko aufweisen. Trotz dieser Einschränkungen wird diese Studie vorgestellt, weil sie auf einer methodischen Ebene am konsequentesten den Einfluss von Lebens- und Freizeitstilen auf das Verkehrsverhalten untersucht. Lebensstile werden hierbei als unabhängige Variable operationalisiert, deren Einfluss auf die abhängige Variable Fahrverhalten kausalanalytisch überprüft wird. Lebensstile und Fahrverhalten müssen daher getrennt voneinander erfasst werden. Die Lebensstile sind hierbei über eine standardisierte Befragung zu den Bereichen Freizeitaktivitäten, Musikinteressen, Film- und Fernsehinteressen, symbolischer Selbstaussdruck über Image und Kleidung und Affinität zu Gruppierungen der Jugend- und Alternativkultur operationalisiert worden. Auf der Basis von 1024 Interviews konnten sieben Stilgruppen in Westdeutschland (Action-, Fan-, Kontra-, Fashion-, Kritischer, Häuslicher und Sportlicher Typ)

und mit Hilfe von 960 Interviews fünf Stilgruppen in Ostdeutschland (Stino, Dreher, Easy Rider, kritischer-engagierter und modebewusster Typ) identifiziert werden. Nachdem diese Typen bestimmt worden waren, konnten sie in Beziehung zu ihrem selbstberichteten Verkehrsverhalten gesetzt werden. Hierbei zeigen sich in puncto Verkehrssicherheit teilweise signifikante Unterschiede zwischen den jeweiligen Typen. So erweisen sich in Westdeutschland der Action-, Fan- und Kontratyp aufgrund ihres Fahrverhaltens und Alkoholkonsums als besonders gefährdete Gruppen, die 30% der repräsentativen Stichprobe ausmachen. In Ostdeutschland sind dies der Stino-, Dreher- und Easy Rider Typ, die immerhin 66% der untersuchten repräsentativen Stichprobe umfassen. Auf der Basis der spezifischen Informationen über den Lebens- und Freizeitstil der jungen Autofahrer und Autofahrerinnen sind Vorschläge erarbeitet worden, auf welche Weise diese Risikogruppen angesprochen werden können und von welchen Maßnahmen positive Effekte bei der Förderung eines sicheren Fahrverhaltens zu erwarten sind. Eine ähnliche Vorgehensweise ist auch für die Entwicklung multimodaler Mobilitätsdienstleistungen anzustreben. Die Nutzung spezifischer Mobilitätsdienstleistungen sollte hierbei als abhängige Variable konzeptualisiert werden. In einer Kausalanalyse kann dann die Stärke des Einflusses von Mobilitätseinstellungen, Lebensstil-Merkmalen, mobilitätsbezogenen Verhaltensmustern und nicht zuletzt von verkehrsinfrastrukturellen Merkmalen als unabhängige Variablen auf die Akzeptanz und Nutzung dieser Mobilitätsdienstleistungen überprüft werden.

## **2. Inhaltlicher Vergleich der Typologien**

Im Folgenden wird ein Versuch vorgestellt, die empirisch ermittelten Typologien aus fünf ausgewählten Studien nach inhaltlichen Gesichtspunkten zu systematisieren. Aufgrund der bereits geschilderten unterschiedlichen methodischen Vorgehensweise bei der Typenerstellung geht in diese Analyse

eine nicht unwesentliche Unschärfe ein. Daher sind die aufgezeigten Gemeinsamkeiten nur mit einiger Vorsicht zu interpretieren. Um ein möglichst hohes Maß an Vergleichbarkeit herzustellen, sind für den Vergleich nur Typologien ausgewählt worden, denen mobilitätsbezogene Einstellungen zugrundeliegen. Dies trifft in eindeutiger Weise für die beiden quantitativ ausgerichteten SINUS-Studien »Auto, Verkehr und Umwelt« und »Stadtverkehr im Wertewandel«, sowie für die quantitative Typenbildung innerhalb des CITY:mobil-Projektes zu. Zusätzlich zu den mobilitätsbezogenen Einstellungen sind in der qualitativ angelegten Typologie von Beutler und der ebenfalls qualitativ angelegten vorläufigen Typologie des CITY:mobil-Projektes bereits Lebensstil-Elemente enthalten. Bei den quantitativ orientierten Studien muss der Zusammenhang zu den Lebensstil-Merkmalen über einen Zwischenschritt hergestellt werden: Erst nachdem deren mobilitätsbezogenen Einstellungs-Ty-

pologien erzeugt worden sind, sind diese in einem zweiten Schritt auf dem Hintergrund von mobilitätsunabhängigen, bereits existierenden Lebensstil-Typologien betrachtet worden. In der folgenden Übersicht wird auf eine Darstellung von Lebensstil-Typen verzichtet, weil zwischen den mobilitätsbezogenen Einstellungstypen und dem Mobilitätsverhalten ein größerer Zusammenhang zu erwarten ist, als zwischen den allgemeinen Lebensstil-Typen und dem Mobilitätsverhalten.

Eine weitere Einschränkung der Übertragbarkeit der Ergebnisse ergibt sich aus der geographischen Bezugsregion. Wie aus der Übersicht bereits deutlich wird, ließen sich in den beiden Studien, die zwei unterschiedliche Regionen untersucht haben (CITY:mobil-Projekt und SINUS-Studie »Auto, Umwelt und Verkehr), trotz identischer Erhebungsinstrumente keine einheitlichen Typologien für die Erhebungsregionen ableiten. Im Überblick ist daher jeweils

vermerkt, ob der angegebene Typ in Freiburg oder Schwerin (CITY:mobil) bzw. in West- oder Ostdeutschland (SINUS) anzutreffen ist.

Trotz der methodisch bedingten Unschärfe des Vergleiches werden einige zentrale Grundorientierungen deutlich. Bei der Autonutzung treten hierbei die Themen Erlebnis, Status und Zweckrationalität hervor. Ökologische Argumente stellen im Mobilitätsbereich ein Entscheidungskriterium dar, das die Nutzung des Automobils wenigstens teilweise einschränken kann. Der Wunsch nach einer zweckrationalen Fortbewegung und die Berücksichtigung ökologischer Argumente führt zu einer multimodalen Verkehrsorientierung. Dieser Lösungsweg ist allerdings nicht allen Personen bekannt, weil anscheinend viele Personen, die aufgrund der lokalen und globalen ökologischen Schäden des Automobils verunsichert sind, für sich keine Verhaltensalternativen zur Pkw-Nutzung sehen. Weiterhin existieren

Typ/Studie	SINUS: Auto, Verkehr, Umwelt	SINUS: Stadtverkehr im Wertewandel	CITY:mobil: Mobilitätstypen	CITY:mobil: Mobilitätsorientierungen	Beutler: Von der Auto- zur Multimobili- tät
Auto-Fan	Uneingeschränkte Auto-Fan	Auto-Fan	risikoorientierte Autofan (Freiburg) aggressive Autofahrer (Schwerin)	Auto-Narren	Auto-Fan
Hedonistische Automobilisten	Hedonistische Problemverdränger (West)		mobile Erlebnisorientierung (Schwerin)	- Freizeit-/ Reise-/Erlebnis- mobilität - Fit-for-fun-Automobilismus	hedonistische Autofahrer
Status- Automobilisten	Geltungsorientierte Immobilie (Ost)		statusorientierten Automobile (Freiburg)	statusorientierte Autobesitzer	
Verunsicherte Autofahrer	Verunsicherte (Ost)		verunsicherten Statusorientierte (Schwerin)	- Auto als Bestandteil des Selbstbildes einer modernen unabhängigen Frau - Auto zum sozialen Mobilsein von Senioren	
Rationale Autofahrer	Nutzenorientierte Autofahrer (West) kompromißbereite Autofahrer (Ost)			angepaßte Mittel-Zweck Autonutzung (Schwerin)	distanzierte Autofahrer
Multimobile		rationale und tolerante Verkehrsmittelnutzer		multioptionale Verkehrsmittelnutzung mit Auto (Freiburg)	Multimobile
Ökologische motivierte Autoablehner	Umweltbewußte ÖPNV-Befürworter (West)		- ökologisch Entschiede- ne (Freiburg) - traditionell Umweltbe- sorgte (Freiburg) - unauffälligen Umwelt- besorgte (Schwerin)	Mobil ohne Auto (Freiburg)	Autofrei
Auto- Distanzierte	ÖPNV-Befürworter (Ost)	Auto-Ablehner		Intendierte Autominimal- nutzung (Freiburg)	
Immobilie	Unsichtbare Immobilie (West)			aus materiellen Gründen ohne Auto (Freiburg)	verhinderte Autofahrer
Restkategorie		Distanziert- Gleichgültige	Traditionell-Häusliche (Freiburg)	Leidenschaftliche Radfahrer (Freiburg)	

tiert ein Segment von strikten Autoablehnern, dessen quantitativer Umfang aber als sehr gering einzuschätzen ist. Größer ist dagegen der Anteil der Personen, die aus den unterschiedlichsten Gründen ungewollt immobil sind. Insgesamt lassen sich aus den Ergebnissen der bisher durchgeführten Studien keine verallgemeinerbaren quantitativen Aussagen ableiten. Dies gilt sowohl für den Umfang der jeweiligen Typen in der Gesamtbevölkerung, als auch für den vermutlich sehr unterschiedlichen Anteil am Gesamtverkehrsaufkommen, den die jeweiligen Typen verursachen.

### 3. Konsequenzen für U.MOVE

In der ersten Projektphase von U.MOVE werden die Mobilitätsorientierungen, Mobilitätsverhalten, jugendkulturelle Präferenzen und die Wünsche an neue Mobilitätsdienstleistungen von Jugendlichen in einer standardisierten Befragung erfasst. Ziel dieser Befragung von je 1000 Jugendlichen in Dortmund, Greifswald, Passau und Potsdam ist einen möglichst umfassenden Überblick über die Einflussfaktoren des jugendlichen Mobilitätsverhaltens zu gewinnen. Auf der Basis der Befragungsergebnisse werden im weiteren Verlauf von U.MOVE Vorschläge für jugendspezifische intermodale Mobilitätsdienstleistungen entwickelt, von denen empirisch abgesichert ist, dass sie den Erwartungen und Bedürfnissen von Jugendlichen entsprechen und dadurch tatsächlich auch genutzt werden.

Im U.MOVE-Fragebogen werden daher nur Einstellungs- und Verhaltensbereiche berücksichtigt, von denen aufgrund bisheriger Forschungsergebnisse ein substantieller Einfluss auf die Mobilitätsorientierungen und das Mobilitätsverhalten von Jugendlichen zu erwarten ist. Zur Validierung des neu entwickelten Fragebogens sind Gruppendiskussionen mit ausgewählten Jugendlichen aus den vier Erhebungsregionen durchgeführt worden. In diesen Pretests wurde besonders die Vollständigkeit und Verständlichkeit des Fragebogens überprüft. Folgende Inhaltsbereiche sind auf

der Grundlage der theoretischen und empirischen Vorarbeiten zur Personenmobilität letztendlich in den Fragebogen aufgenommen worden.

#### 3.1. Die Inhaltsbereiche des U.MOVE-Fragebogens

Als Grundlage für die Erklärung jugendlichen Mobilitätsverhaltens dient ein Handlungsmodell, in dem die zentralen innerpsychischen Einflussgrößen des Mobilitätsverhaltens theoriegeleitet operationalisiert werden. Als Konstrukte für dieses Handlungsmodell werden im Fragebogen die interne Verantwortungszuschreibung (personale Norm), die externe Verantwortungsattribution, ein ökologisches Schuldgefühl, das ökologische Problembewusstsein, die soziale ökologische Norm, die subjektiv wahrgenommene Verhaltenskontrolle und die Verhaltensintention erfasst. Alle Konstrukte beziehen sich in ihrer Operationalisierung auf die Verkehrsmittelwahl. Durch die theoriegeleitete Erfassung der Einstellungen zur Verkehrsmittelwahl wird sichergestellt, dass für die Forschungsergebnisse aus U.MOVE ein Bezug zu den Ergebnissen aus anderen Forschungsprojekten hergestellt werden kann, die sich ebenfalls an den sozialpsychologisch etablierten Handlungsmodellen orientiert haben.

Zusätzlich zu den Konstrukten des Handlungsmodells sind allgemeine und mobilitätsspezifische Lebensstil-Indikatoren im U.MOVE-Fragebogen enthalten. Als allgemeine Lebensstil-Merkmale werden hier Bereiche der jugendlichen Alltagsgestaltung erfasst, die sich durch ein hohes Maß an individueller Entscheidungsfreiheit auszeichnen (jugendkulturelle Präferenzen und Freizeitaktivitäten). Neben freigeählten Präferenzentscheidungen wird der jugendliche Alltag aber ebenso durch sozio- und raumstrukturelle Merkmale beeinflusst. Die soziostrukturellen Merkmale werden im Fragebogen durch die Abfrage der Haushalts- und Lebensform, sowie von zentralen sozio-ökonomischen Merkmalen berücksichtigt. Die raumstrukturellen Einflüsse werden über die Auswahl der vier Er-

hebungsregionen für die Befragung kontrolliert (Potsdam und Dortmund als Ballungsraum; die Regionen Greifswald und Passau als ländliche Regionen).

Auf einer theoretisch reflektierten Ebene ist Mobilität nicht nur als Resultat einer Fortbewegung im physikalischen Raum anzusehen, sondern sie verweist immer auch auf eine Bewegung im sozialen Raum. Hierbei wird die räumliche Mobilität einer kulturellen Bewertung unterzogen. Vier zentrale symbolische Dimensionen der Mobilität lassen sich hierbei differenzieren: Autonomie, Status, Erlebnis und Privatheit (Hunecke 1998). In den oben bereits vorgestellten mobilitätsbezogenen Personentypologien wird bereits deutlich, dass dem sozialen Status und dem Erlebnisgehalt eine zentrale Bedeutung für das Mobilitätsverhalten zukommt. Die mobilitätsbezogene Bewertung von Autonomie, Status, Erlebnis und Privatheit können als mobilitätsspezifische Lebensstil-Dimensionen bezeichnet werden, weil sie das Mobilitätsverhalten auf evaluative und expressive Weise beeinflussen und hierbei von den Bewertungen der jeweiligen sozialen Referenzgruppe abhängig sind. Im U.MOVE-Fragebogen werden die vier mobilitätsspezifischen Lebensstil-Dimensionen Autonomie, Status, Erlebnis und Privatheit jeweils spezifisch für die vier Verkehrsmittel Pkw, Öffentlicher Verkehr, Fahrrad und zu Fuß erfasst.

Neben den Mobilitätsorientierungen und den mobilitätsrelevanten Einstellungen wird im U.MOVE-Fragebogen auch das konkrete Mobilitätsverhalten von Jugendlichen abgefragt. Hierzu ist zum einen die Stichtags-Methode und zum anderen eine retrospektive Abfrage gewählt worden. Die Anwendung der Stichtags-Methode ist aufgrund des umfangreichen Stichprobenumfangs möglich und verspricht eine Erfassung des Mobilitätsverhaltens, die weniger durch Gedächtnisverzerrungen beeinflusst ist. Trotzdem kann die stichtagsbezogene Abfrage eine retrospektive Befragung nicht vollständig ersetzen, weil innerhalb der erfassten Stichtage bestimmte Mobilitätszwecke und -ziele

in der Regel nur sehr selten oder gar nicht auftreten (z. B. Urlaubsreisen). Eine besondere Berücksichtigung wird im Fragebogen auf die Erfassung von Verkehrsmittelkombinationen gelegt. Es ist anzunehmen, dass in der Nutzergruppe der Jugendlichen vergleichsweise häufig Verkehrsmittel kombiniert angewendet werden. Ob dies jedoch als Ausdruck eines erlebnisorientierten jugendlichen Lebensgefühls anzusehen ist oder nur aus der Notwendigkeit einer geringeren Pkw-Verfügbarkeit heraus erfolgt, ist eine der zentralen Fragen, die es innerhalb von U.MOVE zu klären gilt. Die Nutzer und Nutzerinnenpotentiale für intermodale Mobilitätsdienstleistungen werden in einem weiteren Teil des U.MOVE-Fragebogens erfasst. Hierbei sollen sowohl bereits existierende, als auch zukünftig realisierbare Angebote für Mobilitätsdienstleistungen von den Jugendlichen in ihrer Funktionalität und Attraktivität bewertet werden. Auch hier wird ein besonderer Schwerpunkt auf die Einschätzung von intermodalen Mobilitätsangeboten gelegt. Den Abschluss des Fragebogens bildet die Bewertung von regionalspezifischen Angeboten der lokalen Verkehrsbetriebe und von Angeboten der Deutschen Bahn AG zum Fernverkehr. Die kausalen Abhängigkeiten der Inhaltsbereiche sind in Abb. 6 aufgeführt.

### 3.2. Strategien der Datenauswertung

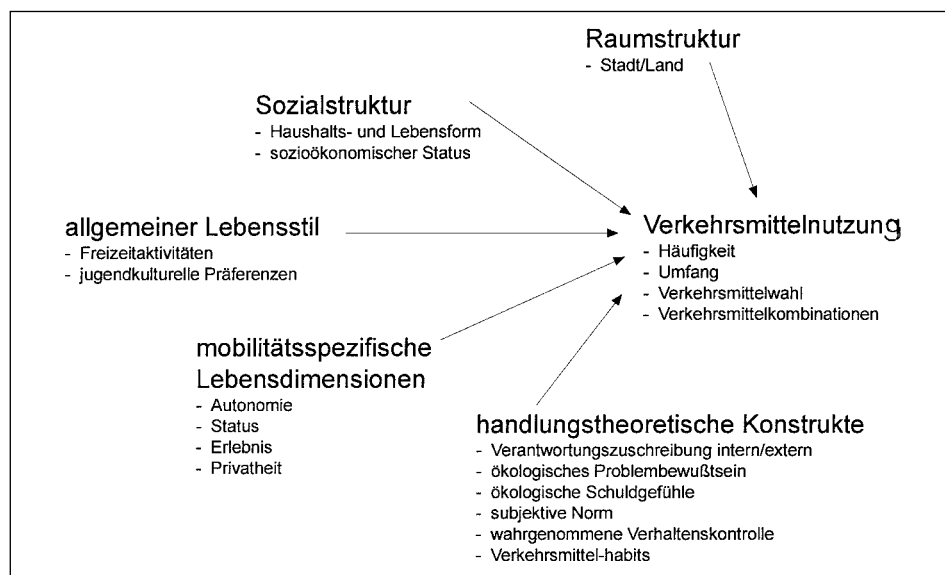
Im ersten Schritt der Datenanalyse wird der Einfluss der unterschiedlichen Prädiktoren des Handlungsmodells auf das Mobilitätsverhalten untersucht. Hierzu werden entsprechend der ersten der beiden oben vorgestellten Forschungsstrategien die im allgemeinen Handlungsmodell postulierten Kausalannahmen empirisch überprüft. Nach dieser Kausalanalyse kann im zweiten Schritt eine mobilitätsbezogene Typenbildung erfolgen. Hierbei ist anzustreben die große Anzahl der Variablen einzuschränken, die potentiell zur Charakterisierung der Typen verwendet werden können. Als Auswahlkriterium für diesen Reduktionsprozess empfiehlt es sich, nur diejenigen Variablen in die Typenbildung miteinzubeziehen, für die ein kausaler Einfluss auf das Mobilitätsverhalten nachgewiesen werden kann. Durch eine derartig vorgeschaltete Kausalanalyse wird sichergestellt, dass sich die ermittelten mobilitätsbezogenen Typen auch tatsächlich in Bezug auf die als relevant erachteten Aspekte des Mobilitätsverhaltens unterscheiden. Gleichzeitig findet durch den Bezug auf die empirisch bewährten Handlungsmodelle eine theoretische Absicherung der ermittelten Typen statt, die

aus der alleinigen Anwendung von typologisierenden statistischen Verfahren (z. B. der Clusteranalyse) nicht abgeleitet werden kann. (vgl. Abb. 6) Insgesamt wird durch dieses Vorgehen die Gefahr vermieden, eine weitere personenbezogene Mobilitätstypologie zu konstruieren, die keine Anschlussfähigkeiten für die zukünftige Mobilitätsforschung anbietet. Hierdurch wird in Zukunft die Möglichkeit geschaffen, auf die Forschungsergebnisse von U.MOVE aufzubauen.

## 4. Literatur

- Aarts, H. (1996): Habit and decision making – The case of travel mode choice. Unpublished doctoral dissertation. University of Nijmegen, The Netherlands.
- Ajzen, I. (1991): The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bamberg, S. (1996): Habitualisierte Pkw-Nutzung: Integration des Konstruktes »habit« in die Theorie des geplanten Verhaltens. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 27, S. 295-310.
- Bamberg, S. & Kühnel, S. (1998): Umweltbewußtsein, situative Restriktionen und Verkehrsmittelwahl – ein zweistufiges Entscheidungsmodell. *Umweltpsychologie* 2, 1, S. 6-19.
- Bamberg, S., & Schmidt, P. (1998): Changing travel-mode choice as rational choice: Results from a longitudinal intervention study. *Rationality and Society*, 10, 223-252.
- Becker, R. & Kals, E. (1997): Verkehrsbezogene Entscheidungen und Urteile: Über die Vorhersage von umwelt- und gesundheitsbezogenen Verbotsforderungen und Verkehrsmittelwahlen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 28, 197-209.
- Beutler, F. (1996): Von der Automobilität zur Multimobilität? Mobilitätsmuster in der Berliner Innenstadt. Unveröffentlichte Diplomarbeit am Fachbereich für Politische Wissenschaft. Berlin: Freie Universität.

Abb. 6  
Die abhängigen und unabhängigen Variablen im Forschungs-Design von U.MOVE



- Brüderl, J. & Preisendörfer, P. (1995): Der Weg zum Arbeitsplatz. Eine empirische Untersuchung zur Verkehrsmittelwahl. In: A. Diekmann & A. Franzen (Hrsg.): Kooperatives Umwelthandeln: Modelle, Erfahrungen, Maßnahmen. Chur, S. 69-88.
- Diekmann, A. (1995): Umweltbewußtsein oder Anreizstrukturen? Empirische Befunde zum Energiesparen, der Verkehrsmittelwahl und dem Konsumverhalten. In: A. Diekmann & A. Franzen (Hrsg.): Kooperatives Umwelthandeln. Zürich: Rüegger, S. 39-68.
- Franzen, A. (1997a): Umweltsoziologie und Rational Choice: Das Beispiel der Verkehrsmittelwahl. *Umweltpsychologie*, 1, S. 40-51.
- Franzen, A. (1997b): Umweltbewußtsein und Verkehrsverhalten. Empirische Analysen zur Verkehrsmittelwahl und der Akzeptanz umweltpolitischer Maßnahmen. Zürich: Rüegger.
- Götz, K., Jahn, T. & Schultz, I. (1997): Mobilitätsstile – ein sozial ökologischer Forschungsansatz. In: FORSCHUNGSVERBUND CITY:mobil (Hrsg.): Forschungsbericht Stadtverträgliche Mobilität, Subprojekt 1: Mobilitätsleitbilder und Verkehrsverhalten. Frankfurt: Institut für sozial-ökologische Forschung.
- Götz, K., Jahn, T. & Schultz, I. (1998): Mobilitätsstile in Freiburg und Schwerin. *Internationales Verkehrswesen*, 50, S. 256-261.
- Hines, J. Hungerford, H., & Tomera, A. (1986): Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. *The Journal of Environmental Education*, 18, pp. 1-8.
- Holz-Rau, C. & Kutter, E. (1995): Verkehrsvermeidung – Siedlungsstrukturelle und organisatorische Konzepte. Bonn: Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung.
- Hunecke, M. (1996): Ökologische Verantwortung: Auslauf-Modell in einer Kosten-Nutzen-Welt. In: M. Zimmer (Hrsg.): Von der Kunst umweltgerecht zu planen und zu handeln. Osnabrück: Internationale Erich-Fromm-Gesellschaft, S. 241-246.
- Hunecke, M. (1997): Nachhaltige Entwicklungen in der Personenmobilität: Eine Bewertung der Umsetzbarkeit von fünf Leitbildern für eine ökologisch nachhaltige Personenmobilität auf der Basis empirischer Erkenntnisse aus der sozial- und verhaltenswissenschaftlichen Verkehrsforschung. Werkstattbericht Nr. 19. Gelsenkirchen: Sekretariat für Zukunftsforschung.
- Hunecke, M. (1998): Chancen und Barrieren der Umsetzbarkeit von Leitbildern zur ökologischen Nachhaltigkeit im Bereich personenbezogener Mobilität. In: K. Henning & S. Schmid (Hrsg.): Verbundprojekt »Mobilität« – Abschlussbericht zur Phase 1. Aachen: Augustinus Verlag, S. 51-98.
- Hunecke, M., Matthies, E., Blöbaum, A. & Höger, R. (1999): Die Umsetzung einer persönlichen Norm in umweltverantwortliches Handeln – Beiträge zur CO<sup>2</sup>-Reduktion in Nürtingen. *Umweltpsychologie* 3, 2, S. 22-34.
- Hunecke, M., Blöbaum, A., Matthies, E. & Höger, R. (1999): Responsibility and Environment – Ecological Norm Orientation and External Factors in the Domain of Travel Mode Choice Behavior. Manuskript zur Veröffentlichung eingereicht.
- Jäger, H. (1989): Zielgruppenmodell im öffentlichen Personennahverkehr. *Die Bundesbahn*, 8, S. 665-668.
- Keuchel, S. (1995): Individuelle Präferenzen und Verkehrsmittelwahlentscheidungen. *Der Nahverkehr*, 5, S. 37-43.
- Labonte, B. (1996): Lebensstile und Alltagsmobilität. Unveröffentlichte Diplomarbeit im Fachbereich Gesellschaftswissenschaften. Gießen: Justus-Liebig-Universität.
- SINUS (1991): Stadtverkehr im Wertewandel. Heidelberg: SINUS-Institut.
- SPIEGEL-Dokumentation (1993): Auto, Verkehr, Umwelt. Hamburg: SPIEGEL-Verlag.
- Schulze, H. (1996): Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen. *Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen (M 56)*. Bremerhaven: Wirtschaftsverlag.
- Tanner, C. & Foppa, K. (1996): Umweltwahrnehmung, Umweltbewußtsein und Umweltverhalten. In: A. Diekmann & C. Jäger (Hrsg.): Umweltsoziologie. Sonderband der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag S. 245-271.
- Wilke, G., Lichtenthäler, D., Pastowski, A., & Engelbach, W. (1996): Raumstrukturelle Voraussetzungen von Mobilität. In: FORSCHUNGSVERBUND ÖKOLOGISCH VERTRÄGLICHE MOBILITÄT (Hrsg.): Bericht Nr. 1: Rahmenbedingungen von Mobilität in Stadtregionen. Wuppertal: Institut für Klima, Umwelt, Energie.

# »You talk about the way U.MOVE«

## Ergebnisse der Round Table-Gespräche

Um mehr über jugendkulturellen Alltag und jugendliches Mobilitätsverhalten zu erfahren, wurden im Projekt U.MOVE in einem ersten Schritt Jugendliche und junge Erwachsene aus den Städten Dortmund und Potsdam und den Landkreisen Greifswald und Passau zu sog. Round Tables eingeladen. Methodisch betrachtet handelte es sich bei den Round Tables um Gruppendiskussionen mit offenen Gesprächen, denen ein Leitfaden und eine vorab festgelegte Dramaturgie zugrunde lag. Im Verlauf der Gespräche, die durch ihre Zusammensetzung mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern unterschiedlichen soziokulturellen Zuschnitts Diskussionen mit Kontrastgruppen darstellten, konnten sich junge Erwachsene zu ihren Vorstellungen und Wünschen im Hinblick auf Mobilität äußern. Übergeordnetes Ziel war es, mehr über die Themen Lifestyle, »Unterwegs sein« und Mobilität zu erfahren und mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zu diskutieren. Die Auswahl erfolgte zur Hälfte zufällig, zur Hälfte nach Lebensstildimensionen und Mobilitätseinstellungen (häuslich bzw. außerhäuslich orientiert, autoaffin, umweltbewusst etc.)

Neben individuellen Erfahrungen mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln und Entwürfen zur idealen Mobilität der Zukunft, standen die Diskussion intermodaler Mobilitätsdienstleistungen und eines Szenarios im Vordergrund, dass auf dem Leitbild der Multimodalität und Intermodalität basierte. Dieser Schwerpunkt diente der Einschätzung und dem zentralen Anliegen von U.MOVE, herauszufinden, welche Zugkraft dieses abstrakte Leitbild gegenüber dem objektbezogenen Leitbild »Automobil(ismus)« bei Jugendlichen besitzt. Dabei ging es sowohl um die Frage, ob intermodale Konzepte für die Verkehrsmittelwahl relevant sind, ob und wie sie wahrgenommen werden als

auch um die Frage nach deren Akzeptanz. Ist der/die multi- und intermodale Verkehrsteilnehmer/in jung? Gibt es eine Konzept-Komponente, die das Automobil als Träger eines Leitbildes ablösen bzw. ergänzen kann? Lässt sich das Konzept in seiner Abstraktheit vermitteln? Wenn ja, was sind die wichtigen Bausteine und Kriterien für die Produktentwicklung und Vermarktung? Welche Rolle spielen dabei unterschiedliche Lebensstilausprägungen?

Die Round Tables dienten darüber hinaus der Vorbereitung der Fragebogenkonzeption. Durch die aktive Beteiligung von jungen Erwachsenen unterschiedlicher Orientierungen sollte der Gefahr begegnet werden, sich in eine Erkenntnispirale zu begeben, indem der Fragebogen auf der Grundlage »nur« eines wissenschaftlichen Vorverständnisses konzipiert wird. Die Gespräche wurden somit als Ideenpool und Impulsgeber für die konkrete Fragebogengestaltung begriffen.

Um eine Rückkopplung der Fragebogeninhalte zu den Einschätzungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Round Tables zu gewährleisten, wurden später dieselben Personen eingeladen, den Pre-test des Fragebogens durchzuführen (Round Tables II), ergänzt durch Pre-tests mit Jugendlichen aus der unteren Altersgruppe (15-17 Jahre). Neben Einschätzungen zur Verständlichkeit und Klarheit der Inhalte und des Aufbaus lieferte die Diskussion insbesondere wertvolle Hinweise über inhaltliche Lücken, die zu füllen aus Sicht der Teilnehmerinnen und Teilnehmer als wichtig erachtet wurde. Viele Anregungen konnten bei der Überarbeitung des Fragebogens Berücksichtigung finden.

Die ersten Round Table-Gespräche dauerten in der Regel ca. 3,5 Stunden.

Zentrale Aufgabenbereiche in der Gesprächsführung waren:

1. Die Mobilitätsmotive Jugendlicher und ihre Verkehrsmittelwahl im Kontext spezifischer Mobilitätsanforderungen und -gegebenheiten zu erfassen,
2. die Vorstellungen Jugendlicher zur idealen Mobilität und zu idealen Verkehrsmitteln zu ermitteln sowie
3. die Wahrnehmung verschiedener Verkehrsmittel und Verkehrsmittelkombinationen anhand einer Imagebewertung unterschiedlicher Verkehrsmittel- und Mobilitätsangebote zu ergründen und
4. die Bewertung eines (fiktiven) integrierten Mobilitätskonzeptes, das von den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern vor- und zur Diskussion gestellt wurde, vornehmen zu lassen.

### 1. Zur Soziodemographie der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

An den Round Table-Gesprächen in den vier Städten beteiligten sich insgesamt 34 Jugendliche – 10 Frauen und 24 Männer – im Alter von 16 bis 29 Jahren, wobei die am stärksten vertretene Altersklasse die der 19- bis 24-Jährigen war. Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern hatten zwei das 2. Staatsexamen für das Lehramt absolviert, einer die Schule ohne Abschluss verlassen und sechs waren noch Schüler der Oberstufe; mit insgesamt 17 waren die Abiturienten deutlich überrepräsentiert gegenüber vier Teilnehmerinnen und Teilnehmern mit Mittlerer Reife und vier Personen mit Hauptschulabschluss. 23 der 34 Jugendlichen lebten zum Zeitpunkt der Gespräche – im November 1998 – noch bei ihren Eltern, zwei von ihnen ohne eigenes Zimmer, während



# WANTED!

Ob passionierte/r Radfahrer/in, leidenschaftlicher Autofan, City-Walker/in, Systemhopper/in oder house-mouse:

We want **YOU** to **TALK** about the way **U.MOVE!**

**U.MOVE** - das steht für Jugend und Mobilität. **U.MOVE** ist ein Projekt verschiedener Forschungsinstitute und Verkehrsanbieter mit Unterstützung des „Rüttgers-Club“ (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie). Darin geht es um Eure Anforderungen und Wünsche an eine zeitgemäße Fortbewegung. Wir möchten Eure Meinung: Damit die Strategien der mobilen Zukunft nicht an Euch vorbeigehen!

☞ **Wen wir suchen:**

Ihr sollt zwischen 18 und 24 Jahre alt sein und - wichtig!!! - Ihr sollt **LUST** haben, mit anderen engagiert über das Thema Mobilität zu diskutieren.

☞ **Wann?** Am 14 November von 14.00 bis 17.00 Uhr

☞ **Wo?** Im Freizeitzentrum West  
Neuer Graben 167, 44137 Dortmund  
zu erreichen mit den **Bus-Linien 453** und **463**, Haltestelle **Neuer Graben**

☞ **Was Ihr davon habt:**

Vorweg: Ihr erhaltet für die aktive Teilnahme am Round Table 30,-- Mark in bar. Falls Fahrtkosten entstehen, werden Euch diese erstattet. Aber viel wichtiger: Ihr bastelt mit an neuen Mobilitätsstrategien!

## Du bist interessiert und möchtest weitere Infos ?

☞ **Dann geht es so weiter:**

Ruf uns einfach an. Wir werden uns dann mit Dir kurz über unsere Vorstellungen unterhalten. Falls es paßt und Du dabei sein willst, werden wir Dich dann ca. zwei Wochen vor dem 14. November anrufen und Dich um ein paar Angaben zu Deiner Person bitten. Du erhältst danach auch noch eine schriftliche Einladung zum Round Table.

☞ **Falls Du noch Fragen hast, kannst Du uns gerne anrufen:**

Doris Bäumer und Michael Löchl  
Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen  
Königswall 38 - 40  
44137 Dortmund  
Tel.: DO/90 51-260      Fax: DO/90 51-280      e.mail: FB-Verkehr.ils.do@t-online.de

fünf über eine eigene Wohnung verfügten und sechs in Wohngemeinschaften bzw. einem Wohnheim lebten. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren ledig, 19 sahen sich zum damaligen Zeitpunkt aber in einer festen Partnerschaft. Die meisten der Jugendlichen, insgesamt 19, verfügten über ein Nettoeinkommen unter DM 600.-, während sieben über bis zu DM 1.000,- und sechs sogar über bis zu DM 1.400,- netto verfügen konnten; lediglich zwei Teilnehmerinnen und Teilnehmer machten zu ihren Einkünften keine Angaben.

In der Gesamtheit der in den Gesprächen vertretenen Jugendlichen wurden alle fünf von uns gewünschten Lebensstiltypen abgedeckt. In zwei Gruppen fand sich zwar kein/e Teilnehmer/in ohne Führerschein, in der größten Gruppe mit 11 Teilnehmerinnen und Teilnehmern verfügten hingegen aber nur vier über einen Führerschein der Klasse 3. Die mit der Benennung der fünf Lebensstiltypen – »Autofan«, »Nicht-Führerscheinbesitzer«, »Öko-freak«, »Computer-freak« und »Anhänger einer Jugendkultur« – und dem Versuch, jeweils mindestens einen Vertreter dieser Lebensstile bei jedem Round Table vertreten zu haben verfolgte Absicht, eine gewisse Breite in den vertretenen Mobilitätsstilen und -einstellungen zu gewährleisten und eine möglichst kontrastreiche Diskussion zustandezubringen, erfüllte sich offensichtlich auch ohne die Erfüllung dieser formalen Vorgaben.

Von den 34 Jugendlichen, die insgesamt an den Round Tables teilnahmen, besaßen 21 einen Führerschein der Klasse 3, drei einen Führerschein der Klasse 1 bzw. 1a und einer zusätzlich den Führerschein Klasse 2. Von den 21 Führerscheininhabern verfügten wiederum 15 über ein eigenes Auto, während von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern insgesamt 21 ein Fahrrad und die drei Motorradfahrer ein eigenes Motorrad bzw. Moped besaßen.

## 2. Die Verkehrsmittelwahl der Jugendlichen

Schon in den Aktionsraumprofilen, der graphischen Dokumentation ihrer

Pflicht- und Freizeitwege, die die Jugendlichen angefertigt hatten, zeigten sich deutliche Unterschiede: Während in den Verdichtungsgebieten Dortmund und Potsdam ein Großteil der Wege mit den Verkehrsmitteln des ÖPNV, gefolgt vom eigenen Fahrrad, bewältigt wurde, dominierte bei den Jugendlichen aus dem Landkreis Passau sowohl bei der Bewältigung der Pflicht- als auch der Freizeitwege der eigene Pkw, über den auch jeder der beteiligten Jugendlichen verfügte. In Greifswald hingegen spielte der Pkw keine Rolle, die Verkehrswege wurden zumeist mit dem Fahrrad oder zu Fuß bewältigt.

Insofern lässt sich die Verkehrsmittelwahl für die Verdichtungsgebiete als ÖPNV-orientiert, die für die ländlichen Gebiete als Individualverkehr-orientiert klassifizieren. Ob sich dahinter aber ein Stadt-Land-Gefälle oder vielleicht eher ein Ost-West-Gefälle in Bezug auf die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln bzw. der Notwendigkeit, Raum zu überwinden versteckt, kann aufgrund der Tatsache, dass die Jugendlichen, die am Greifswalder Round Table-Gespräch teilnahmen, aus der Stadt Greifswald selbst und nicht – wie eigentlich ange-dacht – aus dem Landkreis kamen, nur gemutmaßt werden.

## 3. Die Motive der Jugendlichen in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl

Da die Gespräche anhand von Leitfäden geführt wurden und sich infolge dessen vergleichsweise frei entwickelten, vermischten sich in den Aussagen bezüglich der Verkehrsmittelwahl persönliche Erfahrungen, subjektive Imagebewertungen und eigene Einstellungen zur Mobilität. Dabei beruhten die persönlichen Erfahrungen der Autofahrer mit dem ÖPNV, insbesondere bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern am Passauer Round Table, allerdings im wesentlichen auf den Erfahrungen aus der Schulzeit, während die Erfahrungen mit der Bahn zumeist auf Freizeit- oder Urlaubsreisen gewonnen wurden.

Die von den Jugendlichen im Verlauf der Gespräche geäußerten Erfahrungen

bzw. Bewertungskriterien bezogen sich auf die Punkte:

- Kosten bzw. Preisgestaltung
- Vertaktung bzw. zeitliche Unabhängigkeit,
- Zeitaufwand und Zuverlässigkeit,
- Komfort bzw. Bequemlichkeit,
- Sicherheit.

Dabei zeigte sich in den Gesprächen, dass die Gewichtung der einzelnen Kriterien in Abhängigkeit von dem tatsächlichen Angebot an Alternativen, von Art und Zweck der Fahrt sowie der Verfügbarkeit über ein eigenes Fahrzeug variierte; wesentlicher für die Bewertung der einzelnen Kriterien als diese drei Faktoren aber war die innere Einstellung der Jugendlichen zur Mobilität insgesamt und einzelnen Verkehrsmitteln im Besonderen. So wurden in allen Gesprächen fast alle aufgeführten Argumente sowohl für als auch gegen ein einzelnes Verkehrsmittel in die Diskussion gebracht – je nachdem, welche Verkehrsmittel miteinander verglichen wurden und welche Bezugssysteme verwandt wurden.

- So galt der ÖPNV bzw. die Bahn vielen Jugendlichen auf Kurzstrecken aber auch auf Langstrecken, die auch von Flugzeugen bedient werden, als zu teuer, wobei als Vergleichsmaßstab mit nur einer Ausnahme die reinen Benzinkosten bzw. das Flugkosten-Zeit-Verhältnis herangezogen wurden; auf der anderen Seite wurde aber auf die hohen Unterhaltskosten für einen eigenen Pkw verwiesen, die anderen Jugendlichen als Argument dienten, sich keinen eigenen Wagen anzuschaffen oder auch nur zu unterhalten.
- Jugendliche, die auf einen guten ÖPNV- bzw. Bahnanschluss zurückgreifen können, verwiesen auf die Bequemlichkeit im Sinne der Stressfreiheit und Erholbarkeit, während Pkw-Nutzer auf die Bequemlichkeit bzw. den Komfort im Sinne der Intimität sowie der räumlichen und zeitlichen Unabhängigkeit von ÖPNV-Anschluss und -Takt verwiesen.

- Während die Fahrzeiten im ÖPNV und bei der Bahn im allgemeinen im Nahbereich und in Passau auch im mittleren Entfernungsbereich als zu lang bewertet wurden, wurde im städtischen Verdichtungsgebiet der Zeitvorsprung des ÖPNV gegenüber dem Pkw betont.

- Beim Dortmunder Round Table äußerten mehrere Jugendliche, sie fühlten sich in den öffentlichen Verkehrsmitteln nicht wohl. Zwar sei von ihnen nach eigenen Angaben noch kein/e Teilnehmerin und Teilnehmer jemals selber »angemacht« worden, und die Präsenz der Sicherheitsleute sei ausreichend und positiv, doch mieden sie zu später Stunde insbesondere die S-Bahnen.

Diejenigen Jugendlichen, die über eigene Verkehrsmittel verfügen (können), kombinieren deren Gebrauch mit der Nutzung anderer und öffentlicher Verkehrsmittel – je nach Zweckmäßigkeit; lediglich die Jugendlichen, die am Passauer Round Table teilnahmen, sahen infolge des ihrer Meinung nach mangelhaften ÖPNV-Angebotes keine Alternative zur Nutzung des eigenen Pkw. Dementsprechend hoch ist auch die Bedeutung des Führerscheins für die Passauer Jugendlichen: Für sie bedeutet er die Erweiterung ihres Aktionsradius, weshalb dem Führerschein und dem eigenen Pkw in Passau auch gruppendynamische Effekte zukommen. Während der Führerschein und der eigene Pkw für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Greifswalder und Passauer Round Tables keine besondere Bedeutung zu haben schien und die Jugendlichen dort keinen Einfluss Anderer auf ihr Mobilitätsverhalten sahen, zeigte sich im Potsdamer Round Table wie auch im Passauer Gespräch, dass der Führerscheinbesitz und die Verfügbarkeit über ein Auto für Jugendliche als Trennmarke zwischen »den Großen« und »den noch Kleinen« dient; insofern wird dem Verhalten der Bezugsgruppe durchaus ein (indirekter) Einfluss auf das individuelle Mobilitätsverhalten und insbesondere die Verkehrsmittelwahl zuerkannt – in Potsdam über das »Aufziehen« mit dem fehlenden Führerschein, in Passau mit der fehlenden

Möglichkeit, sich frei bewegen zu können. Auch wurde geäußert, bestimmte Verkehrsmittelnutzungen seien nicht nur ein Statussymbol, sondern für bestimmte Gruppen, insbesondere Berufsgruppen, geradezu ein Statusmerkmal.

Interessanterweise assoziiert die Jugendlichen aus den Verdichtungsräumen die öffentlichen Verkehrsmittel fast ausschließlich mit Schienenverkehr, diejenigen aus den ländlicheren Erhebungsräumen hingegen ausschließlich mit dem Bus – den Teilsystemen des ÖPNV, mit denen sie tagtäglich konfrontiert sind; die Aussagen zum ÖPNV beziehen sich also immer auf den unmittelbaren Erfahrungsraum der Jugendlichen und betrachten nicht die Verkehrssysteme des ÖPNV in ihrer Gesamtheit. Fahrräder als vollwertige Verkehrsmittel wurden nur im Greifswalder Round Table explizit genannt und spielen dort vor allem im Nahbereich eine dominante Rolle, während sie den Passauer Jugendlichen hauptsächlich als Sportgeräte dienen.

Obwohl die Autofahrer unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern einräumten, dass Autofahren Spaß mache, fand sich in drei der vier Round Table-Gespräche jeweils nur einer, der nach eigenem Bekunden allein aus Freude am Fahren mit seinem Pkw fährt, in einem vierten Round Table stieß eine solche Haltung hingegen auf einhellige Ablehnung und wurde als nicht mehr zeitgemäß bezeichnet. Die Frage, ob die Freude am Unterwegssein oder ein schnelles bzw. bequemes Ankommen im Vordergrund der Verkehrsmittelwahl steht, lässt sich nach den Aussagen der Jugendlichen jeweils nur in Abhängigkeit vom Zweck der Fahrt beantworten: Der Lust am Reisen und dem Reisen als Teil der Entspannung oder des Urlaubs steht die Fahrt zur bloßen Überwindung der Distanz zwischen zwei Orten gegenüber. Aufgrund der größeren Entfernungen sind für die Passauer Jugendlichen Wegeketten, also die Verbindung mehrerer Wege miteinander, ein normaler Vorgang. In den anderen Round Tables stellten sie für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kein bewusstes Thema dar. Auch Umwelt-

schutzgesichtspunkte spielten keine große Rolle; wurden sie einmal genannt, so wurden sie im selben Moment entweder mit ökonomischen Argumenten verknüpft oder aber gegen diese abgewogen, wobei der Wirtschaftlichkeit der Vorrang eingeräumt wurde.

Zusammenfassend lässt sich also sagen:

Der Wahl des verwendeten Verkehrsmittels folgte bei den befragten Jugendlichen offensichtlich stets die jeweils subjektiv empfundene Zweckmäßigkeit: Jede Verkehrsmittelwahl wurde mit der Vorteilhaftigkeit des gewählten Verkehrsmittels gegenüber dem anderen – Pkw, Fahrrad oder ÖPNV – begründet, die Nachteiligkeit des jeweils anderen explizit benannt. Sofern ein umfassendes ÖPNV-Netz und -System existiert, wird es in der Regel auch angenommen, die Verkehrssysteme werden gemischt und miteinander kombiniert genutzt; dort wo ein solches ÖPNV-Angebot nicht existiert, dominiert der Pkw bei der Distanzüberwindung und wird in der Folge scheinbar unreflektierter gebraucht. In Hinblick auf die Forschungsfrage scheint hingegen wichtig festzuhalten, dass die Jugendlichen zwar in einer automobilen Gesellschaft sozialisiert und geprägt worden sind, sie ihre ersten eigenen Verkehrsmittelerfahrungen aber in der Regel zumeist mit dem ÖPNV machen. Die Bahn hingegen wird entweder unter dem ÖPNV subsumiert oder aber dem Fernverkehr zugeschrieben, der allenfalls im Rahmen des Urlaubsverkehrs wahrgenommen wird; Fernpendler fanden sich nicht unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an den Round Tables.

#### **4. Die Vorstellung der Jugendlichen bezüglich idealer Mobilität**

Vor die Aufgabe gestellt, selber Vorstellungen hinsichtlich einer idealen Mobilität zu formulieren, orientierten sich die Jugendlichen überwiegend an bereits andernorts vorhandene Verkehrskonzepten. Eine zentrale Rolle spielte dabei der schienengebundene ÖPNV. Die vorgetragenen Ideen waren

in der Regel auf die Bewältigung des Nahverkehrs ausgerichtet; der Fernverkehr spielte hingegen nur in der Gestaltung der Schnittstellen zwischen Nah- und Fernverkehr eine Rolle.

Als neue Formen der Mobilität bzw. als »neue« Verkehrssysteme wurden von den Jugendlichen genannt: Magnet-schwebe-Pkw, Luftschiffe bzw. Zeppeline, Schwebbahnen sowie die Umgestaltung der Autobahnen zu einer Art Transportbandsystem, in dem sich die Pkw in ein sich an Stelle der Leitplanken bewegendes Transportband einhaken und an der gewünschten Stelle wieder ausklinken. In allen Vorschlägen aber wurde nicht auf das Auto verzichtet, lediglich in einem Beitrag sollte eine steuerliche Diskriminierung der Pkw zu Gunsten der Stärkung des ÖPNV erfolgen.

Bei den Vorschlägen handelte es sich überwiegend um organisatorische oder technische Verbesserungen, denn im wesentlichen wurden von den Jugendlichen konsequentere und flächen-deckende Systeme von derzeit nur als Modellprojekte existenten Pilotprojekten gefordert. Ein zentraler Punkt der von den Jugendlichen in Kleingruppen erarbeiteten Vorstellungen zur idealen Mobilität war die Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel. Nur in einem Falle wurde vorgeschlagen, die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel gegen Zahlung einer jährlichen Pauschale aller ansonsten unentgeltlich zu erlauben.

Als zentrale Forderungen an eine ideale Mobilität – die ausnahmslos mit der Konzeptionierung und Gestaltung von Verkehrssystemen, nie aber auch nur ansatzweise mit deren Substitution

gleichgesetzt wurde – wurden erhoben: Sicherheit, Schnelligkeit, Komfort, Umweltgerechtigkeit, Kostengünstigkeit und jederzeitige Verfügbarkeit sowie die Nutzung der technischen Möglichkeiten. Eine zentrale Rolle kommt dabei der räumlichen Trennung von Individual- und öffentlichem Personenverkehr zu: Entweder, um den Verkehrsfluss der einzelnen Systeme zu sichern, oder aber um die Verkehrsbelastung an der Erdoberfläche für den Menschen so gering wie möglich zu halten.

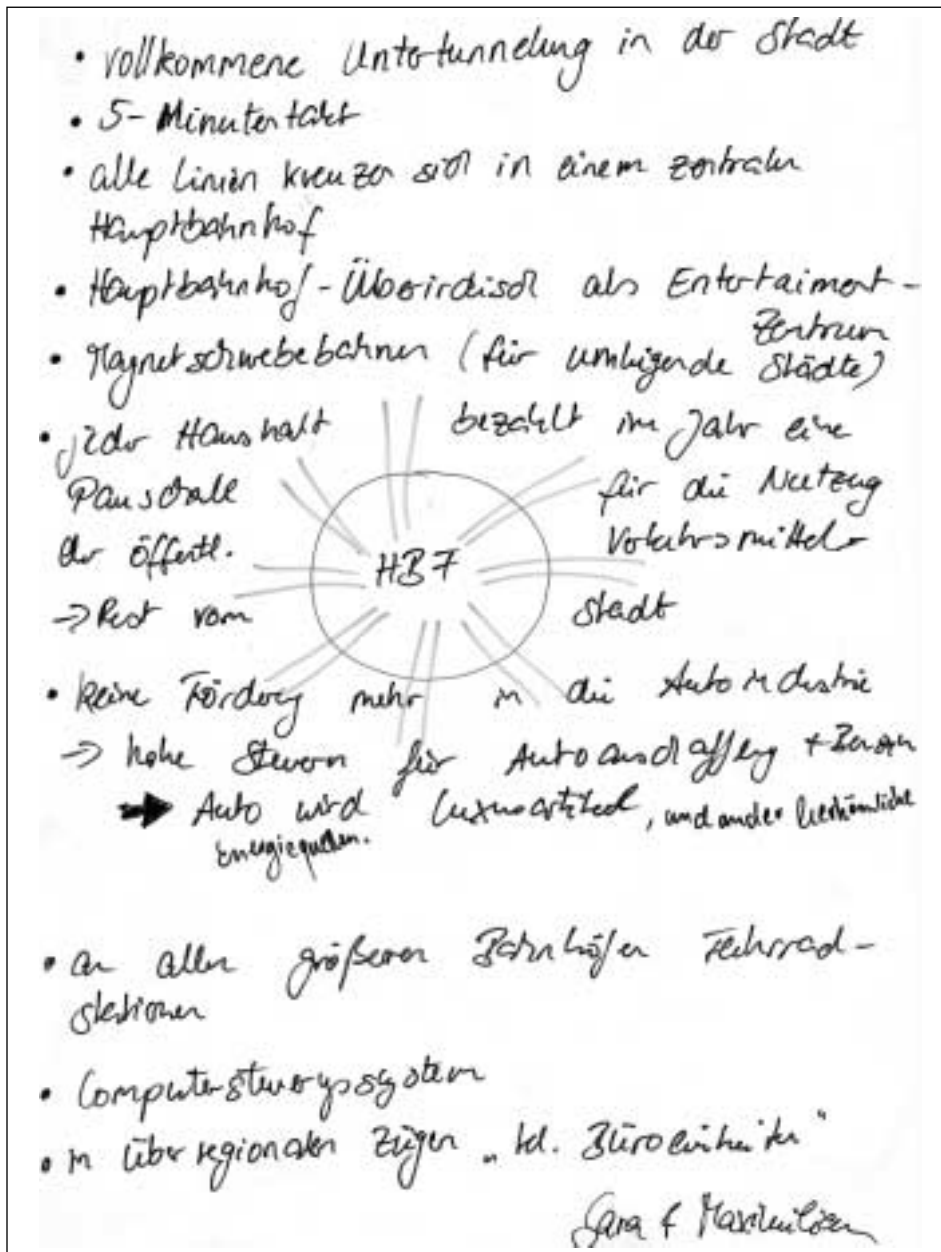
## 5. Zur Bewertung des Images unterschiedlicher Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsangebote

Die den Jugendlichen vorgelegten Werbemittel, die sich auf Verkehrsmittel-

Abb. 2  
Öffentlicher Verkehr auf allen Ebenen – ein Beitrag aus Potsdam



### Der Bahnhof als zentraler Knotenpunkt des ÖV – ein Beitrag aus Dortmund



kombinationen bezogen – Fahrrad/Bahn und Bahn/Auto – erzeugt ein geteiltes Echo: Während die Kombination Fahrrad/Bahn durchweg grundsätzlich positiv aufgenommen wurde, wurde das dargestellte Klappfahrrad selbst in zwei Gesprächsgruppen nicht als vollwertiges Verkehrsmittel gesehen bzw. war gar nicht bekannt; als typische Nutzer dieser Verkehrsmittelkombination sehen die Jugendlichen Jüngere, vornehmlich Männer, die vor allem im städtischen Bereich bewusst Verkehrsmittel miteinander kombinieren wollen.

Auch die Kombination Bahn/Pkw stieß auf ein geteiltes Echo: Zum einen

wurde in drei Gesprächsgruppen erst gar nicht die Kombination beider Verkehrsmittel erkannt, sondern nur der Smart als Auto; zum anderen wurde nachfolgend nicht die Kombination des Smart als Vertreter eines neuen (Nahverkehrs-)Autokonzeptes mit der Bahn als Fernverkehrsträger gesehen, sondern nur die »klassische« Kombination Bahn/Pkw beurteilt. Der Smart selber als ein neues Verkehrskonzept wurde nicht angenommen; er wurde eher als Ergänzung, zum Teil sogar als »Spielzeug« angesehen denn als ein Ersatz für herkömmliche Pkw. Der Autoreisezug hingegen wird allgemein als positiv, jedoch zu teuer beurteilt; es wurde aber

auch die Meinung vertreten, eine Kombination dieser beiden Verkehrsmittel sei inkonsequent, da sie Substitute darstellten.

Die Werbung für Car-Sharing als ein alternatives Organisationskonzept für Mobilität wurde von den Jugendlichen in den Round Tables nicht als ein alternatives Mobilitätskonzept aufgefasst, sondern »nur« als sinnvolle Ergänzung zum Bestehenden gesehen. Als typische Nutzer galten jüngere Singles oder in einer Partnerschaft Lebende – nicht aber Familien –, die in der Stadt wohnen. Bei einigen Jugendlichen wurde scheinbar nicht zwischen Car-Sharing und Mitfahrzentralen unterschieden, was darauf hindeutet, dass mit Car-Sharing nur eine andere Form der Organisation der alltäglichen Verkehrsmobilität verbunden wird, nicht aber eine dahinterstehende andere Einstellung zur Mobilität und Verkehrsmittelnutzung.

Während die beiden Verkehrsträger Straßenbahn und ICE in ihrer dargestellten Modernität insgesamt mit einem positiven Image belegt wurden, ging die Meinungen über die typischen Nutzer dieser Systeme deutlich auseinander: Während die Straßenbahn als alltägliches Verkehrsmittel für jedermann aufgefasst wurde, sahen die Jugendlichen den typischen Nutzer des ICE in Geschäftsleuten und »Besserverdienenden«. Nur im Potsdamer Round Table, bei dem die dort anwesenden Jugendlichen den ICE mehrheitlich schon genutzt hatten, galt der ICE als »massenfähig«, aber zu teuer, während im Passauer Round Table die dargestellten Bilder der 1. Klasse zugeschrieben wurden, und sich die Jugendlichen selbst schon deshalb nicht als typische Nutzer sahen; zudem wurde der dargestellte Service als nicht der Wirklichkeit entsprechend eingestuft.

#### 6. Zur Multimodalität – Die Reaktionen der Jugendlichen auf das Szenario

Da das vom Sekretariat für Zukunftsforschung ausgearbeitete Szenario zur Multimodalität am Schluss der Round

Table-Gespräche vorgestellt wurde und sowohl die Vorstellung in Form einer Lesung als auch die vorangegangenen Diskussionen eine hohe Konzentration erfordern hatten, fiel die Auseinandersetzung mit dem Szenario in den meisten Orten verhältnismäßig kurz aus, was sich jedoch nicht auf die Gesamteinschätzung der dargestellten Multimodalität, sondern vielmehr auf die im Einzelnen dargestellten Instrumente und Verkehrsmittel bezieht.

Insgesamt wurde das Szenario und die darin dargestellte Multimodalität positiv aufgenommen. Für die meisten stellte es jedoch keine Vision im Sinne einer Utopie dar, sondern nur die konsequente Nutzung und Vernetzung vorhandener Möglichkeiten und Technologien; nur einem Teilnehmer erschien es als zu phantastisch. Mit Skepsis wurde allerdings der technische und zum Teil auch der organisatorische Aufwand betrachtet, der im Szenario betrieben wird.

Ausdrücklich positiv bewertet wurden organisatorische Verbesserungen im Hinblick auf die bereits praktizierte Mobilität bei den Jugendlichen: Das Kombi-Ticket bzw. die Mobil-Card als universelle Nutzungsberechtigung mit Zusatzfunktionen, Anruf-Sammeltaxen bzw. das organisierte Trampen und die

Pendlerbörse, das 10er-Ticket für die Bahn einschließlich des ICE sowie zum Teil der persönliche Mobilitätsberater; dieser persönliche Mobilitätsberater via Internet und Telefon wird zwar grundsätzlich begrüßt bzw. nicht grundsätzlich abgelehnt, der technische Aufwand, der sich dahinter verbirgt, bzw. seine Computergestütztheit aber mit Skepsis betrachtet, wohingegen ein Teilnehmer gerade in diesem Mobilitätsberater eine handhabbare Schnittstelle zwischen Nutzern und dem technischen System sah, das sich hinter dieser technischen Ausgestaltung der Multimodalität verbirgt.

## **7. Ein vorläufiges Fazit**

Insgesamt also lässt sich festhalten, dass bei den Jugendlichen, die an den vier Round Tables teilnahmen, Multimodalität alltägliche Praxis ist, sofern es ein entsprechendes (bzw. ein entsprechend wahrgenommenes) Angebot gibt. Möglichkeiten zur Substitution von Mobilität wurden hingegen von den Jugendlichen nicht angesprochen oder gar thematisiert.

In Hinblick auf Formen idealer Mobilität werden technische und organisatorische Verbesserungen und Neuerungen gewünscht und gefordert, nicht aber eine veränderte Einstellung zur Mobi-

lität überhaupt. Ansatzpunkt zur Änderung des Mobilitätsverhaltens sind für die Jugendlichen nicht die Einstellung des einzelnen selbst, sondern die äußeren Rahmenbedingungen in Form der Preis- und Angebotsstrukturen und der gesellschaftlichen Mobilitätsanforderungen.

In den Gesprächen argumentierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu meist aus einer jeweils sachlichen Abwägung der einzelnen Vor- und Nachteile der verschiedenen Verkehrsmittel miteinander, die emotionale Ebene (»mit dem Auto in die Freiheit«) kam kaum zum tragen und spielt scheinbar keine so große Rolle mehr; die Bedeutung des eigenen Pkw oder allein schon des Führerscheines hat sich möglicherweise gewandelt.

Ob sich dieses Fazit quantitativ erhärten lässt, gilt es über die Befragung von über 4000 Jugendlichen zu eruieren. Interessant ist dabei insbesondere, wie sich das Verhältnis von subjektiven Bestimmungsgründen und objektiven, situativen Rahmenbedingungen darstellt und ob sich das Ergebnis der Round Tables, dass die Verkehrsmittelwahl eher von den objektiven Bedingungen abhängt, bestätigt.

# Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche und junge Erwachsene

Will man Jugendliche und junge Erwachsene langfristig für Mobilitätskonzepte jenseits des ausschließlichen Gebrauchs des privaten Pkws begeistern, sind detaillierte Kenntnisse über deren mobilitätsbezogene Bedürfnisse, Einstellungen und konkrete Verhaltensweisen erforderlich (vgl. Beitrag von Tully und Hunecke in diesem Band). Die Auswertung der Befragung von über 4000 jungen Leuten wird dazu einige neue Erkenntnisse liefern. Dabei wird zu berücksichtigen sein, dass Einstellungen und Verhaltensweisen in einem hohen Maße von der örtlichen Infrastruktur und lokalen bzw. regionalen Mobilitäts-Angeboten bestimmt werden. Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme in den Untersuchungsräumen bietet dafür den erforderlichen Hintergrund.

Unabhängig vom örtlichen Angebot werden sich die Jugendlichen im Rahmen der Befragung zu innovativen (intermodalen) Mobilitätsdienstleistungen äußern, was eine Einschätzung der Chancen neuer Dienstleistungen ermöglichen wird. An dieser Stelle stellt sich die Frage, wie sich die derzeitigen Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen in Bezug auf die Zielgruppe verhalten. Wie gestaltet sich die heutige Angebotslandschaft hinsichtlich jugendspezifischer Strategien und (intermodaler) Dienstleistungen und wie deren (zielgruppenspezifische) Vermarktung? Gibt es nachahmenswerte Ideen, erfolgreiche Strategien, interessante Produkte, ungewöhnliche Kooperationen und Kampagnen? Um insbesondere letztgenannte Fragen zu beantworten, ist im Rahmen des Projektbausteines 2 des Projektes U.MOVE eine Recherche durchgeführt worden, die eruieren sollte, in welchem Maße junge Menschen von den Verkehrsanbietern als heutige und zukünftige Kund/inn/en wahrgenommen werden. Die Ergebnisse dieser

Recherche, die sowohl eine Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände als auch eine Umfrage bei den bundesdeutschen Car-Sharing-Organisationen umfasste, werden im Folgenden dargestellt.

## 1. Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände und -gemeinschaften

### 1.1 Untersuchungsgegenstand, Methode

Im Rahmen der Recherche jugendspezifischer Mobilitätsdienstleistungen sind im Zeitraum September 1998 bis April 1999 zunächst die überregionalen Verbände regionaler und städtischer Verkehrsunternehmen – Verkehrsverbände und (einzelne) Verkehrs- und Tarifgemeinschaften – befragt worden (nachfolgend Verbände genannt). Da der Prozess der Verbandsgründungen in vielen Regionen gerade erst vollzogen wurde, steht häufig zunächst die Integration und Vereinheitlichung der z. T. sehr unterschiedlichen Unternehmenstarife auf der Agenda. Die zielgruppenspezifische Vermarktung der noch sehr jungen Verbandsangebote ist daher oftmals noch Zukunftsmusik. Angebote von Verkehrsverbänden, die sich zum Zeitpunkt der Recherche in Gründung befanden (wie bspw. der Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg, Verbundstart 01. April '99; der Verkehrsverbund Südniedersachsen, Verbundstart 01. April '99, der Mitteldeutschen Verkehrsverbund und der Verkehrsverbund Mittelsachsen) wurden deshalb nicht berücksichtigt. Da ein Teil der befragten Verbände nicht über eine eigene operative Ebene verfügt, haben z. T. die als Ansprechpartner

genannten Verkehrsbetriebe geantwortet (z. B. Berlin, Chemnitz, Leipzig; s. Karte im Anhang), und zwar i. d. R. in Bezug auf das Angebot ihres Betriebes, nicht auf das des Verbandes. Die Antworten dieser Verkehrsunternehmen sind ausschließlich qualitativ analysiert worden.

Die Entscheidung für die Ebene der Verbände und hier im Schwerpunkt der Verbände begründete sich darin, dass es sich hierbei um die intensivste Form der Kooperation handelt<sup>1</sup> und viele v. a. der bereits länger bestehenden Verkehrsverbände die Hoheit bei der Tarifgestaltung besitzen. Die darin zusammengeschlossenen Verkehrsunternehmen verfügen auf Grund der Verbundvorgaben in diesem Segment nur über einen geringen Gestaltungsspielraum. Dass die Festlegung der Tarife i. d. R. den Verbänden (überwiegend Verkehrsverbände) zugesprochen wird, spiegelt sich auch in den Aussagen der Befragung zu den Tarif-Angeboten wieder und wird darüber hinaus durch die Selbstdarstellungen der Verbände dokumentiert<sup>2</sup>.

Insgesamt wurden 55 Verbände befragt; die quantitativ verwertbare Nettostichprobe beinhaltet 39 Verkehrsverbände und -gemeinschaften. Grundlage für die Auswahl bildeten die Karte des Petruschka-Verlages (Stand Mai 1998), die aktuell den Verbandsbestand dokumentiert und das Handbuch der Verkehrsunternehmen im Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), das 27 Verbände als Mitglieder ausweist.

<sup>1</sup> vgl. Püttner, G. (1997): Die künftigen Träger des Nahverkehrs, deren Organisation und Kooperation. In: PÜTTNER, G. (Hrsg.): Der regionalisierte Nahverkehr. Schriftenreihe der Gesellschaft für öffentliche Wirtschaft, Nr. 42, Baden-Baden, S. 97.

<sup>2</sup> vgl. DB REGIO (Hrsg.) (1999): Who is who im Nahverkehr. Dortmund.

## Auszug aus dem Fragebogen zur Befragung der Verkehrsverbände

1. Gibt es eine bestimmte Strategie für diese Zielgruppe, ein besonderes Marketing, ein erklärtes Ziel? (z. B. verstärkte Kundenbindung der Führerscheinneulinge?)
2. Wie hoch ist der Anteil der Zielgruppe ( 12 – 28J. ) am Gesamtkundenaufkommen? Falls sich das nur produktbezogen sagen lässt, würden Sie uns bitte die Nachfrage nach dem entsprechenden Produkt mitteilen? (s. Frage 4)

### Nun zu den Angeboten/Maßnahmen:

Interessant sind für uns nicht so sehr die Angebote im "klassischen Schüler/Ausbildungsverkehr", sondern vielmehr Spezialangebote wie:

- Sondertickets (auch Semesterticket)/Sondertarife
- Discobusse, Partybahnen etc.
- Sonderkampagnen (Thema)
- Unterrichtsmaterialien
- Sonstiges (z. B. Internet-Seite, Software)

Von Interesse sind dabei auch die geplanten Maßnahmen und Angebote!

Führen Sie bitte die Angebote/Maßnahmen Ihres Unternehmens unter A, B, C, D etc. auf:

- 3a. Welche Leistungen sind mit den Angeboten (z. B. Fahrradmitnahme) verbunden?
- 3b. Seit wann bestehen diese Angebote?
- 3c. Wie hoch sind die Kosten für den Kunden?
- 3d. Wie sind Ihre bisherigen Erfahrungen? Wie hoch ist die Nachfrage nach den einzelnen jugendspezifischen Angeboten? (evtl. auch Rentabilität)

Ziel der Befragung war es, in Erfahrung zu bringen, ob von den Verbänden eine zielgruppenspezifische Strategie bzw. Marketing verfolgt wird und welche Angebote neben den klassischen Angeboten im Schüler- und Ausbildungsverkehr bestehen, um Jugendlichen einen Anreiz zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel zu geben. Im Sinne der Zielsetzung von U.MOVE wurden auch verkehrsmittelübergreifende Angebote thematisiert.

Nicht alle Fragestellungen erwiesen sich in der Auswertung als brauchbar. So zeigte sich, dass die Angaben zu dem Anteil der Altersgruppe der 12- bis 28-Jährigen wenig trennscharf war, so dass in der Analyse nur diejenigen Angebote weiter berücksichtigt wurden, die sich an die Altersgruppe der 15- bis 26-Jährigen richten.

Da die Befragung in der Regel mit offenen formulierten Items geschah, sind die Antworten in einem Kategoriensystem überführt worden, dass zuvor

durch Experten gebildet wurde. Quantitativ berücksichtigt wurden dabei lediglich die Angebote, die wiederholt (mehr als 30% der Nennungen) aufgeführt wurden. Spezielle Angebote, die quantitativ nicht relevant waren, allerdings unter dem Gesichtspunkt der zielgruppenorientierten Ansprache interessant erschienen, wurden qualitativ ausgewertet. Hierbei fanden auch die Angebote derjenigen Verkehrsbetriebe, die an der Stelle ihres jeweiligen Verbandes geantwortet haben, Berücksichtigung (nicht zuletzt deshalb, weil die qualitative Betrachtung der Angebotslandschaft im Mittelpunkt des Interesses von U.MOVE liegt.) Ergänzend wurden interessante Angebote aus dem Wettbewerb »Königliche Verhältnisse in Bus und Bahn« des Verkehrsclub Deutschland (VCD) in der Kategorie »Kinder und Jugendliche« gesichtet<sup>3</sup>, um mög-

<sup>3</sup> vgl. VCD (1998): Wettbewerb »Königliche Verhältnisse in Bus und Bahn«. Kategorie »Kinder und Jugendliche«, unveröffentlichtes Manuskript, Bonn.

lichst viele best-practice-Beispiele zusammenzutragen und die Bandbreite jugendspezifischer Angebote zu dokumentieren.

## 1.2 Ergebnisse

Eine Bemerkung vorab: Von einer Verbesserung der Mobilitätsdienstleistungen im ÖV insgesamt (wie z. B. Verknüpfung von Bahn- und Busverkehr, Bike & Ride, Tariftransparenz und -vereinheitlichung durch Verbundgründungen, Kombi-Tickets für Großveranstaltungen, Zusammenarbeit mit Car-Sharing-Organisationen) profitieren alle Kund/inn/en, also i. d. R. auch Jugendliche und junge Erwachsene. Nicht immer bedarf es eines speziellen Angebotes, um für eine bestimmte Altersgruppe den öffentlichen Verkehr attraktiver zu gestalten. Allerdings gibt es Besonderheiten, die für die Angebotsgestaltung von Bedeutung sind, wie die besondere Preissensibilität auf Grund relativ niedriger Einkünfte, das verhältnismäßig große Freizeitbudget und das überdurchschnittliche Mobilitätsbedürfnis Jugendlicher und junger Erwachsener<sup>4</sup>. Fundierte Kenntnisse über die Bedürfnisse der Zielgruppe Jugendliche sind vor dem Hintergrund eines immer stärkeren Stilpluralismus eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg eines Produktes. Denn, so weiß Harry Sulzer, Creative Director bei einer schweizerischen Werbeagentur zu berichten: »Jugendliche sind die schwierigste Zielgruppe überhaupt.«<sup>5</sup> Die gut gemeinte Werbung der SBB für die »Gleis 7-Jugendkarte« unterstreicht lt. Sulzer die Wichtigkeit von Szenekenntnissen bei der Vermarktung von Produkten. »Das Feierabend-GA der SBB ist an sich eine tolle Sache. Nur der Ansatz, das

<sup>4</sup> vgl. SCHMIDT-FREITAG, W. (1996): Zielgruppe Jugendliche. Entwicklung und Umsetzung eines Marketing-Konzeptes. In: Der Nahverkehr 4/96, S. 14 - 20; vgl. NOBIS, Ch. (1998): Mobilitätsverhalten von Schülerinnen und Schülern. Eine empirische Untersuchung in den Städten Freiburg i. Br. und Schwerin, Diplomarbeit an der Universität Lüneburg, zitiert in: TULLY, C. (1998): Rot, cool und was unter der Haube. Jugendliche und ihr Verhältnis zu Auto und Umwelt, München, S. 93 f.

<sup>5</sup> SULZER, H. (1998). Die Jugendlichen sind die schwierigste Zielgruppe überhaupt. In: Marketing Journal 4/98, S. 246.

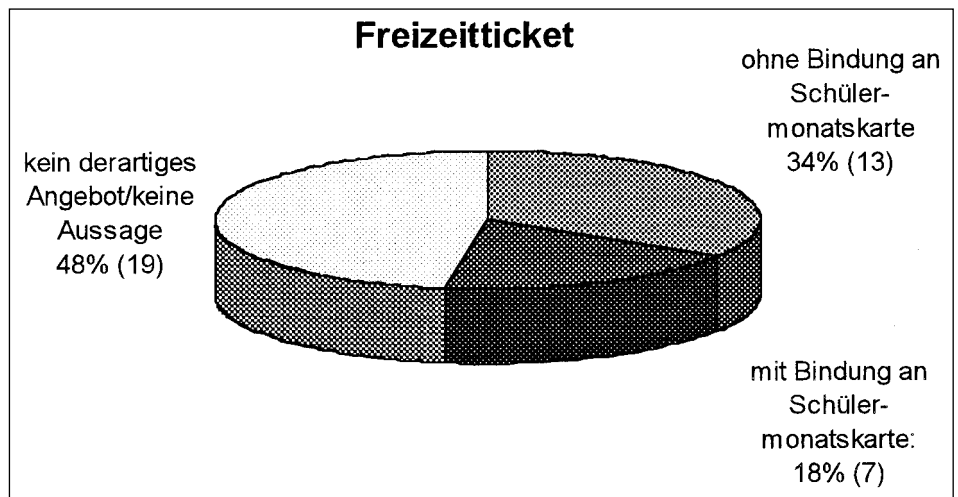


Ganze mit einer Raverin kommunizieren zu wollen, ist erfrischend weltfremd: Denn, wenn es bei den meisten Ravern erst richtig losgeht, ist der letzte Zug auf Gleis 7 schon längst abgefahren. Denn vor Mitternacht ist partymäßig tote Hose. Und wenn man am nächsten Morgen heim will. Pech gehabt. Das GA light gilt nicht mehr.«<sup>6</sup> Spätestens bei der Vermarktung von guten Angeboten empfiehlt sich also eine fundierte zielgruppenspezifische Strategie.

## Strategie/Marketing

Von den 39 befragten Verkehrsverbänden bejahten immerhin zwölf Verkehrsverbände ausdrücklich, eine Strategie für diese Altersgruppe zu besitzen. Allerdings werden nur in Einzelfällen konkrete Zielsetzungen formuliert (z. B. Verkehrsverbund Oberelbe (VVO), VRS, VRR, RMV). Besonders interessant ist die Herangehensweise des VVO, der mit Unterstützung eines Externen ein umfassendes Ziel- und Maßnahmenkonzept für Azubis und Schüler entwickelt hat: Dessen Bausteine reichen von der Sensibilisierung Jugendlicher für die Vorteile des Verkehrsverbundes und der Senkung der Abwanderungsquote sowie der Bindung der Führerscheinneulinge über die stärkere Nutzung im Freizeitverkehr bis hin zur besseren Ansprache junger Frauen. Ähnliches gilt für die o. g. Verbände. In

<sup>6</sup> SULZER, H., a. a. O., S. 248.



Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände, n=39

sieben Fällen wurde die Frage nach einer expliziten Strategie zwar nicht ausdrücklich mit 'ja' beantwortet, allerdings ließen Anzahl und Ausrichtung der zielgruppenspezifischen Maßnahmen den Schluss zu, dass ein zielgruppenspezifisches Marketing existiert. Elf Verbände verneinten die Existenz einer besonderen Strategie.

## Freizeitticket

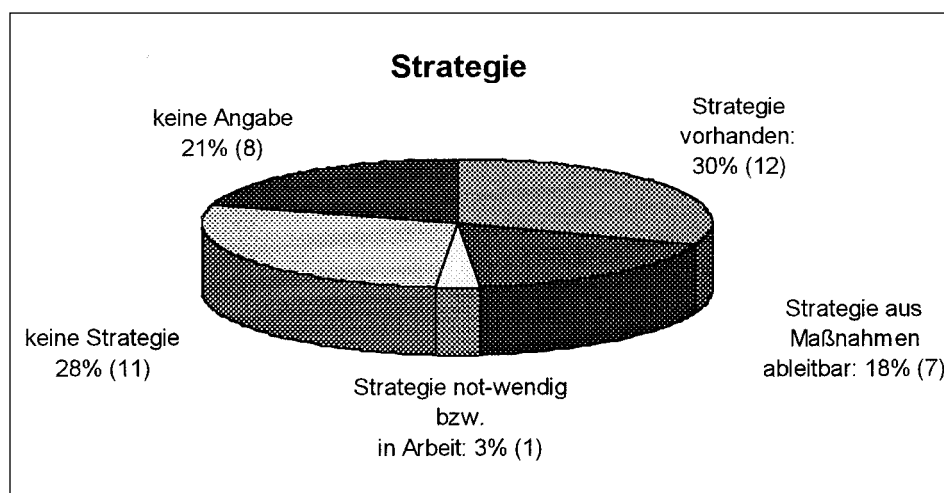
Die Freizeitangebote der Verkehrsverbände, die sich an Jugendliche richten, erstrecken sich im Schwerpunkt auf spezielle Tarifangebote (Sondertickets), die sich in ihrer Struktur u. a. auf Grund von gesetzlichen Bestimmungen zur Schülerbeförderung ähneln. Zwanzig Verbände führten ein Freizeitticket auf, das i. d. R. zur Benutzung aller Verkehrsmittel in den Nachmittags- und

Abendstunden sowie am Wochenende berechtigt. In 13 Fällen kann das Ticket ohne Bindung an eine Schülermonatskarte erworben werden, in sieben Fällen ist die Möglichkeit des Erwerbs an den Besitz einer Schülermonatskarte gebunden.

Deutliche Unterschiede bestehen allerdings in der Vermarktung dieser Angebote. Positiv hervorzuheben ist hier bspw. die Marketingstrategie des VRS für dessen »JuniorTicket«. Bevor der VRS das Ticket entwickelte, sind die speziellen Bedürfnisse und Anforderungen von Jugendlichen analysiert worden, insbesondere im Hinblick auf deren Preisakzeptanz. Im Anschluss wurde eine breit angelegte Marketingkampagne gestartet. Die Verkaufszahlen fielen denn auch weit höher aus als erwartet. Dies zeigt auch die ökonomische Bedeutung einer zielgruppenorientierten Vorgehensweise. Die hohen Investitionen in Analyse und Werbung konnten durch die erhöhten Einnahmen gerechtfertigt werden<sup>7</sup>. Eine solche zielgruppenorientierte Vorgehensweise zeigt auch die Werbung für das »MAXX Ticket« des Verkehrsverbundes Rhein-Neckar (VRN). Hier wird mit einer frechen Broschüre und einem Känguru als »Sympathieträger« geworben.

## Ferienticket

Ferientickets gehören mittlerweile zum Standardangebot der Verkehrsverbände.



Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände, n=39

<sup>7</sup> vgl. SCHMIDT-FREITAG, W. (1996), a. a. O.

Insgesamt 16 Verbände erwähnten die Existenz eines Ferientickets, in elf Fällen ist das Angebot ausdrücklich auf die Sommerferien beschränkt. Neben Angeboten, die sich auf das jeweilige Verbundgebiet erstrecken, gibt es Ferientickets (mindestens für die Sommerferien) inzwischen in sieben Bundesländern, darunter zwei Stadtstaaten (Baden-Württemberg, Brandenburg incl. Berlin, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein, Bremen, Hamburg), die i. d. R. zur Benutzung aller Verkehrsmittel im gesamten Bundesland berechtigen. In Mecklenburg-Vorpommern ist ein landesweites Angebot in Vorbereitung.<sup>8</sup> In Nordrhein-Westfalen wurde dieses Angebot im letzten Jahr erstmals auf die Herbst- und Winterferien ausgedehnt; auch in Brandenburg/Berlin gilt das Ticket in den Herbstferien, allerdings jeweils nur in den Nahverkehrszügen. Alle diesen Ländern angehörige Verbände vertreiben also dieses Ticket. Mitunter könnte die Zahl der tatsächlichen Angebote für ein Ferienticket noch höher sein, da 23 Verbände dazu keine Angabe machten. Ob diese Aussage dahingehend zu interpretieren ist, dass de facto kein Angebot vorhanden ist oder ob die Verbände eine solche Offerte nicht für erwähnenswert erachten, da es sich nicht um »ihr« originäres Produkt, sondern um ein landesweit vertriebenes handelt, bleibt unklar.

Ein besonders interessantes Beispiel für eine gelungene Marketingstrategie in puncto Ferienticket gibt der o. g. Wettbewerb des VCD. Als Gemeinschaftsprodukt der örtlichen Gebietskörperschaften und der regionalen Verkehrsunternehmen wurde im Raum Rudolfstadt an Stelle eines Tickets eine übertragbare »Sommer-Sonnen-Ferien-Uhr« ausgegeben. Wer die Uhren der letzten vier Jahre vorlegen kann, erhält die aktuelle Uhr gratis. Die Teilnehmer (Omnibusverkehr Saale-Rudolfstadt GmbH u.a.) wurden mit diesem Angebot Sieger in der Kategorie »Kinder und Jugendliche«<sup>9</sup>.

## Nachtangebote

Das Angebot von Nachtlinien und/oder Discobussen ist inzwischen ausgesprochen umfangreich. In 20 Verbundregionen werden diese Angebote (gelegentlich in Kooperation mit lokalen Veranstaltern/Discotheken) von verbundangehörigen Verkehrsunternehmen bereitgestellt. Vermutlich liegt die tatsächliche Zahl der Nachtangebote höher, da es einige Verbände möglicherweise als Standardangebot werten und deshalb die Nachtverkehre nicht extra erwähnen. So stellen ENGEL et al. (1999) fest, dass 71 von 100 befragten Verkehrsunternehmen ein spezielles Nachtangebot besitzen.<sup>10</sup> Neben der Einrichtung »nackter« Discobuslinien oder Nachtlinien gibt es in einigen Regionen interessante Zusatzreize zur Nutzung des Angebotes wie (Getränke-) Gutscheine (RMV, Verkehrsgemeinschaft Landkreis Aurich) und/oder ermäßigten Eintritt bei den Discotheken (Verkehrsverbund Gießen).

Interessante Beispiele in diesem Segment lieferte auch der o.g. VCD-Wettbewerb »Königliche Verhältnisse in Bus und Bahn«. In der Kategorie »Kinder und Jugendliche« waren neun von insgesamt 23 eingereichten Projekten erfolgreich implementierte freizeitorientierte Nachtangebote, darunter neben Discobussen auch interessante Tarifangebote wie das Jugend-Nacht-Taxi im Kreis Nordfriesland, das Schüler/innen und Student/inn/en in den Nachtstunden die Fahrt zum halben Fahrpreis ermöglicht. Ein ähnliches Angebot – Nachttaxi für Azubis, Schüler/innen und Studierende – macht die Würzburger Straßenbahn. Insbesondere beim Marketing zeigten die Teilnehmer des Wettbewerbs Ideenreichtum: Von aufwändigen Öffentlichkeitskampagnen mit Postern in Jugendzentren/Disco/Gaststätten, Nachtfahrplänen, Info-Hotlines, Kino- und Radiospots, Video-Animationen und Postkarten über günstige Tarife und Verzehrbons bei Vorlage des Tickets bis hin zu HeimCare-

Paketen, die ein Kondom, Traubenzucker, Multivitaminpulver und einen Fahrplan der Düsseldorfer Rheinbahn enthalten, reicht die Palette der Werbemaßnahmen.

## Sonstige freizeitorientierte Angebote und Dienstleistungen

Neben diesen »Standardangeboten« werden gelegentlich Zusatzverkehre zu Großveranstaltungen oder Freizeiteinrichtungen – beispielsweise Konzertbusse zu Rockkonzerten (Zweckverband Amberg-Sulzbach), Zusatzverkehre zu einer Eissporthalle (Stadtwerke Aschaffenburg), Sonderfahrten zu Festivals (Verkehrsverbund Gießen) – genannt. Auch besondere Tarifangebote wie z. B. das »No Limit Ticket« zur Love Parade mit fluoreszierendem VIP-Armband als Ticket und Beigabe eines Kondoms (Berliner Verkehrsbetriebe), Gratisfahrtscheine für Großveranstaltungen (Magdeburger Verkehrsbetriebe) oder Jugendpässe, die ähnlich der BahnCard 50% Ermäßigung auf alle Tickets und/oder Vergünstigungen bei Freizeiteinrichtungen gewähren (RMV, Münchener Verkehrs- und Tarifverbund, Würzburger Straßenbahn), finden sich in der Palette der freizeitorientierten Angebote. Darüber hinaus werben einige Verbände mit speziellen Informationsangeboten um die Gunst jugendlicher Fahrgäste. Hervorzuheben ist hier bspw. der Nightlinesurfer der Berliner Verkehrsbetriebe – ein Magazin, das über die »Geheimtips der Szene« informiert und Infos über Lokalitäten und Discos mit Hinweisen über deren Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln verbindet.

## Produktunabhängige Maßnahmen

Produktunabhängig machen einige Verbände und Betriebe mit Kinospots (z. B. in Magdeburg), mit der Verteilung von Postkarten, von Kondomen (»Nur der Bus kommt öfter« – Verkehrsbetriebe des Kreises Schleswig-Flensburg) und der Präsenz auf Veranstaltungen (z. B. auf der Jugendmesse YOU) sowie einer »jugendspezifischen Lackierung« von Bussen (RMV) auf sich aufmerksam.

<sup>8</sup> Internet-Recherche, Suchbegriff »Ferienticket«, Juli 1999.

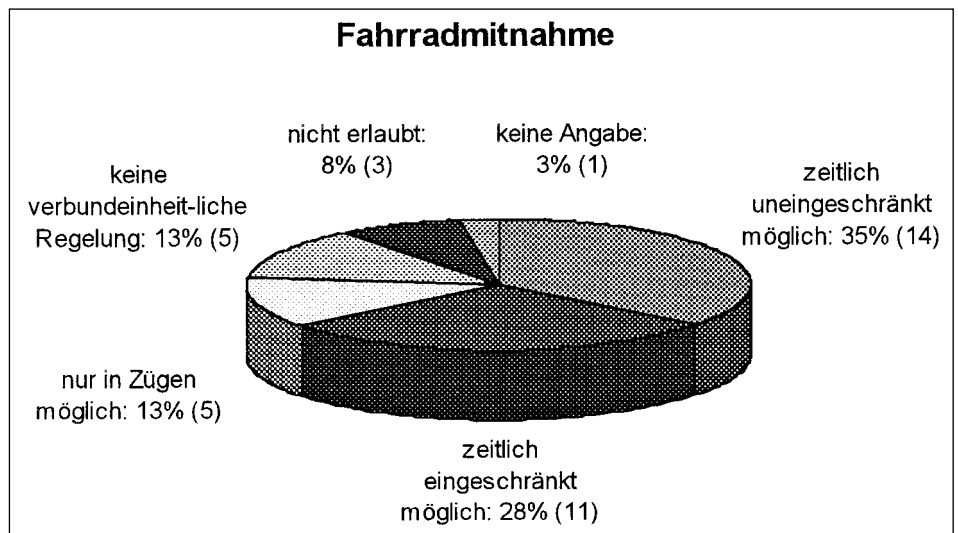
<sup>9</sup> vgl. VCD (1998), a. a. O.

<sup>10</sup> ENGEL, I./KURT, F./LUFT, St. (1999): Die Chancen des ÖPNV im Freizeitverkehr. Ergebnisse einer Umfrage zum Nachtverkehr in deutschen Städten, Lübeck.

Auch die Zusammenarbeit mit Schulen im Bereich Verkehrserziehung gestaltet sich vielfältig. Diverse Busschulen (z. B. Autokraft Kiel), Verteilung von Info-Material und Stundenplänen, regelmäßiger Gedankenaustausch (BVG), Tourentips für Klassenfahrten (VRR, Verkehrsverbund Großraum Nürnberg), Schülerjahresplaner mit Kino-Events (Würzburg), Annoncen in Schülerzeitungen (VRR) sowie Mobilitätsberatung an Schulen (Leipziger Verkehrsbetriebe) und Praxistage (BVG) gehören zum Repertoire der befragten Verbände und Unternehmen. Allerdings werden überwiegend jüngere Schüler/innen angesprochen und ÖPNV-nahe Themen wie Sicherheit und Vandalismus behandelt. In diesem Zusammenhang sind auch die ÖPNV-Ralleys interessant, die die Kids auf spielerische Art mit dem ÖPNV vertraut machen (z. B. Metropoly/Großraumverkehr Hannover, Wo ist der Fuchs? /VRR). Verkehrsmittelübergreifende Unterrichtsinhalte auch für ältere Jugendliche findet man nur vereinzelt, und zwar insbesondere bei den größeren Verbänden (VRR, HVV, GVH, RMV).

### Verknüpfung verschiedener Verkehrsmittel: Mitnahme von Fahrrädern und Inline-Skates

Verkehrsmittelübergreifende Angebote sind zentraler Bestandteil eines multimodalen Ansatzes. Systemverknüpfung und Integration sind die aktuellen Schlagworte dieser Entwicklung. Dabei geht es sowohl um die Verknüpfung der verschiedenen öffentlichen Verkehrsmittel untereinander als auch um die Verknüpfung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes insgesamt. Fahrräder und Inline-Skates gehören zu den Verkehrsmitteln, die insbesondere für junge Leute einen hohen Stellenwert besitzen. Dies wird an diversen Verkaufstatistiken und Umfragen deutlich, ermöglichen doch beide Verkehrsmittel die individuelle, Fahrplan- und Auto-besitz-unabhängige Fortbewegung<sup>11</sup>. Häufig dienen sie als Medium für den Vor- bzw. Nachtransport zu bzw. ab den



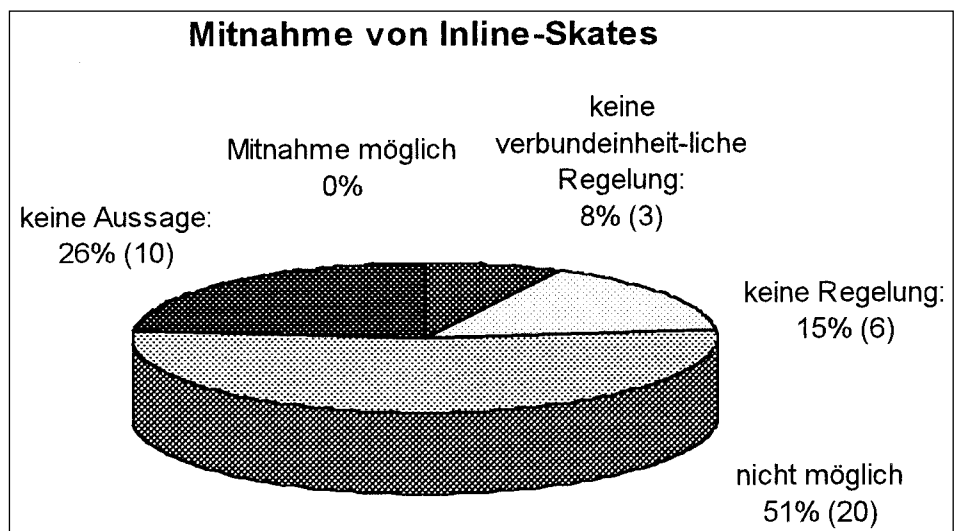
Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände, n=39

Haltepunkten des öffentlichen Verkehrs. Im klassischen Sinn umfasst der Umweltverbund Fuß, Rad und öffentlichen Verkehr. Im Zuge der Diskussion um systemübergreifende Alternativen zum alleinigen Gebrauch des privaten Pkw wird diese klassische Abgrenzung aufgeweicht. Car-Sharing, Inline-Skates und Taxis finden vermehrt Berücksichtigung bei der Konzeption integrierter Angebote: So erwähnten immerhin elf Verbände, dass es in ihrem Verbundgebiet einen Taxiruf gibt. Zwölf Verbände gaben an, dass im Verbundgebiet mit Car-Sharing-Organisationen zusammengearbeitet wird, in drei weiteren ist die Zusammenarbeit in Vorbereitung. Einen genaueren Einblick, wie weit die Kooperationen zwischen ÖV und Car-Sharing gediehen ist, wird sich nach der

Gesamtauswertung eines laufenden Car-Sharing-Befragung, die den Zusatznutzen für CarSharing-Mitglieder recherchiert, genauer beschreiben lassen.

Die Fahrradmitnahme ist in den meisten Verkehrsverbänden grundsätzlich möglich, wenn auch in den meisten Fällen zeitlich eingeschränkt und häufig kostenpflichtig. Interessant sind in diesem Zusammenhang die Angebote des Regensburger Verkehrsverbundes und der Südbadenbus GmbH, die auf einigen Linien, die umliegende Freizeitziele anfahren, Fahrradanhänger mitführen.

Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel auf Inline-Skates wird hingegen in mehr als 50 % der Verbände auf Grund



Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher Verkehrsverbände, n=39

<sup>11</sup> vgl. BÄUMER (1999): Inline-Skates im Straßenverkehr. Unveröffentlichtes Manuskript, Dortmund.

von Sicherheitsbedenken ausdrücklich verboten, andere Verbände haben diesbezüglich keine Regelungen. Das Verbot scheint zwar nachvollziehbar, ist aber angesichts des Bedeutungszuwachses des Skatens nicht gerade ein kreativer Umgang mit dem Sicherheitsproblem. Schienen, die über die Rollen gestülpt werden und die Standfestigkeit erhöhen, wären bspw. ein pfiffiges Werbegeschenk, die Verlosung von abschallbaren Skates oder gemeinsame Werbung mit den Herstellern dieser Produkte sind weitere denkbare Initiativen.

### Präsenz im Internet

In Ergänzung der Erhebung jugendspezifischer Mobilitätsdienstleistungen wurde eine Recherche der Internet-Präsenz deutscher Verkehrsverbände und -unternehmen im Hinblick auf die Zielgruppe ‚Jugendliche‘ durchgeführt. Als Grundlage dienten die auf der Internetseite des VDV aufgelisteten Verknüpfungen zu den Seiten der Verkehrsbetriebe. Diese Anbieterseiten wurden hierzu nach Präsentationen durchsucht, die durch Sprache, Aufmachung oder sonstige besondere Angebote erkennbar an Jugendliche gerichtet sind.

Derzeit präsentieren sich dort 91 deutsche Unternehmen und Verbände des öffentlichen Personennahverkehrs im Internet. Die Facette der Angebote reicht von einfachen Seiten mit elementaren Informationen (wie z. B. Adressen und Telefonnummern) über detaillierte Darstellungen der gesamten Dienstleistungspalette bis hin zu elektronischen Fahrplanauskunftssystemen, Gewinnspielen, Download-Bereichen, Bestellmöglichkeiten, Ausflugsstipps und anderen Serviceleistungen. Des Öfteren können Fahrpläne, Linien- oder Nachtbusnetzpläne heruntergeladen werden.

Die Art der Gesamtdarstellung und -aufmachung der Internetauftritte variieren erheblich. Hier gibt es teilweise Präsentationen, die durch Grafik und Motive mit integrierten Pop-Up-Menüs (z. B. [www.hvv.de](http://www.hvv.de)) oder Animationen (z. B. [www.saarbahn.de](http://www.saarbahn.de)) besonders kreativ und gerade für junge Leute anspre-

chend ausgestaltet sind. Insgesamt gibt es nur relativ wenige Internetseiten, mit denen Jugendliche ganz speziell angesprochen werden. Vielmehr beschränkt sich die Darstellung meist auf eher sachliche Informationen, wie beispielsweise bei Jugendtarifen. Ähnlich ist es bei Informationen über Nachtbuslinien und Ausflugsstipps, die vermutlich vor allem junge Leute ansprechen sollen, aber bezüglich der Aufmachung den anderen Internetseiten des Anbieters gleichen. Gerade bei den Ausflugsstipps gibt es teilweise sehr differenzierte und ausführliche Darstellungen, bis hin zu »Ausflugsnavigatoren« mit Landkarten von Verkehrsverbänden, auf denen Freizeiteinrichtungen angeklickt werden können. In einem Fall werden z. B. Erlebnistouren entlang von Stadtbahnlinien dargestellt, die den Charakter eines Reiseführers haben. Mittels einer Visualisierungssoftware (sog. QuickTime Virtual Reality) und an Haltestellen angebrachten Online-Kameras kann man sich einen Rundumblick verschaffen ([home.uestra.de/uestra](http://home.uestra.de/uestra)). Bei einigen Unternehmen sind des Öfteren auch Links von der Homepage zu Stadtseiten, örtlichen Veranstaltungskalendern o. ä. vorhanden, allerdings meistens ohne Hinweise über die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln (Linienangaben etc.). Meist ist noch ein eigenständiges Recherchieren von An- und Abreise per ÖV erforderlich. Außergewöhnlich, wenn auch nicht direkt zielgruppenspezifisch, ist das virtuelle Kundencenter der Dortmunder Stadtwerke, das als interaktives dreidimensionales Videospiel konzipiert ist und alle Informationen, die es auch in einem realen Kundencenter gibt, enthält. Allerdings muss man sich dafür durch einen imaginären Raum bewegen ([www.dsw.de](http://www.dsw.de)).

Insgesamt fielen vier Verkehrsverbände und ebenso vier Verkehrsunternehmen durch besondere, speziell an Jugendliche gerichtete Präsentationen und Aktionen auf:

- Der Hamburger Verkehrsverbund hat unter dem Slogan »Der Rythmus der Stadt« einen Wettbewerb mit jungen Künstlern durchgeführt, bei dem der

Titel möglichst frei interpretiert werden sollte. Die besten Bilder werden im Internet präsentiert ([www.hvv.de](http://www.hvv.de)).

- Der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund bietet gleich neben dem Nachtlinienplan eine Karte »Club Guide München« an, auf der 21 Locations eingezeichnet sind ([www.mvv-muenchen.de](http://www.mvv-muenchen.de)).
- Der Rhein-Main-Verkehrsverbund präsentiert auf seinen Internetseiten eine Vielzahl von Ausflugsstipps für unterschiedliche Zielgruppen. Unter der Rubrik Xtratour Ferienziele '99 wird eine Karte mit fünfzig unterschiedlichen Zielen für Kinder und junge Leute angeboten. Außerdem gibt es ein Gewinnspiel für Kinder, die drei Eintrittskarten von Einrichtungen aus dem Programm der Ferienziele einschicken. Des Weiteren sind unter den allgemeinen Ausflugszielen Rubriken wie Freizeit- und Erlebnisparks, Theater für Kinder, Touren für technikbegeisterte Kids, Zeitreisen für Kinder. Gleichzeitig werden zu den einzelnen Zielen günstige (Kombi-)Ticketangebote vorgestellt. Die mögliche Anreise per ÖV muss aber noch über die Fahrplanauskunft extra recherchiert werden ([www.rmv.de](http://www.rmv.de)).
- Der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr präsentiert auf seinen Websites jugendspezifisch gestaltete Informationen zu der Monatskarte »YoungTicket« ([www.vrr.de](http://www.vrr.de)).
- Die Berliner Verkehrsbetriebe bieten jugendspezifisch gestaltete Informationen zum »No-Limit-Ticket« an, welches während der Love Parade Gültigkeit hat ([www.bvg.de](http://www.bvg.de)).
- Auf der Website der Deutschen Bahn gibt es ein InterRail-Gewinnspiel, bei dem drei Fragen beantwortet werden müssen. Zu gewinnen gibt es InterRail-Tickets und Rucksäcke. Desweiteren wird auf der Website das Comic-Strip-Computerspiel »Rail On!« beworben, welches für 15 DM online bestellt werden kann ([www.bahn.de](http://www.bahn.de)).
- Die Essener Verkehrsbetriebe (EVAG) bieten für Jugendliche einen eigenen Bereich (»Fahr!«) auf ihren Internetseiten an. Kern der Seiten ist eine Karte mit Freizeitzielen in Essen und

Umgebung mitsamt ihrer ÖV-Erreichbarkeit sowie einer Verbindung zum persönlichen Fahrplan. Durch die Kooperation mit einer Essener Diskothek können sich Jugendliche über einen Fahr!-Eintrag in die Gästeliste kostenlosen Eintritt verschaffen. Außerdem wird über die Möglichkeit der Buspatenschaften für die Klassenstufen 5-7 informiert. Daneben gibt es noch eine Seite, auf der man seine eigenen ÖPNV-Geschichten erzählen kann, und einen »Young-Shop« mit Bestellmöglichkeit. Die Fahr!-Seiten sind Bestandteil des EU-Projektes PRO-SITrans (1998-1999), an welchem die EVAG gemeinsam mit dem ILS als deutscher Partner teilnimmt ([www.evag.de](http://www.evag.de)).

- Die Hannoverschen Verkehrsbetriebe üstra stellen zwei Aktionen umfassend und multimedial auf ihren Internetseiten vor. Im »Urban Art Projekt« wurde eine U-Bahn-Station in Hannover gemeinsam von New Yorker und Hannoveraner Graffitikünstlern gestaltet. Im »Missing things«-Wettbewerb wurden Design-Studenten aufgefordert, Produkte rund um den ÖPNV zu entwerfen. Da allerdings diese beiden Projekte in den Jahren '95 und '96 stattfanden, sind sie mittlerweile nur noch unter der Rubrik Chronik und damit relativ schwer zu finden ([home.uestra.de/uestra](http://home.uestra.de/uestra)).

Trotz dieser Auflistung bleibt festzuhalten, dass nur ein kleiner Teil der im Internet vertretenen Verkehrsverbände und -betriebe sich mit ihren Präsentationen speziell an Jugendliche richtet. Das Profil der Internetnutzer, die überdurchschnittlich jung sind, bleibt in den Angeboten der Verkehrsunternehmen häufig unberücksichtigt – auch wenn die Seiten mit Grafiken, Bildern, bunten Buttons und pfiffigen Layouts in Kombination mit vergleichsweise »junger Sprache« gestaltet sind. Dadurch sind die Internetseiten der Verkehrsanbieter zwar ein Informationsforum, das auf Grund seiner visuellen Möglichkeiten auch ohne gezielte Präsentation und Aufbereitung vor allem Jüngere ansprechen dürfte; die Fokussierung auf eine spezifische Zielgruppe unter den Online-Surfern – nämlich Jugendliche –

unterbleibt jedoch in der Regel. Die Möglichkeit, Jugendliche mit einem Medium, das im Trend liegt, für den ÖPNV zu interessieren, wird damit nur unzureichend genutzt.

### Fazit

Jugendliche und junge Erwachsene werden von mehr als der Hälfte der befragten Anbieter öffentlicher Mobilitätsdienstleistungen – in erster Linie von bereits länger existierenden Verbänden in Ballungsräumen – als wichtige Kundengruppe wahrgenommen und insgesamt über viele verschiedene Produkte und Kampagnen angesprochen. Zu den Standardangeboten zählen insbesondere Freizeit- und Ferientickets. Explizit formulierte Strategien oder unkonventionelle und offensive Vermarktungskampagnen sind aber auch hier nur vereinzelt zu finden. Insbesondere im ländlichen Raum liegt selten eine ausdrücklich formulierte Strategie vor; das Angebot reduziert sich i. d. R. auf Standardtickets ohne besonderes zielgruppenorientiertes Marketing. Allerdings finden sich hier häufig Nachtangebote wie Discobuslinien, die auf die Besonderheiten der Freizeitinfrastruktur im ländlichen Raum abgestimmt sind.

Im Hinblick auf die Verknüpfung von verschiedenen Verkehrsmitteln entsteht ein differenziertes Bild. Während die Mitnahme von Fahrrädern überwiegend akzeptiert wird, sind Inline-Skater i. d. R. verboten. Dieses bei Jugendlichen sehr populäre Fortbewegungsmittel wird eher ignoriert; die Chancen, das Image öffentlicher Verkehrsmittel bei dieser Zielgruppe durch die Integration von Inlinern zu verbessern, werden gegenwärtig noch nicht ausreichend wahrgenommen, ebenso wie auch das Internet noch nicht als Kommunikationsmedium zur Ansprache von Jugendlichen verstanden wird.

Insgesamt ist allerdings zu berücksichtigen, dass einige Verbundgründungen gerade erst abgeschlossen wurden (s.o.) und dabei die Integration der unterschiedlichen Tarife im Vordergrund stand bzw. steht. Zielgruppenspezifische Produktentwicklungen bzw. Mar-

ketingmaßnahmen können vor diesem Hintergrund auf der Ebene der Verbände also (noch) nicht überall erwartet werden. Um sich ein umfassendes Bild über spezielle Marketingkampagnen und zielgruppenspezifische Aktivitäten im öffentlichen Verkehr zu machen, wäre es daher interessant, die Recherche auf die Ebene der größeren (kommunalen) Verkehrsbetriebe auszuweiten, die neben der Entwicklung von speziellen Tarifangeboten, die den Verbänden vorbehalten ist, eigene Strategien verfolgen.

## 2. Befragung bundesdeutscher Car-Sharing-Organisationen

### 2.1 Untersuchungsgegenstand, Methode

Der Erwerb des Führerscheins gehört heutzutage (ebenso wie der Beginn einer Berufsausbildung oder eines Studiums) zum Eintritt in das Erwachsenenalter. Junge Erwachsene erleben die Möglichkeit der motorisierten Fortbewegung als ein zentrales Element bei der Ablösung vom Elternhaus. Um junge Verkehrsteilnehmer/innen dazu zu gewinnen, langfristig umweltfreundliche Verkehrsmittel zu wählen, sind Konzepte gefragt, die das Bedürfnis nach neuen Er-«fahrten» (im Wortsinne) befriedigen und den Gebrauch des Autos integrieren. Das Konzept des Car-Sharing kann dazu einen Beitrag leisten. Car-Sharing für junge Erwachsene könnte sich allerdings als ein sog. »hochschwelliges« Angebot darstellen, da damit zu rechnen ist, dass Car-Sharing-Organisationen die Gruppe der Führerscheinneulinge, anstatt sie offensiv zu bewerben, mit einer gewissen Vorsicht und Zurückhaltung betrachten und ihr erhöhtes Unfallrisiko durch

<sup>12</sup> vgl. z.B. ZENTRALE POLIZEILICHE DIENSTE (Hrsg.) (1998): Verkehrsstatistik der Polizei Nordrhein-Westfalen, ohne Ort; BAST (Hrsg.) (1996): Verkehrsunfallrisiko in Deutschland. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Mensch und Sicherheit, Heft M 58, Bergisch Gladbach, S. 35 f.; STATISTISCHES BUNDESAMT (1999) (Hrsg.): Verkehrsunfälle Januar 1999. Verkehr, Fachserie 8, Reihe 7, Heft Juni, Stuttgart, S. 24 ff.

**Auszug aus dem Fragebogen zur Befragung bundesdeutscher Car-Sharing-Organisationen:**

12. Müssen Neukunden über einen längeren Zeitraum im Besitz einer Fahrerlaubnis sein, um Teilnehmer Ihrer CS-O werden zu können?  
 ja, und zwar mindestens ..... Monate   
 nein

13. Ab welchem Alter ist bei Ihrer Organisation die CS-Nutzung möglich?  
 ab 18 Jahre   
 erst später und zwar mit ..... Jahren

14. Müssen Führerscheinneulinge einen anderen Kautionsbetrag hinterlegen als "Normalkunden"?  
 ja   
 nein  wenn NEIN, weiter mit Frage 15

14a. Die Kaution für Führerscheinneulinge ist im Verhältnis zur normalen Kaution  
 höher   
 geringer

15. Gilt für Führerscheinneulinge ein spezieller Tarif?  
 ja   
 nein  wenn NEIN, weiter mit Frage 16

15a. Der Tarif für Führerscheinneulinge ist im Vergleich zu dem normalen Tarif  
 höher   
 geringer

15b. Wie lange gilt der gesonderte Tarif für Führerscheinneulinge?  
 bis ..... Monate nach Führerscheinwerb   
 nach Eintritt in die CSO   
 bis zu einem Alter von ..... Jahren

16. Haben Führerscheinneulinge eine höhere Eigenbeteiligung im Schadensfall zu tragen?  
 ja   
 nein  wenn NEIN, weiter mit Frage 17

In fast 2/3 aller Organisationen sind schätzungsweise weniger als 10 % der Mitglieder aus der Altersgruppe der 18- bis 26-Jährigen.

In wenigen Fällen gibt es ein besonderes Marketing bzw. eine ausdrückliche Strategie für die Altersgruppe. 91% der befragten Organisationen gaben explizit an, keine besondere Marketingstrategie für diese Zielgruppe zu verfolgen, weitere 3% machten keine Angaben – nur bei 6% der Car-Sharing-Organisationen wurden also junge Erwachsene als eine zu bewerbende Kundengruppe wahrgenommen. Diese Ergebnisse spiegeln sich auch in den Details Aussagen über zielgruppenspezifische Angebote wieder. Die Mehrzahl der Car-Sharing-Organisationen (86%) kann keine besonderen Angebote für junge Erwachsene offerieren, nur 9% der Organisation bieten solche an. Das Spektrum reicht dabei von günstigen Studententartifen und der Ausleihe von Transportern an Student/inn/en auch ohne deren Mitgliedschaft über die Auslage von Informationsmaterialien in Schulen und Fahrschulen oder Annoncen in Szene-Zeitschriften bis hin zum Angebot eines Sicherheitstrainings bei Eintritt in die Car-Sharing Organisation.

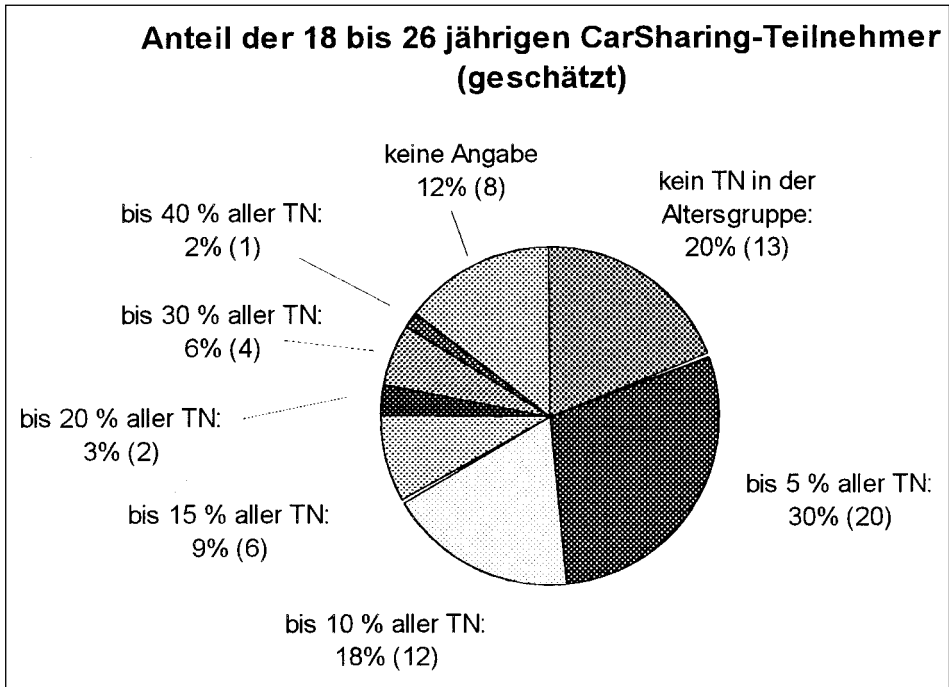
In einigen Fällen können die Aufnahmebedingungen der Organisationen ein

Auflagen absichern <sup>12</sup>. Zusätzlich zur Recherche spezieller Strategien, Marketingkonzepte und Konditionen für die Gruppe der 18- bis 26-Jährigen wurde auch diese Hypothese überprüft. Ein Ausschnitt des dazu verwandten Instruments ist auf dieser Seite dargestellt.

**2.2 Ergebnisse**

Trotz des spürbaren Interesses am Thema Car-Sharing sind junge Erwachsene als Mitglieder von Car-Sharing-Organisationen unterrepräsentiert.

Die Auswahl der Organisationen beruhte auf einer Liste des VCD. Insgesamt konnten 66 Fragebögen hinsichtlich der altersgruppenrelevanten Fragestellungen ausgewertet werden. Unberücksichtigt blieben die Angebote der »klassischen« Autovermietungen, die immer weiter auf den Car-Sharing-Markt drängen, sodass eine Grenze zwischen Automieten und Autoteilen immer schwerer zu ziehen ist. Ebenfalls unberücksichtigt sind die Car-Sharing-Angebote von Verkehrsbetrieben (Wuppertaler Stadtwerke AG, Stadtwerke Wiesbaden). Dass weiterer Forschungsbedarf bezüglich der Zielgruppe »junge Erwachsene« besteht, wird z. B. an der Initiative der Stadtwerke Wiesbaden deutlich, die eine Jugendkampagne planen, deren Kernstück ein CarPool darstellt.



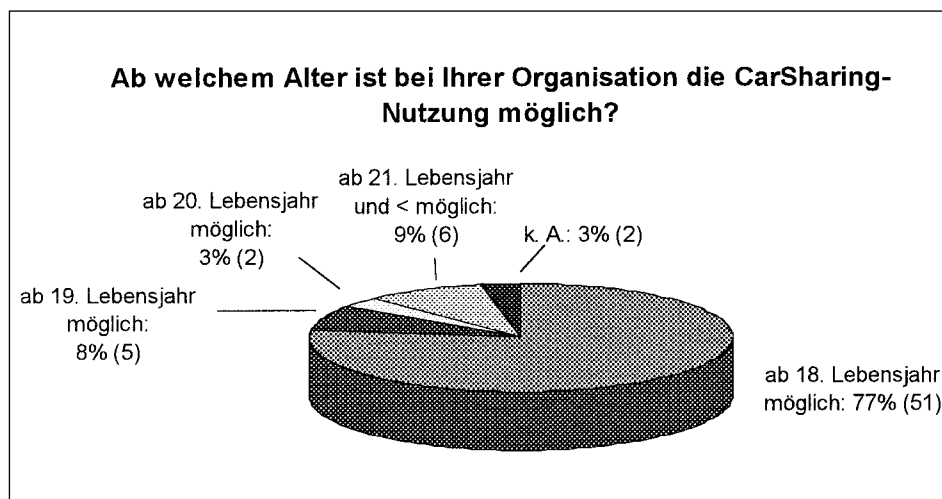
Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher CarSharing-Organisationen, n=66

Grund für die geringe Teilnehmerzahl beim Car-Sharing darstellen, weil die Führerscheinneulinge (ähnlich wie bei den Versicherungen) als Risikogruppe gelten. Damit wird auch häufig die Zurückhaltung bei der Ansprache dieser Altersgruppe begründet.

So ist in immerhin 23% der Fälle eine Mitgliedschaft direkt nach dem Führerscheinwerb nicht möglich; nur 3% der Organisationen verlangen eine höhere Kautions. 2% wenden auf Führerscheinneulinge einen speziellen – i.d.R. teureren – Tarif an; 12% der Befragten verlangen im Schadensfall eine höhere Selbstbeteiligung. Im Vergleich zu konventionellen Fahrzeugversicherungen sind diese Regelungen allerdings eher moderat, sodass hierin keine zusätzliche Hemmschwelle beim Eintritt in eine Car-Sharing-Organisation zu vermuten ist.

### Fazit

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass bei den Car-Sharing-Organisationen nur in Ausnahmefällen Interesse besteht, an die Gruppe der Führerscheinneulinge offensiv heranzutreten, um sie als Neu-



Quelle: ILS, Befragung bundesdeutscher CarSharing-Organisationen, n=66

kund/inn/en für das Angebot Car-Sharing und damit i. d. R. auch für den Umweltverbund zu gewinnen. Ausnahme sind die vereinzelt Angebote für Studierende, wodurch allerdings nur ein Teil dieser Altersgruppe angesprochen wird. Die Zurückhaltung scheint angesichts des erhöhten Unfallrisikos junger Fahrerinnen und Fahrer verständlich. Allerdings sind die Sonderbedingungen für junge Fahrerinnen und Fahrer nicht so gestaltet, dass von einer aktiven Zugangsbeschränkung durch die Organisationen gesprochen werden könnte.

Vergleicht man deren Aufnahmebedingungen mit denen der Versicherungen, so sollten Car-Sharing-Organisationen von jungen Erwachsenen eigentlich überrannt werden. Der geringe Anteil beim Car-Sharing lässt sich vermutlich also nicht auf die jeweiligen Geschäftsbedingungen zurückführen. Vielmehr zeigt sich noch einmal die Notwendigkeit einer Werbestrategie, die sich explizit an diese Zielgruppe richtet, damit das vorhandene Interesse in praktiziertem Car-Sharing mündet.

# bersicht der ber cksichtigten Verkehrsverb nde,- gemeinschaften u.- betriebe

Stand: Juli 1999



**Bearbeitung und Kartographie:**  
 Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
 des Landes Nordrhein-Westfalen

- Verkehrsverb nde**
- Verkehrsverb nde und -gemeinschaften
  - Verkehrsbetriebe





# bersicht der befragten CarSharing - Organisationen

Stand: Juli 1999



### CarSharing-Organisationen

- Erfasst (Fragebogen ausgefüllt)
- ⊗ Nicht geantwortet
- Nicht mehr existent

**Bearbeitung und Kartographie:**  
 Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung  
 des Landes Nordrhein-Westfalen



# Anhang

## Bisherige Arbeiten der Antragsteller

Bäumer, D. (1995): Eine Woche im Arbeitsleben der Mobilitätsberaterin von MOVE! in Duisburg-Ruhrort. Einblicke in Höhen und Tiefen der praktischen Arbeit vor Ort. In: *mobilité* (Hrsg.): *Mobilitätsberatung – Erfahrungen und Perspektiven*. Dokumentation zur Fachtagung in Frankfurt am Main am 12./13.06.1995, S. 5-11.

Bäumer, D. (1997): Duisburg MOVE! – Mobilitätsberatung in kommunaler Trägerschaft. In: Stadt Münster (Hrsg.): *mensch.mobil*. Forum für humane Mobilität. Kongreßdokumentation, Beiträge zur Stadtforschung, Abt. Stadtentwicklung / Stadtplanung, Münster.

Bäumer, D./Löchl M./Rabe, S. (1999): Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche und junge Erwachsene. Monatsberichte des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Nr. 3, Dortmund.

Bäumer, D./Müller, G./Reutter, U. (1999): Mobilität organisieren! Anforderungen an die Integration von Mobilitätsmanagement in Verkehrspolitik und -planung. In: *Verkehrszeichen*, Nr. 4, Mühlheim a. d. Ruhr.

Beckmann, J./Klewe, H. (1998): Intermodal und multimobil. Theoretische Überlegungen zum Mobilitätsmanagement. In: *Verkehrszeichen*, Nr. 1, Mühlheim a. d. Ruhr.

Beckmann, J./Meyer, B./Rabe S. (1998): Integrierte Mobilitätsdienstleistungen. Monatsberichte des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Nr.1, Dortmund.

Hunecke, M. (1997): Mobilitätsverhalten im Spannungsfeld subjektiver Präferenzen und alltagsorganisatorischer Zwänge. In: Henning, K./Olbertz, E. (Hrsg.): *Mobilität und Telekommunikation*. Augustinus Verlag, Aachen, S. 33-42.

Hunecke, M. (1997): Nachhaltige Entwicklungen in der Personenmobilität. Eine Bewertung der Umsetzbarkeit von fünf Leitbildern für eine ökologisch nachhaltige Personenmobilität auf der Basis empirischer Erkenntnisse aus der sozial- und verhaltenswissenschaftlichen Verkehrsforschung. Werkstattbericht des Sekretariats für Zukunftsforschung, Nr. 19, Gelsenkirchen.

Hunecke, M. (1998): Ökologische Verantwortung und Lebensstile als Prädiktoren für Umweltverhalten. In: Schupp, J./Wagner G., (Hrsg.): *Umwelt und empirische Sozialforschung*. Duncker & Humblot, Berlin, S. 101-120.

Hunecke, M./Matthies, E./Blöbaum, A./Höger, R. (1999): Die Umsetzung einer persönlichen Norm in umweltverantwortliches Handeln. Ansätze zur Reduktion des motorisierten Individualverkehrs in einer Kleinstadt. *Umweltpsychologie* 3, 2, S. 22-34.

Hunecke, M./Sibum, D. (1997): Chancen zur Reduktion individueller Automobilität. Beiträge aus sozial- und verhaltenswissenschaftlicher Perspektive. In: Gaßner, R./Nolte, R./Kreibich, R. (Hrsg.): *Zukunftsfähiger Verkehr*. Beltz, Weinheim, S. 39-73.

Pilz, C. (1993): Bedürfnisse der Kinder. Fußverkehr – Perspektiven für die Steiermark. In: Amt der Landesregierung Steiermark (Hrsg.), Band 14 des Gesamtverkehrsprogramms Steiermark, Graz.

Pilz, C. (1994): Kinder unterwegs. Untersuchung von 1500 steirischen SchülerInnen bezüglich deren Mobilitätsverhaltens, Kinderfreunde Steiermark/ Verkehrsclub Österreich/ Landesverein Steiermark (Hrsg.), Graz.

Pilz, C. (1995): Von der Verkehrserziehung zum Mobilitätsunterricht. In: *Verkehrszeichen* Nr. 1, Mühlheim a. d. Ruhr.

Pilz, C. (1995, 1997): Der Weg ist das Spiel. Schritte zu einer familienfreundlichen und kindersicheren Verkehrsplanung, Forschungsgesellschaft Mobilität /Kinderfreunde Steiermark (Hrsg.), Graz.

Pilz, C. (1997): Schulische Mobilitätsberatung. Beraten und bewegen, Unterlagen zur Mobilitätsberaterausbildung von MitarbeiterInnen der Wuppertaler Stadtwerke, Wuppertaler Stadtwerke (Hrsg.), Graz.

Tully, C. J. (1996): Soziale Diffusion von Technik. Kulturelle Praxis Jugendlicher am Beispiel von Computer und Mobilität. In: *Unsere Jugend* 48, 1996, H.6, S.229-240.

Tully, C. J. (1998): Jugend-Mobilität-Ökologie. Jugendsoziologische Überlegungen und Befunde zur Mobilität in der Modernen Gesellschaft, MS DJI.

Tully, C. J. (1998): Rot, cool und was unter der Haube. Jugendliche und ihr Verhältnis zu Auto und Umwelt. Aktuell im OlzogVerlag, München.

Tully, C. J. (Hrsg.) (1999): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft. Campus-Verlag, Frankfurt am Main/New York.

Tully, C.J. (1999): Neue Technik – Jugendliche Technik. In: *Unsere Jugend*, 51. Jg., Heft 7+8, S. 333-346.

Tully, C. J. (1999): Modernity, mobility and adolescence – An empirical perspective. In: *Speed. A workshop on space, time and mobility*. Ed.: J. Beckmann. The Danish Transport Council, Copenhagen.

Tully, C. J. (1999): Inkonsistentes Umwelthandeln Jugendlicher – Anmerkungen zur Mobilitätspraxis Jugendlicher. In: Lange, H. (Hrsg.): *Ökologisches Handeln als sozialer Konflikt*. Leske & Budrich, Opladen.

Tully, C. J. (2000): Jugendliche Netzkompetenz: Just do it – Surfen im Cyber-

space als informelle Kontextualisierung.  
In: Marotzki, W./Meister, D./Sander,  
U. (Hrsg.): Zum Bilderwert des Inter-  
net. Leske & Budrich, Opladen (im Druck).

Tully, C. J. (2000): Berufliche Erfahrun-  
gen und die Entstehung von Umwelt-  
bewußtsein bei Jugendlichen. DJI-  
Verlag, München (im Druck).

Tully, C. J. / Wahler, P. (1996): Umwelt-  
bewußt aber mobil. In: Deutsche Ju-  
gend 44, H.1.

Tully, C. J. / Wahler, P. (1996): Leben  
und Aufwachsen in der Mobilitätsge-  
sellschaft. In: ÖZS (Österreichische  
Zeitschrift für Soziologie) 21, H.1.

Tully, C. J. / Wahler, P. (1999): Umwelt-  
bewußt, aber mobil: Wie Jugendliche  
Verkehr und Umwelt sehen. In: Tully,  
C. J.: Erziehung zur Mobilität. Jugend-  
liche in der automobilen Gesellschaft.  
Campus-Verlag, Frankfurt am Main/  
New York.

Tully, C. J. / Schulz, U. (1999): Soziali-  
sation zur Mobilität: Unterwegssein  
als Baustein jugendkulturellen Alltags.  
In: Tully, C. J.: Erziehung zur Mobili-  
tät. Jugendliche in der automobilen  
Gesellschaft. Campus-Verlag, Frank-  
furt am Main/New York.

Tully, C. J. / Schulz, U. (1999): Erzieh-  
ung zur Mobilität. In: DJI-Bulletin  
Heft 49, S. 5.

## **Kontakt**

Doris Bäumler  
Institut für Landes- und Stadtentwick-  
lungsforschung des Landes NRW  
Deutsche Str. 5, 44339 Dortmund  
Tel.: 0231 / 90 51-260  
Fax: 0231 / 90 51-280  
E-Mail: doris.baeumer@ils.nrw.de

Dr. Claus J. Tully / Ulrike Schulz  
Deutsches Jugendinstitut e.V.  
Nockherstr. 2, Postfach 90 03 52,  
81503 München  
Tel.: 089 / 6 23 06-190  
Fax: 089 / 6 23 06-162  
E-Mail: Tully@dji.de / Schulz@dji.de

Marcel Hunecke / Christian Trapp  
Sekretariat für Zukunftsforschung  
Munscheidstr. 14, 45886 Gelsenkirchen  
Tel.: 0209 / 1 67-28 00  
Fax: 0209 / 1 67-28 01  
E-Mail: hunecke@sfz.wipage.de / trapp  
@sfz.wipage.de

## **Weitere Projekt- und Ansprech- partner im Projekt U.MOVE:**

Deutsche Bahn AG, Reise & Touristik,  
Frankfurt  
Herr Hans-Jürgen Schneider  
Tel.: 069 / 2 65-71 34  
E-Mail: Hans-Juergen.Schneider@bku.  
db.de

Dortmunder Stadtwerke AG  
Frau Andrea Engelke  
Tel.: 02 31 / 9 55-33 92  
E-Mail: a.engelke@dsw.de

FGMAMOR, Berlin, Forschungsgesell-  
schaft Mobilität – Advanced Mobility  
Research  
Frau Gabriele Schafarik  
Tel.: 030 / 28 59 90 97  
E-Mail: FGM.Berlin@t-online.de

plan-lokal, Raumplanung, Forschung,  
Projekte, Dortmund  
Frau Ute Jansen  
Tel.: 02 31 / 95 20 83-0  
E-Mail: ute.Jansen@plan-okal.de

VIA Beratende Ingenieure, Berlin  
Herr Kai Lorenz  
Tel.: 030 / 88 04 40-88  
E-Mail: viaberlin@compuserve.com

Verkehrsbetrieb in Potsdam  
Herr Volkmar Wagner  
Tel.: 03 31 / 23 75 216  
E-Mail: volkmar.wagner@vip-potsdam  
.de

TÜV Rheinland, PT Mobilität & Verkehr  
Frau Nicole Ankelin  
Tel.: 02 21 / 806-33 29  
E-Mail: ankelinn@tuv.de

*Marcel Hunecke, Christian Trapp*

## **Multimodalitäts-Szenario für den Round Table I**

Wie jeden Morgen verlässt Peter P. schlaftrunken sein Bett und wirft einen Blick auf das elektronische Display, das in seiner Küche neben der Kaffeemaschine an der Wand hängt. Hier werden ihm die neuesten Informationen von einem privaten Informationsdienst nach seinen Wünschen zusammengestellt. Ausführlich lässt er sich über die neuesten Ergebnisse der Fußball-Bundesliga, den aktuellen Spielplan und den aktuellen Stand der Tabelle informieren. Für die große Weltpolitik interessiert sich Peter P. nicht so sehr, daher lässt er sich hier nur die Überschriften der wichtigsten Ereignisse mitteilen. Am wichtigsten ist für Peter P. allerdings, was in seiner Heimatstadt gerade abläuft. Jeden Morgen lässt er sich einen Veranstaltungskalender zusammenstellen, in dem spannende Sportveranstaltungen und Musikkonzerte ganz oben stehen. Alle diese Informationen hätte Peter P. natürlich auch der Tageszeitung entnehmen können, aber die war Peter P. irgendwann einfach zu unhandlich und unübersichtlich und die Entsorgung des Altpapiers auf die Dauer zu lästig. Peter P. könnte sich die Informationen natürlich auch wie beim Radio auf akustische Weise übermitteln lassen, aber er hasst es, schon frühmorgens voll geplappert zu werden.

Für Peter P. besonders wichtig sind die allmorgendlichen Mitteilungen seines persönlichen Mobilitätsberaters. Peter P. hat nämlich einen Vertrag mit einem lokalen Mobilitätsberatungsdienst abgeschlossen, der ihn gegen eine geringe Monatsgebühr immer über die besten Möglichkeiten zur Fortbewegung in seiner Heimatstadt informiert. So werden ihm stets per Knopfdruck die neuesten Staumeldungen und Stauprognosen und der Auslastungsgrad der Busse und Züge des öffentlichen Nahverkehrs mitgeteilt. Als besonderen Service bietet der Mobilitätsberatungsdienst für jeden Kunden eine telefonische Beratung über die im Augenblick besten Wege und Verkehrsmittel, um seine Ziele zu erreichen; diese Informationen können natürlich auch per Computer abgefragt werden.

Peter P. besitzt kein eigenes Auto. Zwar hat auch er mit 18 Jahren seinen Führerschein gemacht, sich danach aber kein eigenes Auto gekauft; ständig im Stau zu stehen und viel Geld dafür auszugeben, dass sein Auto 90 % der Zeit irgendwo in der Gegend rumsteht – darauf hatte er keine Lust. Sein Abo beim Mobilitätsberatungsdienst lässt ihn auch ohne Auto zurechtkommen. Zwar gibt es auch für Peter P. Situationen, in denen auch für ihn das Auto das Verkehrsmittel der ersten Wahl ist, weil manche Orte mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht oder nur umständlich zu erreichen sind oder Sachen transportiert werden müssen. In diesen Fällen greift Peter P. auf die Autos der Car-Sharing-Organisation seiner Heimatstadt zurück. Hierbei teilt er sich ein Auto mit mehreren Nutzern und bucht das Auto nur in jenen Fällen, in denen er es wirklich braucht. Auch die Car-Sharing-Organisation arbeitet eng mit den Mobilitätsberatern zusammen, so dass Peter jederzeit erfahren kann, ob bzw. wann er ein Auto nutzen könnte. Bislang hat Peter P. immer über ein Auto verfügen können, wenn er es brauchte. Meistens hat er auch die Wahl zwischen unterschiedlichen Wagen-Typen. Bei gutem Wetter leiht er sich einen Cabrio, und wenn er viel zu transportieren hat einen Kombi. Das Ausleihen der Car-Sharing-Autos erfolgt ganz einfach rund um die Uhr per Telefon. Seit Peter P. ein Handy hat, kann er damit praktisch jederzeit ein Auto für sich ordern und da die Autos der Car-Sharing-Organisation im gesamten Stadtgebiet verteilt stationiert sind, fährt er innerhalb des Stadtgebietes zumeist nur die Strecken, für die er das Auto tatsächlich braucht und gibt das Auto danach am nächstgelegenen Stützpunkt der Organisation ab.

Peter P. nutzt das Auto aber nur selten – er ist es gewohnt, ohne Auto zu leben. Schon seit Schülertagen nutzt er Busse und Bahnen und hat sich auf die Takte des öffentlichen Nahverkehrs eingestellt. Auch wenn er seit Beendigung der Schule die Fahrkarten selber zahlen muss, sind seine Ausgaben allemal geringer als die Kosten für ein eigenes Auto. Doch nicht nur, dass Dauerkarten günstiger sind als die Unterhaltung eines Autos, er bekommt auch viele Ver-

günstigungen in seiner Heimatstadt. So erhält er z. B. beim Car-Sharing und der Inanspruchnahme der Mobilitätsberatungsdienste als Dauerkunde deutliche Preisnachlässe. Peter P. besitzt eine MobilCard, eine Jahreskarte, die nicht nur in seiner Heimatstadt gültig ist, sondern auch in den meisten anderen deutschen Städten für Mobilitätsdienstleistungen verwendet werden kann.

Aber immer nur mit Bus, Bahn oder dem Auto unterwegs zu sein, ist Peter P. eigentlich zu langweilig. Wenn das Wetter mitspielt, hat er manchmal einfach richtig Lust, mit seinem Mountain-Bike durch die Straßen zu rasen. Das ist natürlich nicht ganz ungefährlich in einer Stadt, in der immer noch eine große Anzahl von Automobilen unterwegs sind, die im Gegensatz zu ihm eine Knautschzone besitzen. Aber Peter P. hat mittlerweile viel Erfahrung mit seinem Fahrrad im Stadtverkehr gesammelt und dazu noch einen guten Helm, so dass bisher immer alles gut gegangen ist. Wenn die Wege nicht zu lang werden, ist Peter P. an Geschwindigkeit jedem Auto und jeder Straßenbahn überlegen. Außerdem bekommt er viel mehr mit, was eigentlich im Moment in seiner Stadt so abgeht. Wenn er auf seinen Fahrradtouren einen Freund trifft, was gar nicht so selten der Fall ist, steigt er einfach vom Rad und hält einen kleinen Plausch, ohne sich um einen Parkplatz oder um Abfahrtszeiten kümmern zu müssen. Für den Weg zu seinem Sportverein, der etwas außerhalb liegt, ist das Fahrrad allerdings ein absolutes Muss. Die nächste Haltestelle ist von dort ein ganzes Stück entfernt und wegen des obligatorischen Kneipenbesuchs wird es meistens doch recht spät, so dass keine Busse mehr fahren. Für Peter kein Problem, im Gegenteil: Ohne auf Abfahrtszeiten zu achten, genießt Peter den Abend mit seinen Vereinskollegen und schwingt sich aufs Radel, wann immer er will.

Auch das Skateboard weiss Peter P. immer mehr zu schätzen. Wann immer es der Straßenbelag und sein Gepäck zulassen, macht er sich mit dem Skateboard auf, denn es ist schnell, handlich und in Kombination mit Bussen und Bahnen nicht nur für kurze Strecken ein optimales Fortbewegungsmittel. Gemeinsam

mit seinen Freunden kann er sich auf diese Weise innerhalb kürzester Zeit zu den Treffpunkten seiner Szene bewegen, an denen am meisten los ist. Wenn Peter P. wieder einmal gemeinsam mit seinen Freunden irgendwo versackt ist, vielleicht weil der Alkohol- und Haschkonsum doch etwas extremer ausgefallen ist und eigentlich nichts mehr geht, dann ruft er sich ein Taxi. Meistens ein Anruf-Sammeltaxi, was wesentlich günstiger ist als ein normales Taxi. Hierbei werden Anfragen von Taxinutzerinnen und -nutzern über Funk so koordiniert, dass, soweit möglich, mehrere Personen mit dem Taxi fahren können. Das dauert zwar etwas länger, aber er wird selbstverständlich bis vor die Haustür gefahren. Als Besitzer der MobilCard erhält Peter P. zudem einen Rabatt auf diese Taxifahrten und kann diese bargeldlos bezahlen. Bei den Freundinnen von Peter P. sind die Anruf-Sammeltaxen besonders beliebt, weil sie nachts von Kneipen- oder Discobesuchen sicher nach Hause gelangen wollen.

Auch für das eigene Ego braucht Peter P. das Auto nicht: Es gilt als cool, an der Konzertkasse eine MobilCard zu zücken, und dafür Preisnachlass zu erhalten. Und über die Automobilwerbung, in der sich die Attraktivität von Männern nach der PS-Zahl ihres Automobils richtet, können die meisten der Freundinnen von Peter P. nur lachen: Sie ziehen einen wohltrainierten Rad- oder Skateboardfahrer vor. Daher findet es Peter P. auch sehr spannend, an Sommertagen mit dem Fahrrad durch die Stadt zu fahren, weil er da von vielen weiblichen Wesen bewundert werden kann.

Natürlich ist Peter P. in seiner Zeiteinteilung nicht ganz so frei, als würde er jederzeit über ein eigenes Auto verfügen: Wege und Zeiten von Bussen und Bahnen müssen aufeinander abgestimmt werden, Fahrrad und Skateboard sind nicht für jeden Weg und bei jedem Wetter zu gebrauchen. Hier aber hilft ihm sein Abo bei der Mobilitätsberatung. Dieses Abo gibt es zwar nicht umsonst, doch kosten ihn Abo und MobilCard insgesamt weniger, als der Unterhalt eines Autos mit Versicherung, Steuern und Reparaturen. Außerdem ist der Benzinpreis in den letzten Jahren fast unmerklich aber kontinuierlich um je-

weils 10 Pfennig angestiegen, so dass der Liter mittlerweile 3,00 DM kostet. Die Regierung hat diese erhöhte Besteuerung des Benzins im Rahmen einer ökologischen Steuerreform eingeführt, um den Energieverbrauch und die hiermit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken. Peter P. spürt aber von dieser Entwicklung nur etwas bei der Abrechnung seines Car-Sharings, wo sich der Preis für den gefahrenen Kilometer allerdings in den letzten 10 Jahren nur um 3 Pfennig erhöht hat.

Für die Organisation seiner alltäglichen Fortbewegung benötigt Peter P. zwar weniger Geld, dafür ist er aber wesentlich auf seinen Home Computer angewiesen. Dieser verbindet ihn via Internet mit den unterschiedlichen Mobilitätsberatungssystemen. Hier kann er sich selber ohne fremde Hilfe über Fahrpläne, Preise und den Service der öffentlichen Verkehrsbetriebe informieren. In schwierigeren Fällen kann er aber auch eine persönliche Beratung bei seinem zuständigen Mobilitätsberater in Anspruch nehmen.

Seit die Preise für Funk-Laptops deutlich gefallen sind, überlegt Peter P., ob er sich nicht auch solch einen tragbaren Taschencomputer zulegen soll, um sich jederzeit und von jedem Ort aus seine Informationen besorgen zu können. Momentan reicht ihm dazu noch das Handy, aber der Telefonanschluss ist halt zu bestimmten Stoßzeiten doch häufiger einmal besetzt und die Wiedergabemöglichkeiten sind beschränkt. Außerdem ist ein tragfähiger online-Computer in seinem Freundeskreis im Gegensatz zu einem Handy noch immer etwas besonderes, weil ihn noch nicht jeder hat.

Die Nutzung der e-mail zur Kommunikation mit weiter entfernt lebenden Freunden gehört für Peter P. mittlerweile zum normalen Alltag. Damit kann er seine mittlerweile doch recht hohen Telefonkosten im Zaum halten. Manchmal reizt es ihn auch, im Internet zu shoppen. Dies gilt vor allem für Produkte, die er in seiner näheren Umgebung nicht bekommt, wie z.B. die aktuellsten Updates für sein e-mail Program. Aber seine Kleidung und CDs kauft er doch am liebsten direkt in seinen Lieblings-

läden in der Nachbarstadt, die er mit der S-Bahn gut erreichen kann.

Peter P. ist mit seinen Möglichkeiten zur Fortbewegung zufrieden: Er kommt wohin er will und hat nicht das Gefühl, bei den wesentlichen Aktivitäten des Lebens eingeschränkt zu sein; und seitdem die Bahn 10er-Karten anbietet, mit denen man an zehn beliebigen Tagen Fernfahrten bis zu einer bestimmten Entfernung zu Pauschalpreisen unternehmen kann, sind auch die gelegentlichen Fahrten zu seinen Eltern im norddeutschen Flensburg für ihn kein Problem mehr: Statt nur zu Weihnachten und den Geburtstagen sehen sie sich jetzt im Schnitt einmal im Monat. Auch seine Schwester, die in Baden-Baden lebt, sieht er wieder häufiger, seitdem die 10er-Karten für MobilCard-Besitzer auch für ICE-Fahrten gelten. Das es allerdings noch besser geht, hat ihm kürzlich eine Freundin erzählt. Sie ist vor einiger Zeit Mutter geworden und lebt jetzt in einer Wohnsiedlung, in der ein »Leben ohne Auto« praktiziert wird. Leben ohne Auto heißt in diesem Zusammenhang, dass die Bewohner dieser Siedlung kein eigenes Auto besitzen dürfen und damit in der gesamten Siedlung kein Autoverkehr stattfindet. Für Peter P.'s Freundin erhöht dies die Lebensqualität in entscheidender Weise: Es gibt keine Lärm- oder Abgasbelastungen mehr und die Kinder können ohne Angst vor Unfällen mit Autos auf der Straße spielen. Trotzdem müssen die Bewohner dieser Siedlung, die über einen eigenen Kinderhort und Einkaufsmöglichkeiten verfügt, sich nicht grundlegend in ihrer Mobilität einschränken. Die Siedlung verfügt über eine eigene Bushaltestelle und einen eigenen Stützpunkt für das Car-Sharing. Je länger Peter P. über ein Leben in einer solchen Wohnsiedlung nachdenkt, desto mehr kommt er zu dem Schluss, dass dies eigentlich für ihn die optimale Lebensform darstellt und er die hierfür notwendigen Bedingungen längst erfüllt. So hat er sich auf die lange Warteliste für das nächste geplante Wohnprojekt »Leben ohne Auto« setzen lassen und ist guter Hoffnung, dort für einige Zeit seines Lebens sesshaft werden zu können.

## **Autorenverzeichnis**

*Doris Bäumer*, Dipl.-Ing. Raumplanung, geb. 1966; Studium der Raumplanung an der Universität Dortmund; 1994-1997 Mitarbeiterin im Büro plan-lokal, Dortmund mit dem Arbeitsschwerpunkt Mobilitätsmanagement; seit 1997 wissenschaftliche Mitarbeiterin des Forschungsbereichs Verkehr des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen; Arbeitsschwerpunkte: Mobilitätsmanagement, zielgruppenspezifische Mobilitätskonzepte, Förderung des Umweltverbundes

*Marcel Hunecke*, geb. 1968, Studium der Psychologie und Philosophie in Bochum, Diplom 1994, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Sekretariat für Zukunftsforschung (SfZ) in Gelsenkirchen und an der Ruhr-Universität Bochum am Lehrstuhl für Kognitions- und Umweltpsychologie. Forschungsschwerpunkte sind Mobilitätspsychologie, Lebensstile und Umweltverhalten, ökologische Verantwortung.

*Michael Löchl*, Student der Raumplanung an der Universität Dortmund, geb. 1975; seit September 1998 studentischer Mitarbeiter des Forschungsbereichs Verkehr des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen; Mitarbeit im Projekt U.MOVE mit dem Arbeitsschwerpunkt Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche.

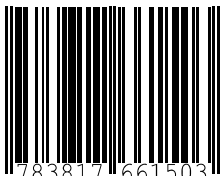
*Sebastian Rabe*, Diplom-Psychologe, geb. 1968, studierte bis September 1996 an der Ruhr-Universität Bochum mit dem Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie. Seit Oktober 1996 ist er als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsbereich Verkehr des Instituts für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen tätig mit den Arbeitsschwerpunkten Verkehrssicherheit, Mobilitätsmanagement und Evaluation.

*Ulrike Schulz*, Diplom-Geografin, geb. 1969, ist seit Mitte 1998 am Deutschen Jugendinstitut in München als wissenschaftliche Referentin tätig. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich Jugend, Mobilität und Raum.

*Christian Trapp*, Diplom-Volkswirt, geb. 1954, Studium der Volkswirtschaftslehre und Soziologie an der Universität Bielefeld; Mitarbeit in mehreren empirischen Forschungsprojekten zur Wirtschaftssoziologie; seit Anfang 1998 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Sekretariat für Zukunftsforschung (SfZ); dort verantwortlich für den Arbeitsschwerpunkt »Zukunftsentwicklungen in Städten und Regionen« mit besonderem Schwerpunkt auf den sozialen und (siedlungs)strukturellen Auswirkungen von Globalisierung und Regionalisierung.

*Claus J. Tully*, Dr., geb. 1949, ist Sozialwissenschaftler und als wissenschaftlicher Referent am Deutschen Jugendinstitut in München tätig. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Jugend, Bildung, Medien, Modernisierung der Gesellschaft, Technik und Umwelt.

**ISBN 3-8176-6150-9**



9 783817 661503

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität

☞ Tully/Bäumer/Hunecke u. a. U.MOVE: Jugend und Mobilität