
Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung

Herausgegeben von

Matthias Gather, Erfurt

Andreas Kagermeier, Trier

Sven Kesselring, Aalborg

Martin Lanzendorf, Frankfurt am Main

Barbara Lenz, Berlin

Mathias Wilde, Frankfurt am Main

Mobilität ist ein Basisprinzip moderner Gesellschaften; daher ist die Gestaltung von Mobilität im Spannungsfeld von ökonomischen, sozialen und ökologischen Interessen eine zentrale Herausforderung für ihre Institutionen und Mitglieder. Die Schriftenreihe Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung versteht sich als gemeinsame Publikationsplattform für neues Wissen aus der Verkehrs- und Mobilitätsforschung. Sie fördert ausdrücklich interdisziplinäres Arbeiten der Sozial-, Politik-, Wirtschafts-, Raum-, Umwelt- und Ingenieurwissenschaften. Das Spektrum der Reihe umfasst Analysen von Mobilitäts- und Verkehrshandeln; Beiträge zur theoretischen und methodischen Weiterentwicklung; zu Nachhaltigkeit und Folgenabschätzungen von Verkehr; Mobilitäts- und Verkehrspolitik, Mobilitätsmanagement und Interventionsstrategien; Güterverkehr und Logistik.

Herausgegeben von

Prof. Dr. Matthias Gather
Verkehrspolitik und Raumplanung
Fachhochschule Erfurt

Prof. Dr. Martin Lanzendorf
Institut für Humangeographie
Goethe Universität Frankfurt am Main

Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Freizeit- und Tourismusgeographie
Universität Trier

Prof. Dr. Barbara Lenz
Institut für Verkehrsforschung
Deutsches Zentrum für Luft- und
Raumfahrt (DLR) Berlin

Prof. Dr. Sven Kesselring
Dept. Planning and Development
Aalborg University

Dr. Mathias Wilde
Institut für Humangeographie
Goethe Universität Frankfurt am Main

Marcel Hunecke

Mobilitätsverhalten verstehen und verändern

Psychologische Beiträge
zur interdisziplinären
Mobilitätsforschung

Marcel Hunecke
Dortmund, Deutschland

Fortgeführte Reihe Band 26

Der Text ist im Studienbrief „Nachhaltige Mobilität“ der Fernuniversität Hagen im Studienangebot Interdisziplinäres Fernstudium Umweltwissenschaften (infernum) 2013 veröffentlicht worden.

ISBN 978-3-658-08824-8

ISBN 978-3-658-08825-5 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-08825-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Inhaltsverzeichnis

1 Warum sind Menschen mobil?	9
2 Psychologische Einflussfaktoren.....	11
2.1 Kontrollüberzeugungen	12
2.2 Einstellungen	16
2.3 Normen	19
2.4 Werte	23
2.5 Sozialpsychologische Handlungstheorien zum Mobilitätsverhalten.....	24
2.6 Bewusste Entscheidungen und Gewohnheiten bei der Verkehrsmittelnutzung	34
3 Zusammenwirken von personenbezogenen und situativen Einflussfaktoren	37
4 Ansätze zur Segmentierung von NutzerInnengruppen	47
4.1 Nutzen von Segmentierungsansätzen	48
4.2 Methodische Verfahren zur Identifikation von Zielgruppen	49
4.3 Ansätze zur Zielgruppensegmentierung im Mobilitätsbereich	50
4.3.1 Geographische Ansätze	51
4.3.2 Verhaltensbasierte Ansätze.....	53
4.3.3 Soziodemographische Ansätze	55
4.3.4 Psychographische Ansätze	59
4.4 Vergleichende Bewertung der Ansätze.....	70
5 Personenfokussierte Interventionen	75
5.1 Soft Policies, Mobilitätsmanagement und Mobilitätsmarketing...	76
5.2 Wirksamkeit einzelner Interventionsmaßnahmen	81
5.3 Personenfokussierte Interventionen vor dem Hintergrund psychologischer Handlungstheorien.....	84
Literaturverzeichnis	93

Abbildungen

Abb. 1: Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens auf die Nutzung umweltschonender Verkehrsmittel.....	27
Abb. 2: Kernkonstrukte der Norm-Aktivations-Theorie	28
Abb. 3: Integratives Modell aus TPB und NAM zur Verkehrsmittelwahl.....	30
Abb. 4: Model of Self-Regulated Behaviour Change.....	32
Abb. 5: Theory of Interpersonal Behaviour.....	35
Abb. 6: Beispiel für additive Haupteffekte.....	39
Abb. 7: Beispiel für einen Moderatoreffekt.....	42
Abb. 8: Beispiel für einen Mediationseffekt.....	44
Abb. 9: Zusammenhang SINUS-Milieus und Verkehrsmittelwahl	62
Abb.10: Psychographische Merkmalsprofile der fünf einstellungsbasierten Mobilitätstypen.....	68
Abb.11: Stage Model of Self-Regulated Behaviour Change mit entsprechenden Interventionsmaßnahmen	89

Tabellen

Tabelle 1: Nutzersegmente aus der Studie „Mobilität in Deutschland“ ..	54
Tabelle 2: Bewertung mobilitätsbezogener Segmentierungsansätze anhand von sechs Marketingkriterien	72
Tabelle 3: Übersicht personen- und strukturfokussierter Interventionen zur Veränderung des Mobilitätsverhaltens in städtischen Regionen.....	87