

**Universität Dortmund
Fakultät Raumplanung**

**Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Diplom-
Ingenieur der Raumplanung**

Mobilitätsverhalten von Jugendlichen

Empirische Untersuchung zur Verkehrsmittelwahl und
ihrer Determinanten als Beitrag zur Bindung Jugendlicher
an den ÖPNV in Dortmund

Vorgelegt von: Sven Thorsten Groß

Gutachter:

Prof. Dr. rer. nat. Volker Kreibich

Universität Dortmund
Fakultät Raumplanung
Fachgebiet Geographische Grundlagen

Dr.-Ing. Oscar Reutter

Wuppertal-Institut für
Klima, Umwelt, Energie

Dortmund, im April 1998

Vorwort

Ein praxisorientiertes Thema mit Zukunft sollte es sein - so wünschte ich es mir.

Im Vorfeld meiner Diplomarbeit habe ich daher recherchiert, in welchen Bereichen der Raumplanung Untersuchungsbedarf besteht, der Ausgangspunkt meiner Arbeit werden könnte. Durch meine Arbeit mit Kindern und Jugendlichen vor und während meines Studiums, war das ganze Studium hindurch die Idee vorhanden, eine Diplomarbeit mit und für Kinder und Jugendliche zu erstellen. Bei der Recherche fiel mir schnell auf, daß eigentlich wenig für und mit Jugendlichen in der Verkehrsplanung gemacht wird. Da ich bewußt nach meinem Vordiplom in Geographie an der Universität Trier nach Dortmund gewechselt bin, um in der Verkehrsplanung arbeiten zu können, hat sich die Verknüpfung beider Anliegen leicht ergeben. Durch vielfältige Gespräche mit Bekannten und Freunden und mehrere Anfragen bei Verkehrsbetrieben, Planungsbüros und der DB AG konkretisierte sich das Themenfeld.

Mehr oder weniger durch Zufall ist der Kontakt zu den Dortmunder Stadtwerken entstanden. Dank an Klaus und Ludger für die Vermittlung. Mit der freundlichen Unterstützung und vielfältigen Informationen durch die Mitarbeiter der Dortmunder Stadtwerke Frau Engelke und Herrn Frittgen wurde die Arbeit und insbesondere der Umfang der empirischen Untersuchung erst möglich.

Ohne die hilfreichen Hinweise und Anregungen durch Prof. Dr. Bernd Eisenstein (FINEIS, Institut für angewandte Marktforschung und innovatives Management mbH) sowie Sebastian Rabe und Jörg Beckmann (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes NRW) wären manche Probleme bei der Konzeptionierung und Auswertung der Befragung schwer lösbar für mich gewesen. Ihnen sei an dieser Stelle gedankt.

Den beiden Gutachtern meiner Arbeit, Herrn Prof. Dr. Volker Kreibich und Herrn Dr. Oscar Reutter, möchte ich für ihre Aufgeschlossenheit gegenüber meinen Interessen bei der Themenwahl sowie ihrer Betreuung danken.

Weiterhin gilt mein Dank an mein Interviewerteam, das mir während der Befragung hilfreich zur Seite stand. Ich hoffe, daß es auch für sie zwei erlebnisreiche Wochen waren. Dank gilt Andrea, Elke, Evelyn, Gaby, Axel, Christian, Heiko, Henrik, Jörg, Markus, Matthias, Rainer, Robert, Stefan und besonders Anne, Britta, Evelin und Ursus, ohne die ich meine Anfangsschwierigkeiten bei der Konkretisierung des Themas sowie die Endredaktion meiner Arbeit sicherlich nicht hätte meistern können. In diesem Zusammenhang sei den Jugendlichen gedankt, die die Zeit für die Interviews hatten und mit viel Spaß bei der Sache waren.

Meiner Familie gilt ein herzliches Dankeschön für die moralische Unterstützung der letzten Monate sowie die Hilfe und den Beistand der letzten Jahre. Meiner Freundin Matilde möchte ich ganz herzlich für die Unterstützung „psychologischer Art“, aber auch der inhaltlichen Mithilfe und dem miterleben vieler Höhen und Tiefen ein ganz herzliches „Tack så mycket“ sagen.

Obwohl es so vielen Leuten für ihre Hilfe zu danken gilt, kann ich versichern und hiermit erklären, daß ich die vorliegende Arbeit selbständig verfaßt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Dortmund, im April 1998

(Sven Groß)

Vorbemerkung:

Für allgemeine Personen- und Berufsbezeichnungen wurden in dieser Arbeit aus Gründen der Lesbarkeit die maskulinen Formen verwandt. Die entsprechenden femininen Formulierungen sind fallweise mitzudenken. Die Leserinnen und Leser werden dafür um Verständnis gebeten.

Inhaltsverzeichnis	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und -beschreibung	1
1.2 Hypothese, Fragestellungen, Zielsetzung und Abgrenzung des Untersuchungsraumes	5
1.3 Aufbau der Arbeit	6
2 Jugend	8
2.1 Jugend und ihre Stellung in der Gesellschaft	8
2.2 Definitionen und Abgrenzungsversuche von Jugend	10
Jugend als Altersspanne (S.13); Jugend als Bewältigung einer zentralen Aufgabe (S. 13); Jugend als Abgrenzung von Kindheit und Erwachsenenalter (S. 14); Übertragung des Konzeptes der Entwicklungsaufgaben und der Statuspassagen auf die Mobilität von Jugendlichen (S. 17)	
3 Verkehrsmittelwahl als Forschungsfeld.....	19
3.1 Begriffsabgrenzungen und Modellbedarf	19
3.2 Entwicklung des Forschungsfeldes Verkehrsmittelwahl	21
3.3 Aggregierte Modelle	21
3.4 Disaggregierte verhaltensorientierte Modelle	23
3.5 Raum-Zeit-Modelle	24
3.6 Ansätze abgestufter Wahlmöglichkeiten	26
3.7 Ansätze psychologischer Forschung.....	28
Umweltpsychologie (S. 29); Motivationsforschung (S. 30); Einstellungs- forschung (S. 32); Entscheidungstheorien (S. 35)	
3.8 Fazit und Konkretisierung der Ausgangshypothese	37
3.9 Zusammenfassung	40

	Seite
4 Planerische Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl.....	44
4.1 Maßnahmenüberblick	44
4.2 Interventionsstrategien.....	45
Mobilitätsmanagement (S. 45); Mobilitätserziehung (S. 46);	
Öffentlichkeitsarbeit (S. 48); „Learning-by-doing-Strategien“ (S. 50)	
4.3 Angebotsplanung	52
Betriebsformen des Systems Bus (S. 53); Nachfrageschwache Zeiten	
und Räumen berücksichtigende Angebote (S. 53); Jugendliche	
Mobilitätsbedürfnisse berücksichtigende Angebote (S. 55); Schülerverkehr	
(S. 56); Angebote der DB AG (S.57); ÖPNV-Fördermaßnahmen (S. 59)	
4.4 Vertiefung und Erweiterung der Hypothesen und Fragestellungen	63
5 Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen in Dortmund und	
ihre Determinanten	65
5.1 Datenerhebung	65
Definition der Grundgesamtheit (S. 65); Auswahlverfahren (S. 65); Quantitative	
Erhebungstechnik: Standardisiertes Interview (S. 68); Fragebogen-	
konstruktion sowie Vorbereitung und Durchführung der Befragung (S. 68);	
Auswertung der Befragungsergebnisse (S. 72)	
5.2 Objektive Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl	74
Demographische Einflüsse (S. 74); Lebenssituation sowie soziale und	
Ökonomische Lebensbedingungen der Jugendlichen (S. 75); Räumliche, zeitliche	
und sächliche Restriktionen (S. 77); Verkehrliche Umwelt (S. 82)	
5.3 Subjektive Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl	87
Informationen über die verkehrliche Umwelt (S. 87); Einstellungen/	
Orientierungen (S. 88); Motive (S. 90); Wahrnehmung der verkehrlichen	
Umwelt (S. 92); Verkehrssozialisation (S. 95)	
Exkurs: Gründe für ein eigenes Auto	96
5.4 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	98
5.5 Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen in Dortmund.....	100
Berufsverkehr (S. 102); Ausbildungsverkehr (S. 103); Einkaufsverkehr (S. 104);	
Freizeitverkehr (S. 106); Zusammenhang zwischen objektiven Einflußgrößen	
und der Verkehrsmittelwahl (S. 110); Zusammenhang zwischen subjektiven	
Einflußgrößen und der Verkehrsmittelwahl (S. 115)	
5.6 Diskussion der Ergebnisse.....	118

	Seite
6 Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung.....	121
6.1 Grundlagen für die Formulierung von Handlungsansätzen und Empfehlungen	121
6.2 Erwartungen der befragten Jugendlichen an die Angebotsplanung des Öffentlichen Verkehrs	121
Von den befragten Jugendlichen genannte Mängel und Verbesserungs- vorschläge (S. 121); Beförderungs- und Transportangebote (S. 124); Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale) (S. 128); Freizeiteinrichtungen (S. 133)	
6.3 Allgemeine Handlungsansätze und Empfehlungen	134
Interventionsstrategien (S. 134); Angebotsplanung (S. 136)	
6.4 Stellenwert der Ergebnisse, zusammenfassende Prüfung der Hypothesen sowie Ausblick.....	140

Quellenverzeichnis

Literaturverzeichnis.....	143
Broschüren und Informationsblätter.....	151
Gesprächsliste.....	151

Anhang

Anhang I: Fragebogen	I
Anhang II: Unterlagen zur Befragung	V
Anhang III: Klassifizierung der offenen Fragen.....	VII

Abbildungsverzeichnis

Seite

Abbildung 1:	Ablauf und Aufbau der Arbeit	7
Abbildung 2:	Die „Bevölkerungspyramide“ der BRD im Jahre 1994.....	9
Abbildung 3:	Entwicklungsaufgaben in drei Lebensphasen und Statuspassagen.....	15
Abbildung 4:	24-stündiger Raum-Zeit-Pfad.....	25
Abbildung 5:	Theorie des geplanten Verhaltens	33
Abbildung 6:	Determinanten der Verkehrsmittelwahl.....	38
Abbildung 7:	Anzahl der Personen im Haushalt der befragten Jugendlichen	78
Abbildung 8:	Pkw-Verfügbarkeit der über 18jährigen Befragten	82
Abbildung 9:	Zeitkartenbesitz der befragten Jugendlichen	83
Abbildung 10:	Kenntnis der Angebote für Jugendliche im ÖV durch die Befragten	88
Abbildung 11:	Einschätzung der Befragten, was ein Autoführerschein für sie bedeutet	92
Abbildung 12:	Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften durch die Befragten.....	94
Abbildung 13:	Durchschnittswerte der Verkehrsmittelanteile über alle Wege.....	104
Abbildung 14:	Verkehrsmittelanteile beim Weg zur Arbeit.....	105
Abbildung 15:	Verkehrsmittelanteile beim Weg zur Schule/Berufsschule/Universität	106
Abbildung 16:	ÖV-Nutzung bei unterschiedlichen Wegzwecken mit (oben) und ohne (unten) Zeitkartenbesitz	113
Abbildung 17:	ÖV-Anteile bei unterschiedlichen Wegezwecken mit (oben) und ohne (unten) Pkw- Verfügbarkeit	114
Abbildung 18:	Zusammenhang zwischen Reisegeschwindigkeit und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zur Arbeit.....	117
Abbildung 19:	Zusammenhang zwischen Kosten und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zu Freunden/Bekanntem.....	118
Abbildung 20:	Zusammenhang zwischen Fahrzeugausstattung und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zu Großveranstaltungen	119
Abbildung 21:	Mängel des ÖV aus Sicht der befragten Jugendlichen	124
Abbildung 22:	Interesse der Befragten an Transport- und Beförderungsangeboten.....	126
Abbildung 23:	Verbesserungsvorschläge für die Gestaltung eines Fahrzeugs des ÖV	128
Abbildung 24:	Interesse der Befragten an Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale).....	131
Abbildung 25:	Interesse der Befragten an Freizeiteinrichtungen in Bahnhofsgebäuden	135

Tabellenverzeichnis

Seite

Tabelle 1:	Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen und der Bevölkerung im Gebiet des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg.....	2
Tabelle 2:	Zielkategorien bei der Wahl des Verkehrsmittels	31
Tabelle 3:	Nutzerrelevante Einzelaspekte.....	35
Tabelle 4:	Zusammenfassung der Einflußgrößen auf die Verkehrsmittelwahl.....	41
Tabelle 5:	Quotierung der Merkmale.....	69
Tabelle 6:	Untersuchte objektive und subjektive Einflußgrößen	72
Tabelle 7:	Anteil der befragten Jugendlichen nach Schulformen (= Bildungsniveau).....	76
Tabelle 8:	Wohnformen der befragten Jugendlichen	77
Tabelle 9:	Einnahmequellen der Jugendlichen (Mehrfachnennungen möglich).....	78
Tabelle 10:	Führerscheinklassen der Befragten über 15 Jahren (Mehrfachnennungen möglich).....	80
Tabelle 11:	Fahrzeugbesitz der Jugendlichen (Mehrfachnennungen möglich)	80
Tabelle 12:	Das Dortmunder Liniennetz verbindet alle relevanten Ziele nach Alter	87
Tabelle 13:	Einstellungen zu den Verkehrsarten.....	90
Tabelle 14:	„Einen Autoführerschein zu haben, bedeutet erwachsen werden (1)/ anerkannt werden (2)“ nach Alter	93
Tabelle 15:	„Die Preise im ÖV halte ich für angemessen“ nach Alter.....	95
Tabelle 16:	„Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel“ nach Alter	96
Tabelle 17:	„Mit Bus und Bahn fahren ist cool“ nach Alter	96
Tabelle 18:	„Taxidienste der Eltern in der Freizeit, da ÖV keine Alternative“ ist nach Alter	98
Tabelle 19:	Gründe für ein eigenes Auto (Mehrfachnennungen möglich)	99
Tabelle 20:	Subjektive Einflußgrößen nach Wichtigkeit geordnet	101
Tabelle 21:	Personenverkehr nach Verkehrszwecken in Westdeutschland im Jahr 1992	103
Tabelle 22:	Verkehrsmittelanteile beim Weg in die Innenstadt nach Alter.....	107
Tabelle 23:	Verkehrsmittelanteile beim Weg zum Einkaufen nach Alter	108
Tabelle 24:	Verkehrsmittelanteile in der Freizeit.....	109
Tabelle 25:	Verkehrsmittelanteile beim Weg zu Freunden/Bekanntem und zum abendlichen Freizeittreff nach Alter.....	111
Tabelle 26:	Zusammenhang zwischen der Anzahl der Autos im Haushalt und der Verkehrsmittelwahl.....	115
Tabelle 27:	Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau und der Verkehrsmittelwahl.....	116
Tabelle 28:	Verkehrsmittelnutzung im Vergleich	120
Tabelle 29:	Mängel der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften II	124
Tabelle 30:	Auswahl der Verbesserungsvorschläge der befragten Jugendlichen.....	125
Tabelle 31:	Interesse an einem für Jugendliche entwickelten Bus/Waggon nach Alter	127
Tabelle 32:	Beratung über das Internet nach Alter	132
Tabelle 33:	Interesse an der Mitgliedschaft in einem „Club junger Testfahrer“ nach Alter.....	133
Tabelle 34:	Interesse an den Freizeiteinrichtungen nach Alter	136

Abkürzungsverzeichnis

- Abs. Absatz
- BRD Bundesrepublik Deutschland
- d. Verf. der Verfasser
- f. folgende Seite
- ff. folgende Seiten
- ggf. gegebenenfalls
- HH Haushalt
- i. d. F. in der Fassung
- JGG Jugendgerichtsgesetz
- KONTIV Kontinuierliche Verkehrserhebung
- mdl. mündlich
- MIV motorisierter Individualverkehr oder motorisierte Individualverkehrsmittel
- NRW Nordrhein-Westfalen
- o. J. ohne Jahresangabe
- ÖPNV Öffentlicher Personennahverkehr
- ÖV Öffentlicher Verkehr oder Öffentliche Verkehrsmittel
- PBefG Personenbeförderungsgesetz
- Pkw Personenkraftwagen
- sog. sogenannte
- u. m. und mehr
- VRR Verkehrsverbund Rhein-Ruhr
- VRS Verkehrsverbund Rhein-Sieg

1 EINLEITUNG

1.1 Problemstellung und -beschreibung

Eine der globalen Zukunftsaufgaben unserer Gesellschaft ist die Abwendung des Verkehrsinfarkts und die Lösung von Verkehrsproblemen. Auf dem Weg dorthin ist die Verlagerung des motorisierten Individualverkehrs (MIV) auf den Öffentlichen Nahverkehr¹ und nicht-motorisierte Verkehrsmittel ein wichtiger Schritt. Die (empirische) Verkehrsforschung hat wiederholt gezeigt, daß Erwachsene trotz wachsender Verkehrsprobleme mit motorisierten Individualverkehrsmitteln fahren und nur unter großen Anstrengungen bereit sind, auf andere Verkehrsmittel umzusteigen (vgl. INFAS 1994, S. 5). „So ist es denn auch kein Wunder, dass alle politischen und planerischen Anstrengungen, die Gruppe der Auto-Mobilen über Appelle an die Vernunft und über die Vermittlung von Wissen über die Folgen ihres Tuns vom (zunehmenden) Gebrauch ihres Gefährts abzuhalten, kläglich scheiterten - und es wohl auch künftig tun werden.“ (FUHRER et al. 1993, S. 77f.) Um der Bindung Erwachsener an den MIV langfristig entgegen zu wirken, ist es erforderlich bereits frühzeitig im Jugendalter das Verständnis zu wecken, Einsichten, Einstellungen und Verhaltensbereitschaften für die Nutzung nicht-motorisierter und Öffentlicher Verkehrsmittel zu vermitteln und zu verstärken. Es wird vermutet, daß in der Jugend die Grundlagen für die Verhaltensroutinen im Mobilitätsbereich gelegt werden, die sich später seitens der Verkehrspolitik und -planung nur noch mit erheblichem Aufwand verändern lassen. Die Tatsache, daß die Verkehrssozialisation der Jugendlichen zwar durch eine Autoorientierung der Gesellschaft geprägt ist, ihr Mobilitätsverhalten sich aber noch nicht verfestigt hat, macht sie als Zielgruppe für Untersuchungen und Maßnahmen interessant (vgl. ILS 1997, S. 1).

Im Widerspruch zu der Bedeutung der heranwachsenden Generation für die zukünftige Verkehrsentwicklung steht die vergleichsweise schmale Basis empirischer Daten über die Verkehrsmobilität von Jugendlichen. Nur wenige bundesweite empirische Untersuchungen umfassen Kinder und Jugendliche. Sofern sie Jugendliche beinhalten, werden sie meistens ab dem 14. oder 16. Lebensjahr aufwärts befragt. Aber selbst diese Altersgruppen sind in allen Studien unterrepräsentiert (vgl. INFAS 1994, S. 6). Eine Ausnahme stellt die „Kinder-KONTIV“ aus dem Jahre 1984/85 dar, die auch das Verkehrsverhalten von Kindern unter 10 Jahren beschreibt (vgl. HAUTZINGER/TASSAUX 1989, S. 111). Eine Ursache für die unterrepräsentative Betrachtung Jugendlicher liegt in ihrer hohen Mobilität und schlechten Erreichbarkeit. Die häusliche Abwesenheit von Jugendlichen wird hauptsächlich durch feste regelmäßige Verpflichtungen in den Nachmittags- und Abendstunden (sportliche Betätigung oder sonstige Vereinsaktivitäten) und spontane Freizeitaktivitäten unter eigener Regie der Jugendlichen beeinflusst. Trotz mehrfacher Kontaktversuche sind Jugendliche in der Regel zu Hause innerhalb ihrer Familie nur schwer anzutreffen. Nahezu alle Haushaltsbefragungen, sei es mittels persönlicher Interviews oder Telefoninterviews, zeichnen sich deshalb durch eine signifikante Untererfassung der Altersgruppen bis zwanzig aus (vgl. INFAS 1994, S. 6). Bei der Konzeptionierung dieser Untersuchung muß hierauf Rücksicht genommen werden.

¹ Öffentlicher Nahverkehr, Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) und Öffentlicher Verkehr (ÖV) werden synonym verwendet.

Lokale bzw. regionale Untersuchungen zum Mobilitätsverhalten von Jugendlichen wurden insbesondere in den letzten Jahren erstellt bzw. sind derzeit in Bearbeitung.² Im folgenden werden einige Charakteristika der Verkehrsmittelnutzung Jugendlicher und mobilitätsbezogene Rahmendaten von Jugendlichen vorgestellt. Busse und Bahnen besitzen insbesondere auf dem Schulweg einen überragenden Stellenwert. Eine differenzierte Betrachtung der Verkehrsmittelnutzung Jugendlicher am Beispiel des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg zeigt, daß auch das Mitfahren im Pkw einen beachtlichen Stellenwert einnimmt. Dem ÖV kommt auf dem Weg zur Arbeit/Ausbildung weniger und auf dem Freizeitweg deutlich weniger Bedeutung als auf dem Schulweg zu.

Tabelle 1: Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen und der Bevölkerung im Gebiet des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg

	Wege zur ...			Freizeitwege	Freizeitwege
	Schule	Arbeit/Ausbildung	Arbeit/Ausbildung		
zu Fuß	14%	14%	7%	24%	29%
Fahrrad	21%	24%	6%	28%	7%
ÖV	51%	45%	19%	19%	13%
MIV	13%	17%	68%	29%	51%
	Jugendliche	Jugendliche	Gesamtbevölkerung	Jugendliche	Gesamtbevölkerung

Quelle: eigene Darstellung; in Anlehnung an FLADE et al. 1996, S. 21

Sind Busse und Bahnen für die Wege zur Arbeit/Ausbildung und Schule noch die meist genutzten Verkehrsmittel, spielen sie in der Freizeit bei Jugendlichen eine geringere Rolle. Schon im frühen Alter wird somit die Wahl der Verkehrsmittel flexibel getroffen. Vor diesem Hintergrund muß Jugendlichen besonders im Freizeitverkehr eine größere Bedeutung als bisher beigemessen werden. Seinen größten Bedeutungsverlust erfährt der ÖV in den Jahren nach Erreichen des Führerscheinalters, wo es zum Teil zu tiefgreifenden Veränderungen der Mobilitätsverhaltensmuster kommt. Die selbständige Autonutzung nimmt erheblich zu, während die Öffentlichen Verkehrsmittel je nach Fahrzweck z. T. massiv junge Kunden verlieren. Im Jahre 1996 wurden beispielsweise über 1,2 Millionen Führerscheine auf Probe ausgestellt, wovon ca. 63,0% an Jugendliche im Alter von 18 Jahren ausgehändigt wurden. Hinzu kommt, daß im Jahre 1991 51,7% der Jugendlichen zwischen 18 und 25 Jahren ständig und 10,1% zeitweise über einen Pkw verfügen konnten (vgl. VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 128 und FLADE/LIMBOURG 1997, S. 1).³ Diese Veränderungen in der Verkehrsmittelwahl basieren größtenteils auf Erfahrungen im Kindes- und Jugendalter, in dem Gefolge sich die Wertschätzung der einzelnen Verkehrsarten und die damit verbundenen Einstellungen, Motive, Bedürfnisse, Hoffnungen und Wünsche recht unterschiedlich entwickelt haben. Als Hintergrund für diese Veränderungen kommt vor allem folgendes in Betracht (vgl. FLADE et al. 1996, S. 21):

- Vorbildwirkungen der Erwachsenen, die den Pkw bei der Verkehrsmittelwahl bevorzugen, den Öffentlichen Verkehr meist wenig oder gar nicht nutzen,
- die anfangs totale und mit zunehmenden Alter immer noch partielle Abhängigkeit der Kinder und Jugendlichen, wenn es um Fortbewegung geht,

² Der Autor wurde bei seiner Literaturrecherche auf sieben Studien aufmerksam, die in Bearbeitung sind bzw. noch in diesem Jahr begonnen werden.

³ Es sind erhebliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Jugendlichen festzustellen, z. B. haben männliche Jugendliche zu 70,7% einen Pkw ständig zur Verfügung, aber nur 35,0% der weiblichen.

- die Dominanz des Autoverkehrs im öffentlichen Straßenraum, verbunden mit Erlebnissen von Einschränkung, Verunsicherung oder sogar teilweiser Bedrohung sowie
- negative Erfahrungen mit dem ÖV, was Qualität (Verbindungen, Service, Fahrzeuge, Haltestellen, etc.) und Quantität (z. B. Frequenz, Reisezeiten oder Tarife) angeht.

Um die Hindernisse der gegenwärtigen und künftigen Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel bei Jugendlichen zu ermitteln, ist es erforderlich sich näher mit ihren Erfahrungen, Kenntnissen, Einstellungen, Motiven, Bedürfnissen und Wünschen in Bezug auf den ÖV und die anderen Verkehrsarten zu beschäftigen. Auf der Basis dieser Ergebnisse können dann Konzepte und Strategien entwickelt werden. Diese werden zu einer höheren Wertschätzung des Öffentlichen Verkehrs sowie der Bereitschaft und Motivation ihn zu nutzen, beitragen. „Dabei kommt es vor allem auf die Zukunftsperspektive an: wenn es gelingt im Kindes- und Jugendalter eine positive Einstellung zum ÖV zu unterstützen, wird der Wunsch, im Erwachsenenalter so rasch wie möglich auf das Auto ‘umzusteigen’, weniger stark ausgeprägt sein als dies derzeit der Fall ist.“ (FLADE et al. 1996, S. 21) Die Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl bei Jugendlichen, die sich aus der Lebenssituation der Jugendlichen ergeben, müssen somit aufgedeckt werden. Hierzu kann auf die klassischen Analyseinstrumente der Verkehrsforschung zurückgegriffen werden. Da sich diese, wie noch zu zeigen sein wird, schwerpunktmäßig mit objektiven Einflußfaktoren auf das individuelle Verkehrsmittelwahlverhalten beschäftigt, müssen ergänzend subjektive Einflußgrößen berücksichtigt werden. Insbesondere in der Jugend ist ein starker Einfluß von mobilitätsbezogenen Einstellungen, Motiven und Präferenzen zu erwarten, da die Lebenssituation von Jugendlichen in der Regel noch nicht so stark von den Handlungserfordernissen des Berufs- und/oder Familienlebens bestimmt wird (vgl. ILS 1997, S. 3).

Das Jugendalter ist stark vom Streben nach Abgrenzung, Selbständigkeit und Unabhängigkeit (von den Eltern, Vorgesetzten, Erwachsenen allgemein) geprägt. Hinzu kommt das Streben nach Anerkennung und Gleichberechtigung im privaten und schulischen bzw. beruflichen Alltag. Aufgrund des Loslösungsprozesses von der Familie erhält für Jugendliche eigene Mobilität mehr und mehr die Bedeutung von Unabhängigkeit und Selbständigkeit (vgl. SCHULZE 1996, S. 11). Eine erste Erfüllung scheint dieses Streben nach Abgrenzung, Selbständigkeit und Unabhängigkeit durch Erreichen des 18. Lebensjahr zu finden. Mit Erreichen der Volljährigkeit eröffnet sich die Möglichkeit, vollwertiges Mitglied in der „Autogesellschaft“ zu werden. Hierdurch wird es möglich „eine der letzten Bastionen der Erwachsenenwelt einzunehmen“ (KALWITZKI 1991, S. 10) und mit dem Autofahren bzw. der Pkw-Verfügung ein entscheidendes Demonstrationsmittel des Erwachsenseins zu haben. Bedeutender für das Streben nach Verfügung über ein (eigenes) Auto bei Jugendlichen, dürften aber die Erfahrungen aus den zurückliegenden Sozialisationsprozessen in Kindheit und Jugend sein. Zur Sozialisation von Mobilitätsverhalten seien kurz einige Merkmale eines „typischen“ Prozesses aufgezeigt (in Anlehnung an HEINE 1995, S. 376f.; KALWITZKI 1994, S. 15f. und KALWITZKI 1996, S. 8ff.):

Von Geburt an werden Kinder und Jugendliche auf zwei verschiedene Arten auf die Teilnahme an der automobilen Gesellschaft hin sozialisiert. Durch die biologische und soziale Abhängigkeit von ihren am MIV teilnehmenden Eltern werden sie oft bereits von Kind an, an das Auto als Verkehrsmittel gewöhnt. In den Kinderzimmern befinden sich meist mehr Spielzeugautos

als andere Spielzeuge und in Kinderbüchern erfolgt meist eine positive Darstellung des Autos. Kinder werden häufig mit dem Auto zum Kindergarten oder zur Schule transportiert und Jugendliche zur Schule. Wollen sich Kinder oder Jugendliche besuchen, werden sie oft von den Eltern per Auto gebracht und wieder abgeholt. Mit Eintritt ins Fernsehalter verstärkt sich die automobilen Enkulturation⁴ weiterhin. Beobachtet man die Fernsehwerbung für Autos der letzten Jahre, dann fällt die außerordentliche Präsenz von Kindern auf, die für sicherheitstechnische Neuerungen werben oder erfreut über die Umweltfreundlichkeit einer bestimmten Marke sind. Diese Einzelbeispiele lassen sich weiter fortführen. Sie wurden benannt, um zu zeigen, wie sehr die Kinder- und Jugendwelt bereits eine automobilisierte Welt ist. Kinder und Jugendliche werden aber noch auf eine zweite Weise dazu gebracht, sich Pkw-Nutzung zu wünschen. Ihr öffentlicher Spielraum wird durch den automobilen Straßenverkehr eingeengt. Von ihren Eltern oder Erziehern werden sie dazu angehalten, daß sie auf den Autoverkehr zu achten haben. In späteren Jahren sind Jugendliche zumindestens in ihrer abendlichen Mobilität eingeschränkt, weil sie keinen Pkw zur Verfügung haben. Wo z. B. bei Besuch einer weiterführenden Schule der ÖV regelmäßig genutzt wird, stellen sich im Gedränge des Schülerverkehrs, möglicherweise in älteren Fahrzeugen mit gestreßtem Fahrpersonal, selten Erlebnisse eines attraktiven Öffentlichen Verkehrs ein. Kinder und Jugendliche erfahren über Jahre hinweg ein Gefühl der Benachteiligung, weil sie selbst keine Autofahrer sind. Mit dem Erreichen des 18. Lebensjahr kann diese jahrelange Diskriminierung mit dem Erwerb des Führerscheins aufgehoben werden.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß das Mobilitätsverhalten von Erwachsenen (auch) auf einem jahrelangen Lernprozeß in Kindheit und Jugend basiert. Die Entwicklung der Verhaltensweisen werden von vielen Einflüssen und Akteuren bestimmt. Insbesondere die subjektiven Einflüsse des Verkehrsmittelwahlverhaltens von Jugendlichen sind hierbei nicht bekannt. Mit Hilfe von Planung ist es möglich, daß Bewegungen im Umweltverbund als einfach, sicher, entspannt und angenehm erlebt werden können. Bei Kindern und Jugendlichen muß versucht werden, eine sozialisierte Bindung an den Öffentlichen Verkehr zu erreichen. Aber anstatt zum radikalen Autoverzicht aufzurufen, ist es wichtig mit Hilfe von entsprechenden Verkehrsangeboten eine intermodale (d. h. reflektierte Wahl der Verkehrsmittel bei unterschiedlichen Wegezwecken) und umweltfreundliche Verkehrsmittelwahl zu gewährleisten. Bisher nutzen die meisten Verkehrsunternehmen ihre Chance zur frühen Kundenbindung nicht. Das Image des Öffentlichen Nahverkehrs ist bei Jugendlichen denkbar schlecht: muffig, teuer und unbequem sei das Angebot, so beklagen viele. Der Benutzer des ÖPNV gilt als „brav-angepaßt“, „risikoscheu“, „altmodisch“ und „humorlos“. Kriterien, von denen sich vor allem Jugendliche distanzieren. Jugendliche besitzen heute somit oft Identifikationshemmnisse gegenüber dem ÖPNV. Da es bei Bus und Bahn - im Gegensatz zu Fluggesellschaften oder Autoherstellern - keine Konkurrenz zwischen den Anbietern gibt, kommt die Imagepflege häufig zu kurz. Außerdem behandeln Angestellte der Verkehrsunternehmen Kinder und Jugendliche immer noch als Plage und nicht wie eine begehrte Klientel (vgl. GWINNER 1997, S. 29).

⁴ Enkulturation = Hineinwachsen des einzelnen in die Kultur der ihn umgebenden Gesellschaft

1.2 Hypothese, Fragestellungen, Zielsetzung und Abgrenzung des Untersuchungsraumes

„Die Annahme ist, daß die Einstellungen und Verhaltensdispositionen Erwachsener im Kindes- und Jugendalter geformt und geprägt werden, auch die Einstellungen zum Verkehr und zu den Verkehrsmitteln sowie das spätere Verkehrsverhalten nach Erwerb eines Führerscheins.“ (FLADE 1994, S. 185)

Die Annahme, daß Erfahrungen, die mit den Verkehrsmitteln in der Kindheit bzw. Jugend gewonnen werden, sich auf das zukünftige Mobilitätsverhalten auswirken, ist in der Fachöffentlichkeit verbreitet, aber nicht unumstritten. Wenn es, wie diese Annahme zugrunde legt, möglich wäre, durch planerische Maßnahmen eine Entwicklung von jugendlichen Nutzern der Verkehrsmittel des Umweltverbundes zu Nutzern des Umweltverbundes im Erwachsenenalter anzustoßen, bietet dieser Umstand eine enorme verkehrsplanerische und verkehrspolitische Chance. Spezifiziert heißt dies, daß umweltverträgliche Verhaltensweisen wie Bus- und Bahnfahren nur dann im Erwachsenenalter weiter praktiziert werden, wenn sie in Kindheit/Jugend mit angenehmen Erfahrungen verbunden sind. Wer statt dessen oftmals in überfüllten Bussen zur Schule fahren mußte, ständig Angst vor Unfällen hatte, häufig einen unzuverlässigen ÖV erlebt hat, lange Wartezeiten an nicht überdachten Haltestellen in Kauf nehmen mußte, der wird mit 18 Jahren selbst ein Auto nutzen wollen und das so früh und so oft wie möglich. Wenn es gelingt, eine positive Wertschätzung des ÖV und seine Nutzung bereits im Kindes- und Jugendalter zu fördern und stabilisieren („ÖV-Bindung“), dürfte er auch später in der Verkehrsmittelwahl des Erwachsenen mehr als bisher berücksichtigt werden (vgl. FLADE et al. 1996, S. 20).

Vor diesem Hintergrund wird die Hypothese aufgestellt, daß die Nutzung der Öffentlichen Verkehrsmittel durch Kinder und Jugendliche bei entsprechenden Rahmenbedingungen Grundlage für eine Bindung Jugendlicher an diese darstellen kann. Die Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen umfaßt dabei die Notwendigkeit sich mit den Faktoren zu befassen, die im einzelnen auf das Verkehrsmittelwahlverhalten von Jugendlichen Einfluß nehmen. Nur bei Kenntnis dieser Einflußfaktoren können den Mobilitätsansprüchen von Jugendlichen entsprechende Verkehrsangebote gegenüber gestellt werden.

Die grundlegenden Fragestellungen dieser Arbeit sind demnach, welche Einflußfaktoren die Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen bestimmen und wie müssen Verkehrsangebote gestaltet sein, um diesen entsprechen zu können. Zur Bearbeitung dieser Fragestellungen ist es erforderlich, sich genauer mit dem Verkehrsmittelwahlverhalten (Jugendlicher) auseinanderzusetzen.

Mit dieser Arbeit wird daher die Zielsetzung verfolgt, Kenntnisse über die Einflußgrößen des Verkehrsmittelwahlverhaltens von Jugendlichen zu erlangen und das Verständnis hierüber zu fördern. Es soll zur Klärung, welche Determinanten auf das Verkehrsmittelwahlverhalten von Jugendlichen Einfluß nehmen, beigetragen werden. Darüber hinaus werden Ansätze im Bereich der Angebotsplanung und Interventionsstrategien analysiert und ihre Bedeutung für die planerische Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl dargestellt. Aufbauend auf den erzielten

Ergebnissen sollen Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung zur Bindung Jugendlicher an den ÖPNV entwickelt werden.

Der Mensch verbringt die meiste Zeit innerhalb einer Region, in der sich sein Lebensmittelpunkt befindet. Folglich werden auch die meisten Wege und Aktivitäten in diesem Raum zurückgelegt bzw. getätigt. Dieser Sachverhalt gilt in besonderem Maße für Jugendliche, weshalb der Region als Untersuchungsraum eine besondere Bedeutung zukommt (vgl. ILS 1997, S. 4). Das Ruhrgebiet als Beispielregion zu wählen, käme diesem Sachverhalt sehr nahe. Im Rahmen dieser Arbeit wird jedoch eine Einengung auf den städtischen Raum (Stadt Dortmund) vorgenommen, um den Aufwand für eine empirische Untersuchung im leistbaren Rahmen zu halten.

1.3 Aufbau der Arbeit

Dieses Kapitel dient der Einführung in das Thema, der Herleitung des Gegenstandsbereiches der Arbeit und zur ersten Orientierung über die Konzeption der Arbeit und was die Besonderheit an der Verknüpfung von Jugend und Öffentlicher Verkehr ist. Hieran anschließend werden die Zielsetzung, die grundlegende Annahme, die Hypothese und Fragestellungen der Untersuchung sowie der Untersuchungsraum vorgestellt.

In Kapitel 2 folgt eine Auseinandersetzung mit der Jugend, wozu zuerst allgemein Jugend und ihre Stellung in der Gesellschaft sowie eine Vertiefung des Verständnisses, weshalb der Jugend in der Verkehrsplanung größeres Gewicht eingeräumt werden sollte, erläutert wird. Mit Hilfe der Auseinandersetzung von Definitionen und Abgrenzungsversuchen der Jugend, wird die Altersabgrenzung für den empirischen Teil dieser Untersuchung vorbereitet und durch die Übertragung eines Konzeptes aus der Jugendforschung (Konzept der Entwicklungsaufgaben und Statuspassagen) vollzogen. Schrittweise werden untersuchungsrelevante Aspekte eingegrenzt sowie zentrale Begriffe der Arbeit eingeführt.

Anschließend beschäftigt sich Kapitel 3 mit der Verkehrsmittelwahl als Forschungsfeld. Zunächst bedeutet dies die zentralen Begriffe Mobilität, Mobilitätsverhalten, Verkehrsmittel und Verkehrsmittelwahl zu erklären und den weiteren theoretischen Bezugsrahmen, nach der Erläuterung von Jugend, dieser Arbeit zu legen. Da ein Schwerpunkt der Arbeit auf der Verkehrsmittelwahl und ihrer Determinanten liegt, muß die Erforschung dieser Determinanten ein zentraler Bestandteil der Arbeit sein. Am Umfang des Kapitels 3 zeigt sich, daß die hierbei erzielten Untersuchungsergebnisse eine fundierte Wissensgrundlage für die Konzeptionierung der empirischen Untersuchung schaffen. Neben objektiven Determinanten, wie die Zugehörigkeit zu bestimmten Altersklassen oder das Bildungsniveau, wurden insbesondere durch die Auseinandersetzung mit den Ansätzen psychologischer Forschung subjektive Determinanten herausgearbeitet. Dies wurde speziell vor dem Hintergrund der jugendspezifischen Lebenssituation sowie den daraus resultierenden Verhaltensweisen als notwendig erachtet.

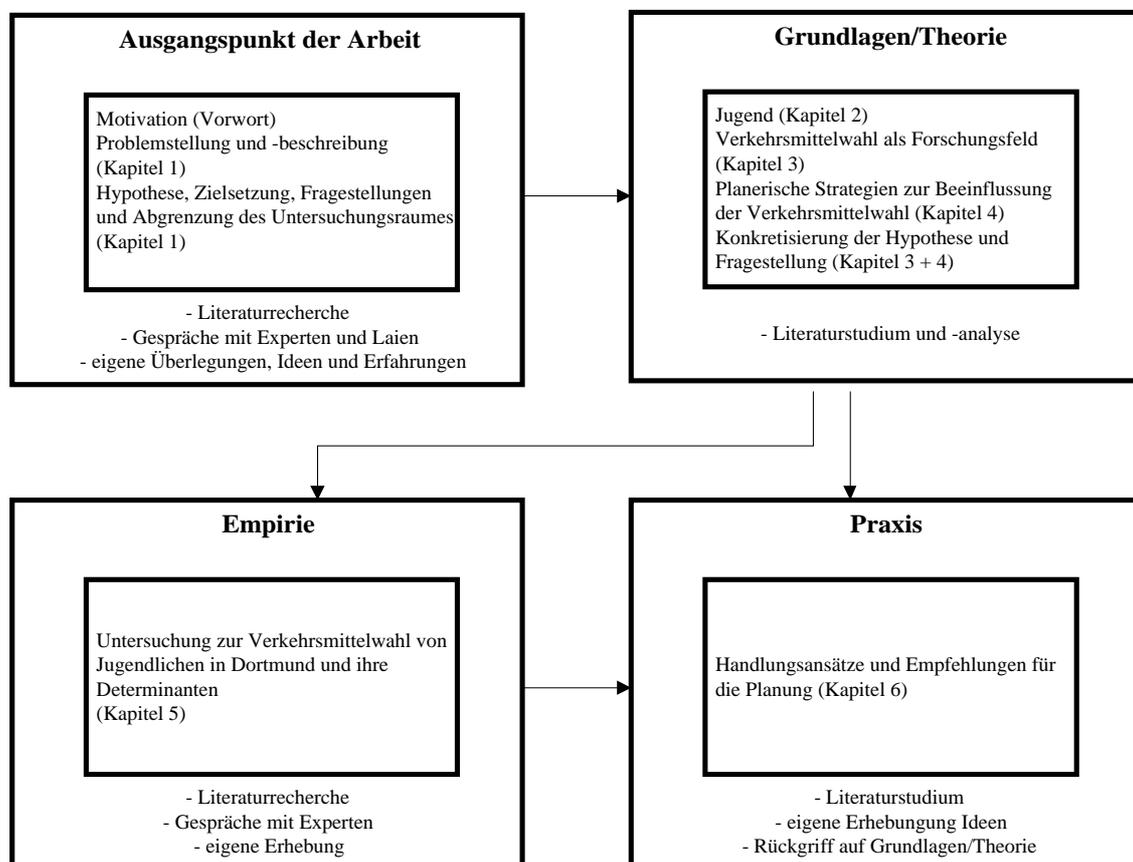
Aus den theoretischen Überlegungen ergeben sich Untersuchungsthese, die die leitenden Fragestellungen für die empirische Analyse beinhalten und die Grundlage für Kapitel 4 schaffen. Die zusammengetragenen Erkenntnisse aus der Erforschung der Verkehrsmittelwahl sind die entscheidenden Grundlagen zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl, die anhand von Interventionsstrategien und der Angebotsplanung in Kapitel 4 erläutert wird. Hierbei wird der

Tatsache Rechnung getragen, daß die Stadt Dortmund den Planungsraum dieser Arbeit darstellt. So weit wie möglich werden die Beeinflussungsstrategien auf Dortmund bezogen. Durch die Behandlung dieser Strategien hat sich das Verständnis erweitert, was an der Tatsache festgemacht werden kann, daß die nach Kapitel 3 aufgestellten Hypothesen vertieft bzw. durch neue ergänzt werden.

Kapitel 5 zeigt zunächst die methodische Vorgehensweise der empirischen Untersuchung auf, wozu z. B. die Definition der Grundgesamtheit, die Wahl des Auswahlverfahrens (Quota-Verfahren), die Konstruktion des Fragebogens und die Darstellung der Auswertungsmethoden zählen. Hieran anschließend werden die empirischen Ergebnisse der Untersuchung dargestellt. Neben der univariaten Auswertung der Befragung werden theoriegeleitet bivariate Ergebnisse dargestellt. Bei der Darstellung der empirischen Ergebnisse wird auf die subjektiven Determinanten der Verkehrsmittelwahl ein Schwerpunkt gelegt.

Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung können nicht allein auf den Erkenntnissen aus der empirischen Untersuchung zurückgeführt werden. Daher werden im abschließenden Kapitel 6 aus den Erkenntnissen der theoretischen Betrachtung zur Verkehrsmittelwahl und den planerischen Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl (Kapitel 3 und 4) die Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung entwickelt. Den Abschluß bilden eine Einschätzung des Stellenwertes der Ergebnisse, eine zusammenfassende Prüfung der Hypothesen sowie ein Ausblick.

Abbildung 1: Ablauf und Aufbau der Arbeit



Quelle: eigene Darstellung

2 JUGEND

2.1 Jugend und ihre Stellung in der Gesellschaft

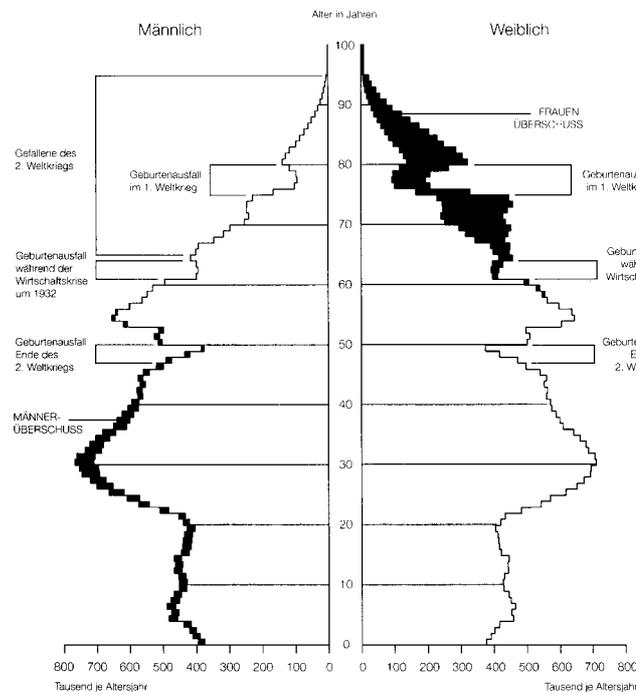
Die Bevölkerungszusammensetzung nach Altersgruppen hat sich in allen Industrieländern in den letzten Jahren bzw. Jahrzehnten zu Ungunsten von Kindern und Jugendlichen verändert. Erste Anhaltspunkte über Entwicklungstrends und über die aktuelle Lage von Kindern und Jugendlichen in der Bundesrepublik Deutschland liefert die amtliche Statistik des Statistischen Bundesamtes.⁵ Das Statistische Jahrbuch für die BRD wird im folgenden als Datengrundlage herangezogen. Noch um die Jahrhundertwende wies die Bevölkerungspyramide in Deutschland in den jungen Jahrgängen eine zahlenmäßig große und breite Basis auf, die sich mit zunehmenden Alter verkleinerte. Der Bevölkerungsaufbau ähnelte einem Dreieck: Die Zusammensetzung der Bevölkerung gab der jungen Generation zahlenmäßig das größte Gewicht und der älteren Bevölkerung über 60 Jahre die Spitze des Bevölkerungsdreiecks. Die Bevölkerungszusammensetzung hat sich bis heute weit von der Form eines Dreiecks entfernt und ähnelt eher einer „hochgewachsenen, ausgefranzten Tanne“ mit einem unten schmaleren Stamm (vgl. Abbildung 2). Heute sind die Jahrgänge der Kinder und Jugendlichen nicht mehr die stärksten Jahrgänge, sondern sie gehören zu den schwächeren. „... die Anteile der Kinder und Jugendlichen sind, im Vergleich mit früheren Gegebenheiten und heutigen Entwicklungsländern, gering; die Anteile der alten Menschen sind hoch, höher, als sie je zuvor in der Geschichte gewesen sind.“ (SCHÄFERS 1982, S. 59)

Laut FAMILIENBERICHT NRW 1990 ist die Verschmälerung der Basis der Bevölkerungspyramide im wesentlichen auf die heute völlig veränderten Motive für den Kinderwunsch zurückzuführen. Im Unterschied zum vorigen Jahrhundert sind Kinder heute weder finanziell noch bei der Gestaltung der praktischen Lebensvollzüge von Vorteil. Im Gegenteil: Kinder sind eine luxuriöse Investition. In einer Gesellschaft, die alle Güter nach ihrer kommerziellen Verwertbarkeit betrachtet, darf es nicht verwundern, wenn die Anzahl der Familien mit Kindern und die Kinderzahl pro Familie immer kleiner wird. Sofern sich der beschriebene Trend weiterentwickelt, wird die sich schon heute abzeichnende Umschichtung der Bevölkerungsanteile hin zu der Bevölkerung über 60 Jahre weiter zunehmen. „Für das Jahr 2030 z.B. kann damit gerechnet werden, daß die Zahl der über 60jährigen Menschen in der Bundesrepublik Deutschland fast genauso groß ist wie die Zahl der unter 60jährigen.“ (HURRELMANN 1995, S. 19) Im Unterschied zur Gestalt der Bevölkerungspyramide am Ende des 19. Jahrhunderts läßt die Gestalt am Ende des 20. Jahrhunderts folgenden Schluß zu: Das Gewicht der jungen Generation hat sich deutlich geschmälert und das Gewicht der älteren Generation spürbar erhöht. Diese zahlenmäßige Verteilung von Altersgruppen der Bevölkerung beim Eintritt in das 21. Jahrhundert wird (wahrscheinlich) sozial- und gesellschaftspolitische Themen beherrschen und die Verteilung der wichtigen finanziellen Ressourcen beeinflussen. Die junge Generation wird es zunehmend schwerer haben, sich (gesellschaftspolitisch) Einfluß

⁵ Die Daten der Fachserien, z. B. Bevölkerung und Erwerbstätigkeit (1), Rechtspflege (10), Bildung und Kultur (11), Gesundheitswesen (12), Sozialleistungen (13), basierend auf den jährlich stattfindenden Mikrozensus-Erhebungen (1-Prozent-Repräsentativstatistik der Bevölkerung) und verschiedene nationale repräsentative Sozialerhebungen, geben Anhaltspunkte über die aktuelle Situation von Jugendlichen.

zu verschaffen. Sie wird große Bemühungen unternehmen müssen, um die für ihre Belange wichtigen materiellen Ressourcen zu gewinnen. Dagegen wird es die ältere Generation durch ihr zahlenmäßiges Gewicht zunehmend leichter haben, sich die nötige Aufmerksamkeit und die nötigen Ressourcen zu verschaffen. Dies wird zudem durch die Wahlberechtigung unterstützt, so daß die ältere Generation im Unterschied zur jungen Generation effektiv Einfluß auf die Entscheidungen der Politik nehmen kann (vgl. HURRELMANN 1995, S. 19f.). Aus der Tatsache, daß Jugendliche zu jenen gesellschaftspolitischen Gruppen gehören, die Schwierigkeiten oder kaum die Möglichkeit haben, sich zu artikulieren, folgt, daß sie - sobald es um knappe Ressourcen geht - selten die Nutznießer sind. Sie stehen meistens auf der Seite der Verlierer. Von Erwachsenen, die Jugendinteressen vertreten, wird dementsprechend beklagt, daß Jugendliche keine Lobby haben (vgl. HESSISCHES MINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG, WOHNEN, LANDWIRTSCHAFT, FORSTEN UND NATURSCHUTZ 1995, S. 11).

Abbildung 2: Die „Bevölkerungspyramide“ der BRD im Jahre 1994



Quelle: STATISTISCHES BUNDESAMT 1996, S. 61

Nach einer Studie von SCHRÖDER (1995, S. 36ff.), bei der Kommunen, Einrichtungen und Vereine in ganz Deutschland befragt wurden, die sich mit der Einbeziehung der Interessen von Kinder und Jugendlichen beschäftigen, richten sich die meisten Beteiligungen an Kinder im Alter von 10 bis 14 Jahren. Die Altersgruppe der älteren Jugendlichen, hier als 14- bis 18jährige definiert, werden in geringerem Umfang beteiligt. SCHRÖDER wirft als Schlußfolgerung zwei Fragen auf: „Liegt die geringe Beteiligung der Jugendlichen am mangelnden Interesse dieser Altersgruppe, die sich vielleicht stärker mit zwischenmenschlichen Problemen befaßt und umweltliche Themen zunächst in den Hintergrund treten läßt? Oder liegt es an mangelnden Ideen der Erwachsenen, mit welchen Methoden Jugendliche für Beteiligungen zu gewinnen sind? ... Auffällig ist jedoch, daß Beteiligungsformen sich eher an

Altersgruppen richten, die leichter 'handhabbar' sind und somit auch leichter 'steuerbar' sind.“ (SCHRÖDER 1995, S. 48) Jugendliche sind aber die Erwachsenen von morgen, die heute schon das Recht haben sollten, ihre Meinung zu äußern und Entscheidungen zu beeinflussen, da sie diejenigen sind, die mit diesen Entscheidungen in Zukunft leben müssen.

Jugendliche sind die Zukunft.

Aus diesem Grunde sollten Entscheidungen für morgen nicht länger ohne sie getroffen werden. Mit der Argumentation, daß die Betroffenen am besten Bescheid wissen über ihre Belange, Wünsche und Probleme, sollten Interessen Jugendlicher von Jugendlichen selbst formuliert werden. „Es erscheint absurd, eine Gruppe der Nutzer von der Planung ihrer Lebensräume auszuschließen und über deren Köpfe nach Erwachsenennormen zu entscheiden bzw. zu gestalten. Es ist effektiver, die Zielgruppe zu fragen, als sich auszudenken, was sie will.“ (SCHRÖDER 1995, S. 51)

Der vorliegenden Arbeit liegt das Verständnis zugrunde, daß Handlungsbedarf im Bereich der Einbeziehung von Jugendinteressen in den verschiedenen die Jugendlichen betreffenden Lebensbereiche besteht. Ein bisher sehr vernachlässigter Bereich ist der der Mobilität, an der die Jugendlichen aber in großem Umfang teilhaben. Es wird zum einen davon ausgegangen, daß das „Hineinwachsen in die Mobilitätsgesellschaft“ (TULLY/WAHLER 1996, S. 21) eines der großen Entwicklungsthemen des Jugendalters ist, welches bisher von der Wissenschaft weitgehend unbeachtet blieb. Zum anderen stellt - aus einer umweltpolitischen und generationsbezogenen Sichtweise betrachtet - die Jugend das Veränderungs- und Handlungspotential von morgen dar. Informierende Bewußtseinsbildung und Handlungsmöglichkeiten müssen hier angebahnt und erprobt werden. Mit dieser Untersuchung wird aufgrund dieser Überlegungen angestrebt, die Belange, Anforderungen und Verhaltensweisen von Jugendlichen insbesondere im Bereich der Verkehrsmittelwahl und des Öffentlichen Verkehrs zu analysieren. Hierdurch sollen sie in Zukunft stärker berücksichtigt werden können. Es ist offensichtlich, daß diese Untersuchung nur im geringen Umfang dazu beitragen kann, daß die Interessen von Jugendlichen stärker berücksichtigt werden. Sie soll jedoch zumindest die Diskussion in diesem Themenfeld voranbringen.

2.2 Definitionen und Abgrenzungsversuche von Jugend

Im heutigen Sprachverständnis in Praxis und Wissenschaft erscheint es selbstverständlich, von „der Jugend“ oder „der Jugendphase“ zu sprechen. Sozialhistorische Analysen zeigen jedoch, daß noch zur Jahrhundertwende Jugend als eigene Phase im menschlichen Lebenslauf nicht bekannt war bzw. sich erst allmählich herauskristallisierte (vgl. ARIES 1975; in Anlehnung an HURRELMANN 1995, S. 26). Von der Jugend als einer abgrenzbaren Gruppe zu sprechen, erscheint somit als schwierig. „Die Jugend ist in sich so homogen bzw. heterogen wie die Gesellschaft, der sie angehört. Es gibt Gemeinsamkeiten, die berechtigterweise von 'der' Jugend sprechen lassen; aber es gibt auch Unterschiede, die immer wieder zu der Behauptung geführt haben: 'Die Jugend gibt es nicht'.“ (SCHEUCH 1975; zitiert nach SCHÄFERS 1982, S. 20)

In neueren Untersuchungen zum Themenfeld Jugend wird zunehmend auf Unterschiede zwischen Jugendlichen hingewiesen. BAETHGE (1985, S. 103) betont beispielsweise, daß „wir noch weniger als je zuvor von *der* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) Jugend als einer sozialen Einheit sprechen“ können. Und auch OSWALD (1980, S. 1; zitiert nach LENZ 1988, S. 23) stellt einleitend in seiner Untersuchung „Abdankung der Eltern“ die „Inhomogenität dieser Altersstufe“ als zentrales Kennzeichen heraus. BONFADELLI meint zusammenfassend: „Die Abgrenzung ‘der Jugend’ erweist sich bei näherem Hinsehen als außerordentlich schwierig und widersprüchlich. Je nach Forscher bzw. Perspektive werden ganz unterschiedliche Bestimmungselemente verwendet, und je nach theoretischem Zugriff ergibt sich eine andere begriffliche Bestimmung von Jugend.“ (BONFADELLI 1990, S. 95) Anhand von drei Jugendforschern soll die Bandbreite von Erklärungsversuchen der Jugendfrage aufgezeigt werden. Die klassischen Theorien von HALL („Psychologie der Adoleszenz“), MANNHEIM („Wissenssoziologie - generationen-typologischer Ansatz“) und PARSONS („Funktionalismus“) werden in kurzer übersichtlicher Form dargestellt.⁶ Mit den hier aufgezeigten Theorien wird nicht nur die Bandbreite an Erklärungsversuchen verdeutlicht, auch die zentralen Begriffe Bedingungsvariablen des Verhaltens und Sozialisation werden vertieft.

HALL stellt in seiner „Psychologie der Adoleszenz“ die These auf, „daß die Entwicklung des Individuums die der Gesellschaft wiederhole und beides als Evolution von der primitiven Wildheit zur zivilisatorischen Reife anzusehen sei. Die Ursache für den emotionalen Sturm und Drang der Adoleszenz war demnach, daß der junge Mensch in zwei gegensätzlichen Richtungen gezogen wird: einerseits zurück zur Primitivität des Steinzeitmenschen, andererseits hin zur Rationalität und Aufgeklärtheit des ‘modernen Menschen’.“ (COHEN 1985, S. 25) Die Theorie von HALL besteht u. a. aus einer Geschichtsauffassung als evolutionärem Prozeß, der sich Schritt für Schritt in Entwicklungsstufen fortbewegt, so daß Individuen und Gesellschaften nach einer hierarchischen Rangskala von mehr oder minder fortgeschrittener Zivilisiertheit bewertet werden können. Hinzu kommt eine Vorstellung von Adoleszenz als innerer Suche und emotionalem Aufruhr, der beherrscht wird von dem Streben nach neuen Erfahrungen und verlorenen Gewißheiten (vgl. COHEN 1985, S. 84).

Für MANNHEIM ist die Jugendfrage vor allem ein Problem der Generationen und nicht der Adoleszenz. Sein generationen-typologischer Ansatz ist einer der ältesten Erklärungsansätze zum Verständnis der Jugend (vgl. SCHÄFERS 1982, S. 29). Die Generation ist weder eine biologische Gegebenheit noch eine bevölkerungsstatistische Kategorie, sondern ein durch das Geburtsdatum bestimmtes soziales Konstruktum, eine Funktion gemeinsamer kultureller Symbole und sozialer Lagerungen (vgl. KRÜGER 1993, S. 285). Das heißt Generationen sind soziale Gruppen, die sich einer gemeinsamen historischen Situation zugehörig fühlen oder durch dieselben geschichtlichen Umstände geprägt wurden. Die Zugehörigkeit zu einem so verstandenen Generationszusammenhang bedingt eine grundsätzliche Ähnlichkeit bestimmter „Verhaltens-, Gefühls- und Denkweisen“ der Mitglieder dieser Generation oder „schließt bei diesen eine große Zahl der möglichen Arten und Weisen des Erlebens, Denkens, Fühlens und

⁶ Ein Versuch, die verschiedenen Ansätze abschließend zu diskutieren, würde voraussichtlich fehlschlagen und zudem den Rahmen dieser Arbeit sprengen, weshalb auf den Aufsatz „Die Jugendfrage überdenken“ von COHEN (1985, S. 22ff.) verwiesen wird.

Handelns aus.“ (MANNHEIN 1970, S. 528-542; zitiert nach SCHULZE 1996, S. 9) Der generationen-typologische Ansatz kann nicht beanspruchen, eine systematische Theorie über die Jugend zu sein. Er hat aber ein sehr altes und immer wieder aktuelles Thema zum Gegenstand: das Verhältnis der Generationen zueinander und die sozialen und kulturellen Bedingungen, unter denen es sich wandelt, mal sehr konfliktreich, mal weniger konfliktreich (vgl. SCHÄFERS 1982, S. 29).

Die von PARSONS formulierte „Theorie des Funktionalismus“ beinhaltet die Grundannahme, daß Jugend und Jugendkultur durch gesellschaftliche Ausdifferenzierung im Übergang von der traditionellen, vorindustriellen zur modernen, industriellen Gesellschaft erfolgt. Die zentralen Argumentationslinien dieses Ansatzes lassen sich nach KRÜGER (1993, S. 286) wie folgt umschreiben. In der traditionellen Gesellschaft vermittelt die Familie ein adäquates Modell für das spätere Leben. Hierbei besteht eine grundsätzliche Kontinuität zwischen den Rollen, die das Kind in der Familie, und den Rollen die der Erwachsene im gesellschaftlichen Rahmen zu erfüllen hat. Im Zuge des gesellschaftlichen Modernisierungsprozesses kommt es zu einer Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Teilsysteme. Es entsteht ein Bruch zwischen der an Normen orientierten familialen Sozialisation und den Rollen, die der Erwachsene als Arbeiter, Staatsbürger und Konsument in der modernen Gesellschaft einzunehmen hat. Genau an dieser Übergangsschwelle kommt es zur Herausbildung der Jugend als spezifische Altersphase und zur Entwicklung von altershomogenen Jugendgruppen. Der Übergang von der familiären Bindung in das Leben der Erwachsenen ist für PARSONS die Periode „struktureller Unverantwortlichkeit“, ein Moratorium zwischen Kindheit und Erwachsensein (vgl. COHEN 1985, S. 28).

Nach COHEN (vgl. 1985, S. 25) wurde HALLS Charakterisierung der Adoleszenz als eine Zeit emotionalen Aufruhrs stark popularisiert und ist heute als wichtigste und allgemeingültigste Abgrenzung von Jugend anzusehen. MANNHEIM spricht mit seinem Konzept des Generationszusammenhangs „ein ganzes Set von Bedingungsvariablen des Verhaltens an, die die spezifische Interaktion des Individuums mit seinem historisch geprägten Umweltkontexten beinhaltet.“ (SCHULZE 1996, S. 9) PARSONS Theorie stellt in der theoretischen und empirischen Sozialisationsforschung eine Ausnahme dar. Sie beinhaltet die kaum bestreitbare Tatsache, daß Sozialisation ein langfristiger, im Prinzip lebenslanger Prozeß ist und nicht als einmalige Prägung durch die Gesellschaft aufgefaßt werden kann (vgl. GEULEN 1991, S. 50).

Die Gesetzgebung ist neben den unterschiedlichen Definitionen ein wichtiger Bestandteil, in dem sich Festlegungen finden lassen, was Jugend ist. Das Jugendgerichtsgesetz (JGG) stellt fest, daß Jugendlicher ist, wer schon 14, aber noch nicht 18 Jahre alt ist (vgl. JGG § 1 Abs. 2).⁷ Daneben gibt es im JGG noch die relevante Regelung, daß die 18- bis 21-jährigen als Heranwachsende bezeichnet werden. Zentrale Grenze im Jugendgerichtsgesetz ist, seit der Volljährigkeitsreform 1975, das 18. Lebensjahr. Ab 18 Jahren ist die jeweilige Person Träger weitgehend aller gesetzlich definierter Rechte und Pflichten (vgl. LENZ 1986, S. 15). Die rechtlichen Festlegungen sagen aber nichts Verbindliches darüber aus, wann und unter welchen Umständen Jugendliche tatsächlich vollständig in den Erwachsenenstatus einrücken (vgl. HURRELMANN 1995, S. 45).

Nach LENZ (1986, S. 19ff.) kann Ordnung in die Definitionsversuche der Jugend gebracht werden, indem drei Arten von Definitionen unterschieden werden:

- Jugend als Altersspanne,

⁷ Jugendgerichtsgesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 11.12.1974; aus Deutsche Gesetze: Sammlung des Zivil-, Straf- und Verfahrensrechts, 89. Auflage, Stand 20.10.1996, München 1996

- Jugend als Bewältigung einer zentralen Aufgabe sowie
- Jugend als Abgrenzung von Kindheit und Erwachsenenalter.

Jugend als Altersspanne

In empirischen Studien, vor allem dann, wenn Anspruch auf Repräsentativität erhoben wird, ist es üblich, Jugend altersspezifisch zu definieren. Beispielsweise wurde in der Shell-Studie 1981 das Alter der Probanden auf 15 bis 24 festgelegt und in der von 1997 auf 12 bis 24 Jahren. In anderen Studien wurden wiederum abweichende Altersgrenzen festgelegt, z. B. in der infas-Studie „Zur Situation der Jugendlichen in NRW“ 1982 auf 12 bis 23 Jahre (vgl. LENZ 1986, S. 19). Die Altersspanne als Abgrenzungskriterium reicht von 12 bis über 30 Jahre. Viele Autoren haben vorgeschlagen, die Phase bis 18 Jahren als Jugendphase und die bis 21 Jahren als Adoleszenz- oder Heranwachsendenphase zu definieren. Die anschließende Phase wird als Nach-Jugendphase (Postadoleszenz) bezeichnet (vgl. JUGENDWERK DER DEUTSCHEN SHELL 1981, S. 100; BAACKE 1993, S. 36ff.). Damit ergibt sich folgende Unterteilung in biologisch und entwicklungspsychologisch mitbedingte Altersgruppen (vgl. SCHÄFERS 1982, S. 12f.):

- die 13- bis 18jährigen (pubertäre Phase): Jugendliche im engeren Sinn,
- die 18- bis 21jährigen (nachpubertäre Phase): die Heranwachsenden und
- die 21- bis 25jährigen und gegebenenfalls älteren: die jungen Erwachsenen, die aber ihrem sozialen Status und Verhalten nach zum großen Teil noch als Jugendliche anzusehen sind.

Bei der Festlegung der Altersgrenzen wird Bezug auf relevante Ereignisse (Einschnitte) im individuellen Lebenslauf genommen. Hierbei wird angenommen, daß diese zumindest für eine Mehrzahl eines Geburtsjahrgangs in diesem Alter eintreten. Die untere Altersgrenze von 13 Jahren ist beispielsweise an der sexuellen Reifung orientiert, wobei die geschlechtsspezifischen Unterschiede vernachlässigt werden. Wird dagegen der Beginn auf 15 Jahre festgelegt, wird auf die Bedingung der Vollzeitschulpflicht Bezug genommen (vgl. LENZ 1986, S. 19f.). Zusammenfassend kann der Schluß gezogen werden, daß es schwierig ist, Altersgrenzen zu finden, die geeignet erscheinen Jugend von anderen Bevölkerungsteilen angemessen abzugrenzen. Die meisten Arbeiten sind sich darüber einig, „daß eine nur altersmäßige Festlegung der Jugendphase nicht möglich und auch wenig sinnvoll ist.“ (BONFADELLI 1990, S. 95)

Jugend als Bewältigung einer zentralen Aufgabe

In dieser Form der Definition wird Jugend durch eine zentrale Aufgabe definiert, die es in diesem Lebensabschnitt zu bewältigen gilt. Zu diesen Aufgaben gehören die Identitätsbildung und die Qualifikation. Die zentrale Aufgabe, die am häufigsten für diese Form der Definition verwandt wird, ist die der Identitätsbildung. Für diese Art der Bestimmung der Jugend sind Arbeiten des Psychoanalytikers ERIKSON grundlegend. Er hat ein lebenslanges Phasenmodell entworfen, in dem die individuelle Entwicklung nach einem universellen Grundplan erfolgt. Dieser Grundplan umfaßt eine feste Abfolge von Phasen. Demnach hat der menschliche Lebenslauf acht Phasen und jede dieser Phasen ist durch eine „psychosoziale Krise“ bestimmt, die das jeweilige Individuum in Auseinandersetzung mit der Umwelt zu bewältigen hat. Für die Adoleszenz als der fünften Phase im Lebenslauf, ist die Identitätsbildung die zentrale Thematik. Identitätsbildung ist im Grunde genommen das ganze Leben hindurch vorhanden, aber in der Jugendphase wird diese dominierend und verschärft sich zu einer Krise. Diese Krise ist

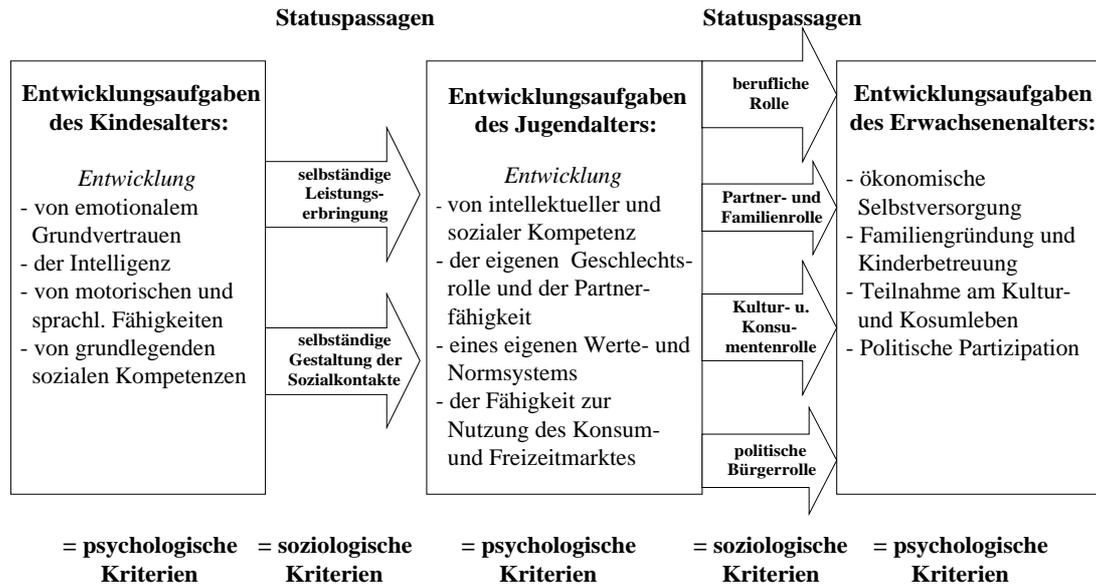
biologisch induziert. Rasches Körperwachstum und physische Geschlechtsreife führen dazu, daß das Individuum alle Identifizierungen aus der Kindheit in Frage stellt. Das Individuum setzt sich nun vermehrt mit sich selbst und seiner Umwelt auseinander (vgl. LENZ 1986, S. 25f.).

Diese Periode wird als ein „psychosoziales Moratorium“ bestimmt, „während dessen der Mensch durch freies Rollen-Experimentieren sich in irgendeinem der Sektoren der Gesellschaft seinen Platz sucht, eine Nische, die fest umrissen und doch wie einzig für ihn gemacht ist. Dadurch gewinnt der junge Erwachsene das sichere Gefühl innerer und sozialer Kontinuität, das die Brücke zwischen dem bildet, was er als Kind war, und dem, was er nunmehr im Begriff ist zu werden; eine Brücke, die zugleich das Bild, in dem er sich selbst wahrnimmt, mit dem Bild verbindet, unter dem er von seiner Gruppe, von seiner Sozietät erkannt wird.“ (ERIKSON 1973, S. 137f.; zitiert nach BAETHGE 1985, S. 104) Unter „psychosozialem Moratorium“ wird ein Aufschub erwachsener Verpflichtungen verstanden. Es ist eine Periode des weitreichenden Gewährenlassens seitens der Erwachsenen und der provokativen Verspieltheit seitens der Jugendlichen, die am Ende eine Ich-Identität ausbildet. Die Schwachstelle dieser Definitionsform ist darin zusehen, daß eine zentrale Aufgabe zum Problem der Lebensphase schlechthin erhoben wird, obwohl diese Aufgabe bestenfalls nur einen Teilaspekt der Jugendphase abdeckt. „Identitätsbildung und Qualifikation stellen unbestritten wichtige Anforderungen dar, mit denen ein Individuum in diesem Abschnitt seines Lebenslaufs konfrontiert wird, dennoch reicht keine der beiden Aufgaben aus, Jugend hinreichend zu bestimmen.“ (LENZ 1986, S. 27f.)

Jugend als Abgrenzung von Kindheit und Erwachsenenalter

Die dritte Definitionsform bestimmt Jugend in Abgrenzung gegenüber der Kindheit und dem Erwachsenenalter. „Der Jugendliche ist ‘Nicht-mehr-Kind’ und ‘Noch-nicht-Erwachsener’.“ (LENZ 1986, S. 21) Aus den bisherigen Erörterungen ergibt sich, daß Jugend sowohl nicht rein biologisch und altersmäßig als auch über die Bewältigung einer zentralen Aufgabe definiert werden kann. Zur Eingrenzung der Jugendphase müssen unter anderem die psychische Entwicklung und die soziale und psychologische Position und Situation des Jugendlichen berücksichtigt werden (vgl. SCHÄFERS 1982, S. 14). Die meisten jugendbezogenen Definitionen unterscheiden sich dahingehend, „ob sie ‘Jugend’ eher als entwicklungspsychologisches oder als gesellschaftlichsoziologisches Phänomen thematisieren. Während in der ersten Perspektive Prozesse der Individuation im Zentrum stehen, bezieht sich letztere vorab auf die Integrationsproblematik. Fazit: Eine nur psychologische wie auch eine nur soziologische Betrachtung von ... Jugend greift zu kurz.“ (BONFADELLI 1990, S. 95) HURRELMANN (1995) zieht bei seiner Abgrenzung der Jugend von Kindheit und Erwachsenenalter psychologische und soziologische Kriterien heran, so daß er den genannten Kritikpunkten begegnet. Die folgende Abbildung zeigt die Abgrenzung von der Jugendphase gegenüber der Kindheit und dem Erwachsenenalter unter Berücksichtigung von psychologischen und soziologischen Kriterien.

Abbildung 3: Entwicklungsaufgaben in drei Lebensphasen und Statuspassagen



Quelle: eigene Darstellung; in Anlehnung an HURRELMANN 1995, S. 47

Mit der Einbeziehung von psychologischen Kriterien wird auf die erheblichen Umbrüche im körperlichen und seelisch-psychischen Gestaltwandel jedes einzelnen Jugendlichen hingewiesen. Die soziologische Perspektive betont dagegen die strukturellen Spannungen und Widersprüche, die für die Lebensphase Jugend typisch sind. Die zur Abgrenzung herangezogenen psychologischen Kriterien orientieren sich an dem aus der Entwicklungspsychologie stammenden Begriff der „Entwicklungsaufgabe“. Dieser Begriff hat sich als ein Konzept durchgesetzt, um die Umsetzung von körperlichen, psychischen und sozialen Anforderungen in den einzelnen Lebensphasen in individuelle Verhaltensprogramme zu bezeichnen. Die Entwicklungsaufgabe wird definiert, als die psychisch und sozial vorgegebenen Erwartungen und Anforderungen, die an Personen in einem bestimmten Lebensabschnitt gestellt werden. „Die Entwicklungsaufgaben sind also psychosoziale Bezugssysteme, innerhalb derer die eigene Persönlichkeitsentwicklung vorgenommen werden muß.“ (HURRELMANN 1995, S. 33) Die in Abbildung 3 aufgeführten soziologischen Kriterien knüpfen an die psychologischen an und nehmen das Konzept der Entwicklungsaufgaben mit auf. Im Vordergrund der soziologischen Betrachtung steht die Frage, zu welchem Grad und in welchen Bereichen der Prozeß des Einrückens in die verantwortlichen gesellschaftlichen Mitgliedsrollen erfolgt. „Die Jugendphase kann in dieser Perspektive als der entscheidende Lebensabschnitt definiert werden, in dem die in der Kindheit erworbenen individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten so weiterentwickelt und entfaltet werden, daß die für die Übernahme der späteren Erwachsenenrolle wichtigen Kompetenzen erworben werden.“ (HURRELMANN 1995, S. 38)

Sofern Veränderungen der sozialen Verhaltensanforderungen ein derartiges Ausmaß annehmen, daß man vom Übergang von einer sozialen Position in eine andere sprechen kann, dann läßt sich von einem Positions- oder Statusübergang („Statuspassage“) sprechen. Wie aus der Abbildung ersichtlich ist der Übergang vom Kind zum Jugendlichen eine solche Statuspassage sowie der Übergang vom Jugendlichen zum Erwachsenen. Beide Statusübergänge sind nicht

eindeutig definiert und zeitlich fixiert. Eine klare und eindeutige Angabe, wann die Übergänge erfolgen, ist daher nicht möglich. Die Einbeziehung von psychologischen und soziologischen Kriterien gibt Anhaltspunkte dafür, daß Jugend als Abgrenzung von Kindheit und Erwachsenenalter möglich ist. Jugend ist eine Lebensphase, die sich in ihrer inneren Gestalt deutlich von den vorangehenden und nachgehenden Lebensabschnitten unterscheidet. Es handelt sich hierbei um einen charakteristischen Stellenwert im menschlichen Lebenslauf, der sich nicht zuletzt auch aus den vielfältigen Vorgaben seitens der Gesellschaft ergibt. Die Jugendphase ist weder als eine bloße Verlängerung der Kindheitsphase noch als eine reine Durchgangsphase zum Erwachsenenalter zu verstehen. Ohne Zweifel werden grundlegende Strukturen der Persönlichkeit auch schon in der Kindheit ausgebildet, aber es kommt in der Jugendphase zu einer Neubestimmung der Persönlichkeitsdynamik, die die vorhergehenden Strukturen erheblich verändert und in ein neuartiges und andersartiges Gesamtgefüge einbettet. Das Jugendalter ist dadurch charakterisiert, daß die Fähigkeiten und Fertigkeiten erworben werden, die für den anschließenden Erwachsenenstatus typisch und selbstverständlich sind. Zugleich kommt es wegen der im Jugendalter charakteristischen unvoreingenommenen Aneignungs- und Auseinandersetzungsprozesse keinesfalls zu einer einfachen Übernahme von gesellschaftlichen Vorgaben. Vielmehr ist in diesem Lebensabschnitt das Ausmaß von kreativer und eigenständiger Gestaltung, von aktiver und produktiver Auseinandersetzung mit den inneren und äußeren Lebensbedingungen von sehr großer Bedeutung. Gerade die unabgeschlossenen und offenen Verhaltensweisen sind als typisch für die Jugendphase anzusehen (vgl. HURRELMANN 1995, S. 51).

Festzuhalten bleibt, daß das, was in der Jugend erfahren wird und die Fähigkeiten und Fertigkeiten, die erworben werden, sich zumindest zum Teil in jungen Jahren des Erwachsenseins durchsetzen bzw. beibehalten bleiben. Übertragen auf das Themenfeld dieser Arbeit bedeutet diese Feststellung, daß für das Verhalten bei der Verkehrsmittelwahl und bei anderen verkehrsrelevanten Verhaltensweisen die Phase der Jugend tatsächlich eine entscheidende, prägende Stellung einnimmt. Die Definition von Jugend als Abgrenzung von Kindheit und Erwachsenenalter nach psychologischen und soziologischen Kriterien ist nach Auffassung des Autors die fundierteste Definition von Jugend. Aus diesem Grunde wird im folgenden versucht, diese Definition, welche das Konzept der Entwicklungsaufgaben und Statuspassagen beinhaltet, auf die Mobilität von Jugendlichen zu übertragen.

Übertragung des Konzeptes der Entwicklungsaufgaben und Statuspassagen auf die Mobilität von Jugendlichen

Wie in der Abbildung 3 verdeutlicht, stehen Jugendliche einer Fülle sogenannter Entwicklungsaufgaben gegenüber, die mit Hilfe von Statuspassagen überwunden werden. Die gesellschaftlich definierten Entwicklungsnormen markieren aber nur den groben Rahmen individueller Entwicklung eines Jugendlichen. Zwischen den gesellschaftlichen Entwicklungsnormen und den eigenen individuell definierten Lebenszielen von Jugendlichen besteht des öfteren ein diskrepantes Verhältnis. Jugendliche stehen somit vor der Aufgabe, sich mit diesen Entwicklungsnormen auseinanderzusetzen und eigene Entwicklungsziele zu definieren. Auch im Laufe der Mobilitätsbiographie "sind Verkehrsteilnehmer je nach ihrer Stellung im Lebenszyklus unterschiedlichsten verkehrlichen Entwicklungsaufgaben gegenübergestellt, deren Lösung auf individueller Weise gelingen oder mißlingen kann." (SCHULZE 1996, S. 10) Mit dem Hintergrund wechselnder verkehrlicher Rahmenbedingungen werden Teilnehmer am Verkehr je nach ihrer Stellung im Lebenszyklus immer wieder mit für sie neuen mobilitätsbezogenen Entwicklungsaufgaben konfrontiert. Die Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben muß auf der Grundlage spezifischer physiologischer und psychologischer Rahmenbedingungen erfolgen. Für Kinder besteht eine vordringliche mobilitätsbezogene Entwicklungsaufgabe darin, die Kontrolle über den labilen Gleichgewichtszustand eines Fahrrades zu erlangen. Junge Fahrer stehen dagegen beispielsweise vor der Aufgabe, ihre psychischen Bedürfnisse nach Anerkennung und Kompetenz mit den Anforderungen an die Sicherheit im Straßenverkehr in Einklang zu bringen. Mobilität ist in vielerlei Hinsicht mit dem psychologischen Entwicklungsgeschehen verbunden, wobei diese Beziehung ein System gegenseitiger Beeinflussung und Abhängigkeit ist. Mobilitätsbezogene Einstellungen und Verhaltensweisen werden vor dem Hintergrund sich wandelnder historischer und gesellschaftlicher Kontexte im Rahmen der (Verkehrs-) Sozialisation geformt und gefestigt. Die Mobilitätsbiographie des Einzelnen wird durch vielfältige gesellschaftliche Sozialisationsinstanzen mehr oder weniger planvoll begleitet und geformt (vgl. SCHULZE 1996, S. 10).

Auch das Konzept der Statuspassagen läßt sich auf die Mobilitätsbiographie übertragen, sofern unter Statuspassage mehr als im vorherigen Abschnitt verstanden wird. In Anlehnung an BEHNKEN/ZINNECKER (1992, S. 127 f.; zitiert nach SILBEREISEN et al. 1996, S. 151) wird von folgendem ausgegangen: „Die Grundidee ist, daß man in seinem Leben viele große, aber auch kleine Dinge irgendwann einmal zum ersten Mal tut - tun kann, tun will, aber auch tun muß ... Wer zum erstenmal Alkohol trinkt, zum erstenmal küßt oder ein Freischwimmerzeugnis erlangt, der vollzieht eine - vielleicht nur kleine - Statuspassage. Er bewegt sich vom Status des unerfahrenen Trinkers, Küssenden oder Schwimmenden zu einem, der zur Gemeinde der Erfahrenen und Eingeweihten gehört ... Solche Statuspassagen vollziehen wir ein Leben lang. Die vielen kleineren und größeren lebenslaufbegleitenden und -strukturierenden Statuspassagen treten im Lebenslauf in gebündelter Form auf. Sie verdichten sich zu übergeordneten Statuskonfigurationen, die wir im allgemeinen als globale Übergänge von einer Lebensphase zur nächsten identifizieren.“ Unter solch definierten Statuspassagen läßt sich auch der schrittweise Zugewinn an Mobilität fassen. Dies beinhaltet den erstmaligen Besitz

eines Fahrrades, eines Mopeds/Motorrades, den Erwerb eines Führerscheines, den Besitz eines eigenen Autos, die selbständige Bewältigung des Öffentlichen Verkehrssystems. Hinzu kommt sowohl der Übergang von einer Grund- zu einer weiterführenden Schule als auch der Übergang in den Beruf und die damit in Zusammenhang stehende Vergrößerung des Aktionsraumes der Jugendlichen.

Anlehnend an die vorgestellten Statuspassagen und Entwicklungsaufgaben der Mobilität wird die Abgrenzung der zu untersuchenden Altersklassen dieser Arbeit gewählt. Der empirische Teil der vorliegenden Arbeit umfaßt die 13- bis 21jährigen Jugendlichen in Dortmund, die in drei Altersklassen unterschieden werden:

- 13- bis 15jährige,
- 16- bis 18jährige und
- 19- bis 21jährige.

Die Altersklasse der 13- bis 15jährigen lehnt sich an den in diesem Zeitraum einsetzenden Wunsch nach mehr Mobilität in Alltag und Freizeit an. Hinzu kommt, daß in diesem Alter die Jugendlichen über die notwendigen Voraussetzungen für die selbständige Benutzung des Öffentlichen Verkehrs auch in der Freizeit verfügen (vgl. KALWITZKI 1991, S. 13) und aus dem Spielzeug Fahrrad mehr und mehr das Transportmittel Rad wird (vgl. LIMBOURG 1997, S. 35). Zur Abgrenzung der Altersklasse der 16- bis 18jährigen wird die in diesem Altersabschnitt beginnende Motorisierung und der Führerscheinwerb der Klasse 1b und 3 herangezogen. Das Fahren auf dem motorisierten Zweirad eröffnet die Möglichkeit, sich eigenständig neue Aktionsräume zu erschließen und sich dem Zugriff der Erwachsenen zeitweise zu entziehen. „Daneben bietet das Fahren die Möglichkeit der Befriedigung ... weiterer psychischer Bedürfnisse ...“ (SCHULZE 1996, S. 11) Zwar ist mit 15 Jahren die Möglichkeit gegeben, die Mofabescheinigung zu erlangen, von dieser Möglichkeit wird jedoch in geringem Umfang Gebrauch gemacht. Im Jahre 1996 wurden in der ganzen Bundesrepublik lediglich 8.000 Mofabescheinigungen ausgestellt, so daß erst mit 16 Jahren die Motorisierung bei Jugendlichen richtig beginnt.⁸

Ähnliches gilt für die Grenzziehung der oberen Altersgrenze von 18 Jahren. Mit 18 Jahren ist die Möglichkeit gegeben den Führerschein Klasse 3 zu machen, wovon auch die meisten jungen Leute Gebrauch machen. 84,0% der 18- bis 19jährigen Männer und 68,0% der Frauen hatten 1991 eine Pkw-Fahrerlaubnis (vgl. VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 128ff.). Da das Auto gegenüber dem motorisierten Zweirad (und dem Fahrrad) einen wesentlich größeren Aktionsradius ermöglicht und gleichzeitig ein Stück mobiler Privatsphäre verschafft, wird der Wunsch nach ständiger Pkw-Verfügbarkeit für viele Heranwachsende zu einem zentralen Punkt ihrer Zukunftsperspektive (vgl. SCHULZE 1996, S. 11). Über einen Wagen verfügen 80,0% der jungen Männer und 60,0% der jungen Frauen im ersten Jahr nach Ablegung der Fahrprüfung. Dagegen besitzen im zweiten Jahr nach Ablegung der Fahrprüfung dieselben Anteile einen eigenen Wagen (vgl. KALWITZKI 1991, S. 9). Der weiter verbreitende Besitz eines eigenen

⁸ Hierin sind auch die ausgegebenen Fahrerlaubnisse enthalten, die von Leuten über 15 Jahren erworben wurden.

Autos ist daher für diese Altersklasse der entscheidende Unterschied zu der vorherigen Altersklasse.

3 VERKEHRSMITTELWAHL ALS FORSCHUNGSFELD

3.1 Begriffsabgrenzungen und Modellbedarf

Eine Voraussetzung für das Verstehen und die Effizienz der vorliegenden Untersuchung ist, daß die verwandten Begriffe in gleicher Weise begriffen werden. Zu den zentralen Begriffen dieser Arbeit zählen Mobilität, Mobilitätsverhalten, Verkehrsmittel und Verkehrsmittelwahl. Ein weiterer zentraler Begriff, der der Jugend, wurde bereits eingehend erklärt und definiert. Was in der vorliegenden Untersuchung unter den einzelnen Begriffen verstanden wird, muß zunächst definiert bzw. problembezogen abgegrenzt werden.

Der Begriff Mobilität geht auf „mobilitas“ zurück, was nicht nur Beweglichkeit, sondern auch Schnelligkeit, Gewandtheit, Unbeständigkeit und Wankelmut bedeutet. Wie diese Auflistung zeigt, ist Mobilität durchaus ambivalent (vgl. FLADE 1994, S. 5). In dieser Arbeit geht es um die räumliche Mobilität, die „Positionsveränderungen von Menschen, Gütern oder Informationen innerhalb eines Systems“ (KALWITZKI 1994, S. 12) umfaßt. Räumliche Mobilität muß man zwischen residentieller und zirkulärer Mobilität unterscheiden. „Von residentieller Mobilität spricht man, wenn eine Person den Hauptwohnsitz ändert. Zirkuläre Mobilität meint dagegen, daß ein Ort nur für eine bestimmte Zeit verlassen und wieder aufgesucht wird (z. B. die Fahrt zur Arbeit). Während sich in den 70er Jahren die meisten Forschungsarbeiten mit der residentiellen Mobilität beschäftigten, rückt seit den 80er Jahren immer mehr die zirkuläre Mobilität ins Zentrum des Interesses. Ein Grund für diesen Wandel liegt darin, daß die zirkuläre Mobilität immer mehr zum Problem wird.“ (SCHMITZ 1994, S. 103)⁹ Beschränkt man sich auf die zirkuläre Mobilität von Personen, wie es in dieser Arbeit geschehen ist, dann handelt es sich nach KALWITZKI (1994, S. 12) dabei vor allem um

- die Wahl von (Stand- und Ziel-) Orten, die im Rahmen der Bewältigung des Alltagslebens, zur Entfaltung anderer Aktivitäten, aufgesucht werden (z. B. Wohnort, Arbeitsplatz, Einkaufs- oder Freizeitorte),
- die raum-zeitliche Überwindung der Entfernung zwischen den gewählten Orten (Ortsveränderungen), die weiter differenziert werden kann nach
 - Verkehrsmittelwahl,
 - Fortbewegung oder Verkehrsverhalten selbst (Manöver- und Kontrollebene; z. B. riskanter, rücksichtsloser und umweltschädlicher Gebrauch des Autos) sowie
 - für die Fortbewegung notwendigen vor- oder nachbereitenden Handlungen.

In der Literatur wird keine eindeutige Definition von Mobilitätsverhalten durchgängig genutzt. Je nach Problemstellung wird Mobilitätsverhalten nach anderen Gesichtspunkten unterteilt bzw. einzelne Aspekte werden hinzugenommen oder abgetrennt. Da in den aktuellen Diskussionen vor allem die zwei Aspekte „Verkehrsmittelwahl“ und „Verkehrsverhalten“ problematisiert werden und in der Zielsetzung der Untersuchung die grundsätzliche Intention in einer zukünftigen bewußten Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen liegt, wurde eine Eingrenzung auf den Aspekt der Verkehrsmittelwahl vorgenommen. Diese Begrenzung

⁹ Eine umfangreiche Beschreibung der verschiedenen Formen von Mobilität findet sich bei HAUTZINGER et al. 1994, S. 12ff.

bedeutet aber nicht, daß die Verkehrsmittelwahl die einzige relevante Fragestellung des Mobilitätsverhaltens darstellt. Mit Hilfe des empirischen Teils der Arbeit werden ebenfalls weitere Aspekte des Mobilitätsverhaltens von Jugendlichen analysiert; die vorrangige Beachtung wird aber der Verkehrsmittelwahl und deren Einflußgrößen geschenkt.

In den Verkehrswissenschaften sind verschiedene Begriffe üblich, die sich auf das gemeinsame Objekt „Verkehrsmittel“ beziehen. Dieses Objekt wird dabei aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet bzw. es werden verschiedene theoretische Konzepte angewendet. Der auch in Deutschland meistgebrauchte Begriff „Modal Split“ bezieht sich auf ein Teilmodell der aggregierten Verkehrsplanungsmodelle (s. S. 21). Der „Modal Split“ bezeichnet nicht die Ebene der Verkehrsmittelnutzung, sondern er bezieht sich auf die Auswirkungen der Verkehrsmittelscheidungen bezüglich der Anteile der Verkehrsmittel am gesamten Verkehrsaufkommen. Die Verkehrsmittelwahl ist dagegen auf die Entscheidungen der Verkehrsteilnehmer gerichtet (HARTGEN 1970, S. 2 und INFAS 1970, S. 1; in Anlehnung an HELD 1980, S. 49). Dieser Begriff ist für diese Untersuchung als geeigneter anzusehen, da er auf der Ebene der Verkehrsteilnehmer ansetzt, also bei den Jugendlichen. Dennoch lassen sich Einwände gegen die Interpretation der Verkehrsmittelwahl als Wahl im engeren Sinne anführen. „Da der Verkehrsteilnehmer nicht vor jeder Nutzung eines Verkehrsmittels eine bewußte Abwägung unter den denkbaren und möglichen Alternativen im Sinne einer echten Entscheidung trifft, sondern die Verkehrsmittelnutzung in starkem Maße habitualisiert¹⁰ ist, ergibt sich, daß die üblichen Verknüpfungspunkte nicht zur Erklärung des Prozesses, sondern nur zur Abbildung des Verhaltens heranzuziehen sind (insofern ist der auch bei uns zu Abkürzungszwecken verwendete, übliche Terminus ‘Verkehrsmittelwahl’ (Hervorhebung im Original, d. Verf.) nicht korrekt).“ (HELD et al. 1981, S. 402; zitiert nach LITTIG 1995, S. 39)

Im folgenden werden nach eingehender Literaturrecherche Modelle und Theorien¹¹ der Verkehrsmittelwahl aufgezeigt, womit ein - notwendigerweise verkürzter - Ausschnitt des Forschungsstandes gegeben wird, der für diese Arbeit von Interesse ist. Hiermit wird der weitere theoretische Bezugsrahmen, nach den jugendtheoretischen Grundlagen, dieser Arbeit gelegt. Dabei wird weniger eine ausführliche Darstellung der einzelnen Theorien und Modelle angestrebt, sondern versucht, die für diese Untersuchung wichtigen Strukturelemente herauszuarbeiten sowie deren Einbeziehung in die weitere Arbeit herauszustellen. Dies erscheint insofern gerechtfertigt, als bisher noch kein Ansatz den Status eines zentralen, forschungsleitenden Paradigmas in der Erforschung der Verkehrsmittelwahl erlangen konnte. Für die Auseinandersetzung mit den Theorien und Modellen der Verkehrsmittelwahl wurden folgende fünf Zielsetzungen entwickelt:

- mit Hilfe dieses Kapitels sollen die Hypothese und die Fragestellungen konkretisiert werden; diese stellen gleichzeitig die Grundlage für die empirische Untersuchung dar,
- Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl sollen herausgearbeitet werden,

¹⁰ habitualisiert = „automatische, unreflektierte Reaktionen ohne Mittel-Ziel-Kalkulationen“ (ESSER 1990, S. 234; zitiert nach HAUTZINGER et al. 1994, S. 20f.)

¹¹ Modelle werden in der Mobilitätsforschung zu Formeln oder Gleichungen zusammengefaßte Variablenzusammenhänge bezeichnet, die entweder entsprechend der Nationalökonomie rein formallogisch aufgebaut sind oder die mathematische Formalisierung einer Theorie darstellen. Unter Theorien sind logisch konsistente Systeme von Hypothesen oder auch einzelne Hypothesen zu verstehen (vgl. FRANZ 1984, S. 47).

- es soll zum Verständnis des Verkehrsmittelwahlverhaltens im allgemeinen und im speziellen von Jugendlichen beigetragen werden, in dem die ausgearbeiteten Determinanten in einer empirischen Untersuchung auf ihre Bedeutung für die Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen hin untersucht werden,
- es soll dargelegt werden, daß die Verkehrssozialisation einen entscheidenden Einfluß auf die zukünftige alltägliche Verkehrsmittelwahl hat und
- durch das Herausarbeiten der Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl und die Behandlung der Theorien und Modelle wird eine Grundlage für das Kapitel 4 geschaffen, das hierauf aufbauend planerische Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl aufzeigt.

3.2 Entwicklung des Forschungsfeldes Verkehrsmittelwahl

Im Laufe der vergangenen vier Jahrzehnte wurde eine Vielzahl von Modellen und Theorien zur Bestimmung der Verkehrsmittelwahl erstellt sowie ständig verbessert und verfeinert (vgl. WALTHER 1991, S. 3). Erstmals im Zuge von großangelegten Stadtverkehrsstudien in den USA wurde in den 50er Jahren die Verkehrsmittelwahl zum eigenständigen Untersuchungsgegenstand verkehrswissenschaftlicher Arbeiten (vgl. HELD 1980, S. 55). Die Vielfalt und Verschiedenheit der seither entwickelten Ansätze zur Verkehrsmittelwahl lassen sich durch folgende Aspekte erklären:

- Die einzelnen Ansätze haben sich seit ihren Anfängen in der Regel nicht einander abgelöst, sondern jeder einzelne Ansatz wurde weiterverfolgt und weiterentwickelt. Anders ausgedrückt sind die zunächst vorhandenen Modelle und Theorien nicht mit Auftreten der neuen Richtungen verschwunden. Viele der Ansätze stehen auch nicht im Widerspruch zueinander - wie dies in der Argumentation von Verkehrswissenschaftler in der Literatur häufig den Anschein hat - sondern sie ergänzen sich (vgl. HELD 1980, S. 24 und S. 60).
- Neben den verkehrsmittelwahlspezifischen Ansätzen und Untersuchungen sind auch aus benachbarten Untersuchungen Anregungen und Einzelergebnisse für das Forschungsfeld Verkehrsmittelwahl von Interesse. Beispielsweise können Untersuchungen zur Verkehrsmittelnutzung bestimmter Bevölkerungsgruppen herangezogen werden.
- Während die ersten ingenieurwissenschaftlichen Modellansätze überwiegend der Beschreibung des Verkehrsgeschehens dienten, wurden zunehmend die Wirkungen der Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen (policy sensitivity) z. B. des Öffentlichen Verkehrs interessant. Um „gezielte Beeinflussungsmaßnahmen vornehmen zu können“ (HELD 1980, S. 24) ist ein wesentlich differenzierteres und vertieftes Verständnis der Verkehrsmittelwahl erforderlich. Verkehrsmittelwahl wurde so zum Gegenstand weiterer Disziplinen, wie der Ökonomie, der Soziologie und der Psychologie, die sich dem Themenfeld auf zum Teil recht unterschiedlicher Weise nähern.

3.3 Aggregierte Modelle

Verkehrswissenschaftliche Modelle sind überwiegend Verkehrsnachfragemodelle. Sie dienen der Beschreibung des Verkehrsgeschehens und in der Hauptsache der Prognose der zukünftigen Entwicklung des Verkehrsgeschehens. Auf der Grundlage zu erwartender Belastungswerte soll das Verkehrssystem auf seine Leistungsfähigkeit hin bewertet werden. Diese Bewertung ist die Grundlage für die Planung der weiteren verkehrlichen Infrastruktur (vgl. BARON 1995, S.

5ff.). Die Beschreibung des Verkehrsgeschehens und die Prognose der zukünftigen Entwicklung des Verkehrsgeschehens erfolgt klassisch durch vier Teilmodelle:

1. Abschätzung des Verkehrsaufkommens (Verkehrserzeugung),
2. Räumliche Verteilung des Verkehrsaufkommens (Verkehrsverteilung),
3. Verkehrsmittelwahl (Modal Split) und
4. Routenwahl (Verkehrsumlegung).

Bei den in diesem Abschnitt vorgestellten, in der Literatur auch als „strukturdatenorientierte“ bezeichneten Teilmodelle (vgl. BARON 1995, S. 21), die am Beginn der Modellentwicklung standen und stark ingenieurwissenschaftlich geprägt sind, wurde die Vierteilung bis heute aufrechterhalten. „Untersucht wurden und werden zumeist zu Prognose- und Planungszwecken räumliche Verkehrszellen hinsichtlich der Verkehrserzeugung, der Verkehrsverteilung, des Modal Split und der Verkehrsumlegung.“ (LITTIG 1995, S. 27) Aufgrund der gewählten Eingrenzung dieser Arbeit auf das Themenfeld der Verkehrsmittelwahl, wird im folgenden auch nur dieses Teilmodell dargestellt.¹² Dem dritten Teilmodell liegt die Annahme zugrunde, daß die Verkehrsmittelwahl mit Daten der Raum- und Siedlungsstruktur (einschließlich des Verkehrssystems) und soziodemographischen Daten einer räumlichen Einheit („Verkehrszelle“) korreliert. Das Verhalten der Verkehrsteilnehmer wird damit vollkommen durch äußere, objektive Merkmale bestimmt und die Verkehrsteilnehmer besitzen keinerlei Verhaltensspielräume. Das Interesse ist nicht auf das eigentliche Verkehrsverhalten und dessen Ursachen gerichtet, sondern auf „die aggregierten Auswirkungen der Verkehrsmittelentscheidungen.“ (HELD 1980, S. 56) Dabei ist die Untersuchungseinheit nicht der individuelle Verkehrsteilnehmer, sondern es sind die nach räumlichen Gesichtspunkten eingeteilten Verkehrszellen. Im Durchschnitt sollen sich, so wird angenommen, die Unterschiede zwischen den Verkehrsteilnehmern einer Verkehrszelle ausgleichen (vgl. HELD 1980, S.56 ff.). Zur Beschreibung des Ist-Zustandes waren diese Modelle sicherlich geeignet. Als Problem ergab sich allerdings, daß dieser Ist-Zustand durch Trendexploration bei Prognosen fortgeschrieben wurde (vgl. BARON 1995, S. 36). Bei diesen Modellen muß aber unterstellt werden, daß die wichtigen verkehrsrelevanten Beziehungen annähernd gleich bleiben. Auf ihrer Grundlage lassen sich daher keine Abschätzungen über die Wirkungen von Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen vornehmen, d. h. daß sie „demnach für Prognosen bezüglich der Wirkungen von Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen (policy sensitivity) nicht geeignet“ (HELD 1980, S. 57) sind. Weitere Kritik an diesen Modellen kann zusammenfassend wie folgt umschrieben werden:

- die aggregierten Modelle berücksichtigen fast ausschließlich den Pkw und den Öffentlichen Verkehr (u. a. LITTIG 1995, S. 27)¹³,
- es wurde keine systematische Analyse der Arten der vermutlichen Einflußfaktoren vorgenommen, sondern je nach Untersuchungsgebiet ad hoc unterschiedliche Einflußfaktoren herangezogen (vgl. HELD 1980, S. 57),
- das unterstellte mechanistische Menschenbild („Reiz-Reaktions-Muster“: Der Mensch ist kein denkendes, soziales Wesen) (vgl. KASPER 1996, S. 17) und

¹² Eine übersichtliche Darstellung der anderen Teilmodelle findet sich u. a. bei BARON (1995, S 7-58).

¹³ Die Außerachtlassung von Radfahrern und Fußgängern ist auf die Gegebenheiten in den amerikanischen Großstädten zurückzuführen, auf die diese Modelle zuerst angewandt wurden.

- der Rückkopplungseffekt von Realität gewordenen Planungen auf das Verkehrsaufkommen wurde übersehen oder interessierte nicht (vgl. VERRON 1986, S. 104).

Die aggregierten Modelle und ihre Weiterentwicklungen sind nach HELD (1980, S. 61) und MOLT (1990, S. 556) die verbreitetsten Modelle, was u. a. auf die ingenieurwissenschaftliche Dominanz in der Verkehrsplanung und die einfache Operationalisierung zurückzuführen sein dürfte. Die aggregierten Modelle tragen, bezogen auf die Zielsetzung der Herausarbeitung der Einflußgrößen auf das Verkehrsmittelwahlverhalten und deren Operationalisierung für die empirische Untersuchung insbesondere zum Verständnis der objektiven Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl bei. Zu den einbezogenen Faktoren zählen z. B.

- Entfernungen, Bebauungsdichte, Einwohner und Bevölkerungsdichte,
- Anzahl der Beschäftigten und Arbeitsplätze,
- Alter und Geschlecht sowie Pkw-Dichte,
- durchschnittliche Einkommen,
- durchschnittliche Reisezeiten/Fahrzeiten und mittlere Fahrzeiten (vgl. HAUTZINGER 1978, S. 28; HELD 1980, S. 16 und 56f.; VERRON 1986, S. 104).

Insbesondere der Pkw-Besitz und die Fahrzeiten sind auch in allen späteren Modellentwicklungen von großer Bedeutung (HELD 1980, S. 56). Eine Übersicht über verwendete Eingangsgrößen in ausgewählten „Modal-Split“-Modellen ist bei WALTHER (1991, S. 13) zu finden. Unter Berücksichtigung des sich wandelnden Planungsverständnisses weg von der Anpassung der zukünftigen Infrastruktur an das zu erwartende Verkehrsaufkommen hin zu einer aktiven Gestaltung des Verkehrsgeschehens nach ökologischen und sozialen Zielsetzungen und der dargelegten Schwächen und Probleme entwickelten sich neue Forschungsrichtungen, die in den folgenden Abschnitten dargestellt werden.

3.4 Disaggregierte verhaltensorientierte Modelle

Die genannten Unzulänglichkeiten der traditionellen, aggregierten Modelle führten vor allem in Großbritannien und in den USA zur Entwicklung der disaggregierten verhaltensorientierten Modelle (vgl. KREIBICH 1981, S. 212). Ein bedeutsamer, auslösender Faktor war die Wichtigkeit der Abschätzung der Wirkungen von Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen. Disaggregierte verhaltensorientierte Modelle wurden zu dem Zweck entworfen, „die Effekte einzelner vor allem ‘kleinteiliger’ Maßnahmen auf das Nutzerverhalten vorherzusagen und damit auch eine Entscheidungsgrundlage für oder gegen einzelne Maßnahmen zu liefern.“ (VERRON 1986, S. 104) Die hier behandelten Ansätze gehen zurück bis an den Anfang der 60er Jahre, „wobei zunächst durchwegs das Problem der Verkehrsmittelwahl für Arbeitsfahrten im Vordergrund stand.“ (HAUTZINGER 1978, S. 28) Seit Beginn der 70er Jahre wurden sie zunehmend auch in anderen Bereichen der Verkehrswissenschaft berücksichtigt. „Erst in einem späteren Zeitpunkt der Entwicklung wurden diese *Ansätze* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) auf andere Teilfragestellungen wie die Verkehrswegewahl, Zielortwahl und benachbarte Entscheidungen wie PKW-Kauf etc. angewandt.“ (HENSHER/STOPHER; zitiert nach HELD 1980, S. 58) In Kurzform lassen sich diese Ansätze wie folgt umschreiben (in Anlehnung an HELD 1980, S. 58ff.; KUNERT 1992, S. 111f.; VERRON 1986, S. 103f.): Bei den disaggregierten verhaltensorientierten Modellen ist die Untersuchungseinheit das Individuum, und das Verkehrsverhalten rückt anstelle der Verkehrszellen in den Mittelpunkt. Im Gegensatz zu den aggregierten Modellen

wird hier auf die unterste relevante Entscheidungseinheit abgestellt, die Träger des Verkehrsverhalten sind. Dies hat zur Folge, daß die zwingende Aggregation durch eine Aggregation von Individuen, die durch gemeinsame Ausprägungen eines oder mehrerer ihrer soziodemographischer Merkmale bestimmt sind, erfolgt. Das Verkehrsverhalten wird aus sozioökonomischen Merkmalen der Individuen und aus objektiven meßbaren Eigenschaften abgeleitet.

Zur Erklärung der Verkehrsmittelwahl werden neben Strukturdaten und sozioökonomischen Merkmalen (z. B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Pkw-Besitz) hauptsächlich die Attribute Zeit und Kosten der Verkehrsmittelalternativen herangezogen (vgl. HELD 1980, S. 71). Zeit wird teilweise noch in Gesamtzeit und in „Excess-Time“ (enthält Elemente wie Warte-, Fußwegezeiten, etc.) unterschieden. Dabei wird der Entscheidungsträger als Nutzenmaximierer verstanden. Er wählt aus einer bestimmten Anzahl an Entscheidungsalternativen diejenige aus, die für ihn den höchsten Nutzen erbringt (vgl. KUNERT 1992, S. 111). Kritik an diesen Modellansätzen wird vornehmlich durch drei Punkte angeführt:

- die disaggregierten Modelle beschränken sich bei den verhaltensbeeinflussenden Merkmalen des Verkehrsmittelangebotes auf die leicht meßbaren Merkmale Zeit und Kosten; andere „nicht quantifizierbare“ subjektive Attribute wie z. B. Komfort, Bequemlichkeit und Sicherheit bleiben unberücksichtigt („subjektiver Rest“),
- die Auswahl der sozioökonomischen Charakteristika des Individuums (z. B. Alter, Geschlecht, Einkommen) erfolgt in der praktischen Anwendung der Modelle zufällig (HELD 1980, S. 70) und
- disaggregierte verhaltensorientierte Modelle „haben zwar gute Vorhersageeigenschaften ..., eine Erklärung des Verhaltens liefern sie jedoch zunächst nicht“ (VERRON 1986, S. 105); diesen Ansätzen liegt eine Verhaltenstheorie zugrunde, die ökonomische Nutzentheorie, sie wurde aber im nachhinein hinzugefügt, um eine theoretische Grundlage zu bekommen.

Bleibt noch die Frage zu klären, welche Hinweise diese Ansätze im Hinblick auf die Herausarbeitung der Einflußgrößen auf das Verkehrsmittelwahlverhalten liefern können. Alle hier verwendeten Einflußgrößen (Zeit, Kosten, Einkommen, Alter, Geschlecht, Pkw-Besitz) sind bereits in den aggregierten Modellen enthalten. Interessant an diesen Modellen ist insbesondere die Tatsache, daß ihnen eine Verhaltenstheorie zugrunde liegt. Das Individuum und sein Verhalten rückt anstelle der Verkehrszellen bei den aggregierten Modellen als Untersuchungseinheit in den Mittelpunkt.

3.5 Raum-Zeit-Modelle

Im Gegensatz zu den vorherigen Ansätzen sind die Raum-Zeit-Modelle nicht vorrangig auf die Erklärung der Verkehrsmittelwahl ausgerichtet, sondern sie untersuchen den Zusammenhang zwischen den sogenannten primären Aktivitäten und den Verkehrsaktivitäten. Dennoch wird auf diese Ansätze eingegangen, da Folgerungen bezüglich der Verkehrsmittelwahl abgeleitet werden können. Der erste Grundgedanke der Raum-Zeit-Modelle ist die Vorstellung von Verkehr als abgeleiteten Bedarf, der sich aus der räumlichen Trennung der primären menschlichen Tätigkeiten (Arbeiten, Wohnen, Schlafen, Erholen, etc.) ergibt (vgl. HELD 1980, S. 94f.). Der zweite Grundgedanke ist, daß das Bedürfnis zur Teilnahme an verschiedenen

unter den gegebenen Bedingungen begrenzt ist, sind nun die Verkehrsmittel von Bedeutung. Es wird in Simulation mit realem Hintergrund ... die Zugänglichkeit zu 'Gelegenheiten' für einen fest vorgegebenen Zeitraum zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln vergleichend erfaßt.“ (HELD 1980, S. 96f.) Individuen mit ähnlichen Restriktionen werden zu Situationsgruppen zusammengefaßt, wobei deren Mitglieder ähnlichen externen und internen Entscheidungsfaktoren ausgesetzt sind. Dies wird notwendig, da nach HÄGERSTRAND (1970, S. 9) erst durch die Kenntnis individueller Aktivitätsmuster generelle Aussagen über aggregierte Regelmäßigkeiten gemacht werden können. Dabei bleibt bei der Aggregation das Individuum als Handlungseinheit erhalten (vgl. UBA 1984, S. 23; in Anlehnung an KASPER 1996, S. 20).

Die Bedeutsamkeit dieses Ansatzes für die Verkehrsmittelwahl ist zum ersten darin zu sehen, daß raum-zeitliche Handlungsspielräume auch durch das Verkehrsangebot und die Geschwindigkeit der Verkehrsmittel beeinflußt werden. Und zum zweiten darin, daß auch die Umorganisation von Aktivitäten neue Freiheiten oder Restriktionen bei der Verkehrsmittelwahl möglich macht (vgl. KREIBICH 1981, S. 227). „... wenn die Zeit, der Ort etc. eindeutig vorgegeben sind, können evtl. bestimmte Verkehrsmittelalternativen nicht zur Verfügung stehen, bei freier Zeitwahl kann man dagegen jetzt ausschließlich mit Verkehrsmittel A und später mit A oder B fahren.“ (HELD 1980, S. 98) Bezüglich der Herausarbeitung der Einflußgrößen auf die Verkehrsmittelwahl bleibt festzuhalten, daß bei den Raum-Zeit-Modellen nicht die Determinanten der Verkehrsmittelwahl an sich untersucht werden, sondern vielmehr die Verkehrsmittel in Bezug auf die Anzahl möglicher Gelegenheiten und Erreichung von Zielorten primärer menschlicher Aktivitäten. Dennoch ist es unter Bezugnahme auf die angesprochenen Restriktionsarten möglich, Einflüsse herauszuarbeiten (in Anlehnung an HELD 1980, S. 97f.; KUNERT 1992, S. 113f.; KREIBICH 1981, S. 215 ff.; KREIBICH et al. 1989, S. 57f.):

- die Flexibilität der Verkehrsmittel ist eine bedeutsame Dimension der Verkehrsmittelwahl,
- Restriktionen distanzieller Erreichbarkeit („capability constraints“), z. B. technische Reichweitenbegrenzung durch unterschiedliche Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln (z. B. Pkw-Besitz),
- Restriktion zeitlicher Erreichbarkeit („coupling constraints“), z. B. müssen Personen zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten mit anderen Personen oder Objekten zusammenkommen (z. B. Arbeitsstätten, Versorgungs- und Bildungseinrichtungen, etc.) und
- Restriktionen sozialer Erreichbarkeit („authority constraints“), z. B. werden Personen durch institutionelle und räumliche Zugangsbeschränkungen zu bestimmten Zeiten von bestimmten Orten ausgeschlossen.

3.6 Ansätze abgestufter Wahlmöglichkeiten

Bei diesen Modellen stehen die bisher vernachlässigten bzw. am Rande mitbehandelten limitierenden Faktoren des Verhaltens im Zentrum des Interesses, wobei die Analyse im direkten Bezug zur Verkehrsmittelwahl erfolgt. Darüber hinaus wird nicht für die Verkehrsteilnehmer eine Wahl unterstellt, sondern die Wahl wird mit zum Untersuchungsgegenstand gemacht. In dem mehrstufigen Ansätzen werden „Verkehrsteilnehmersegmente mit unterschiedlichen Graden von Wahlmöglichkeiten gebildet“ (HELD 1980, S. 86), und die Verkehrsmittelnutzung erfolgt bezogen auf eine gegebene Situation in einer kurzfristigen Entscheidung. Die Aggregation

erfolgt somit in Form von Situationsgruppen. Nach BRÖG (1976) sind für die individuelle Wahlsituation maßgeblich (in Anlehnung an LITTIG 1995, S. 26):

- die objektiven Wahlmöglichkeiten, welche aufgrund der Verkehrsinfrastruktur, der Verkehrsmittelverfügbarkeit und dem Führerscheinbesitz bestehen,
- die beruflichen, gesundheitlichen, familiären und persönlichen Sachzwänge, unter denen die Personen handeln,
- die Informationen, die die Personen über das Angebot an Verkehrsmittel besitzen,
- ob ein Verkehrsmittel aufgrund subjektiver Präferenzen für wählbar oder nicht wählbar gehalten wird.

Betrachtet man die Kriterien als Ausschlußkriterien, scheidet bei der Untersuchung einer Personengruppe auf jeder der vier Stufen die Personen aus, für die in ihrer Situation keine Wahlmöglichkeiten mehr gegeben ist. Am Schluß bleibt eine Gruppe übrig, die nach subjektiven und objektiven Kriterien als „wahlfrei“ bezeichnet werden kann, d. h. die über alle Verkehrsmittelalternativen verfügen kann (vgl. KASPER 1996, S. 21). Kritik an diesem Ansatz wird u. a. bezüglich der Einschränkung auf das Alternativenpaar „Pkw-ÖPNV“ angeführt. Bei Untersuchungen ist darüber hinaus das Problem aufgetreten, daß Personen eine subjektive Wahlmöglichkeit bejahen, „obwohl sie nach den objektiven Kriterien bzw. den Sachzwängen das andere Verkehrsmittel nicht nutzen können.“ (HELD 1980, S. 92)

Neben BRÖG entwickelten MOLT (1982) und WERMUTH (1978)¹⁵ in Teilen ähnliche Verkehrsmittelwahlmodelle. MOLT entwickelte ein „Stufenmodell der Entscheidung“, mit der Abstufung (1) emanzipatorische Entscheidungen (Führerscheinwerb, Pkw-Besitz u. a.), (2) Zielwahl, (3) Mittel- und Wegewahl: Verkehrsmittelwahl und Strecke, (4) Ablaufsteuerung bei konkreter Handlungsausführung (Einzelfahrtmodell). Er geht hierbei von der Annahme aus, „daß die höheren Stufen zwar die Entscheidung auf der niedrigeren Stufen mitbestimmen, diese Konsequenzen im Zeitpunkt der Entscheidung auf höheren Ebenen jedoch nicht bedacht werden.“ (MOLT 1990, S. 557) Als Erklärung dieses Ansatzes läßt sich folgendes Beispiel heranziehen: Bezogen auf die Verkehrsmittelwahl bedeutet die Annahme von MOLT, daß der Erwerb des Führerscheins den Erwerb eines Pkw determiniert. Der Pkw-Besitz determiniert wiederum den Gebrauch desselben. Der Gebrauch des Pkw wird demnach eine habituelle Entscheidung. MOLT bezeichnet die einmalige Entscheidung des Führerscheinwerbes und den Pkw-Besitz aufgrund gesellschaftlicher Anerkennung als quasi-habituell. Bei dieser Entscheidung werden zwar die Anschaffungskosten einbezogen, die Konsequenzen und Kosten durch die künftige Verkehrsmittelwahl bleiben aber unbeachtet. Der Informationsstand und die Sachzwänge des Nutzers ergeben sich durch die vorangegangene emanzipatorische Entscheidung und die Zielwahl (vgl. MOLT 1990, S. 557).

Mit Hilfe dieser Ansätze lassen sich die Größe der einzelnen Verkehrsteilnehmersegmente bestimmen und da diese Segmente unterschiedlichen Zwängen unterliegen, sind sie auch mit verschiedenen verkehrspolitischen und -planerischen Maßnahmen erreichbar. Die für die Einflußgrößen bedeutsamen Variablen sind (in Anlehnung an HELD 1980, S. 60 und S. 86ff.; LITTIG 1995, S. 26; MOLT 1990, S. 56f.):

¹⁵ Eine ausführliche Darstellung dieser Ansätze findet sich bei HELD 1980, S. 93f.

- die Verkehrsinfrastruktur,
- der Pkw- und Führerscheinbesitz (im Gegensatz zu anderen Modellen, in denen als Indikator das Vorhandensein eines Pkws im Haushalt herangezogen wird),
- die Zugänglichkeiten von Öffentlichen Verkehrsmitteln/Verkehrsmittelverfügbarkeit,
- verschiedentliche Sachzwänge (beruflich, familiär, gesundheitlich und persönliche) sowie
- die Informationen über die Verkehrsmittelalternativen.

3.7 Ansätze psychologischer Forschung

Die Ansätze psychologischer Forschung sind durch Verkehrsprobleme entstanden, die zu Beginn dieser Richtung fast ausschließlich als Risiko einen Autounfall zu verursachen, gesehen wurden. Die Forschung zur Verkehrsmittelwahl hat sich erst Mitte der 70er Jahre verstärkt psychologischen Erklärungsansätzen zugewandt. „Mobilität allgemein bzw. Fragen der Verkehrsmittelwahl wurden ... kaum untersucht. Frühe Ausnahmen bilden zwei österreichische Publikationen und eine empirische Studie in Berlin über die Verkehrsmittelwahl Ende der siebziger Jahre.“ (SCHMIDT 1994, S. 7) Nicht die Beschreibung und Prognose des Verkehrsaufkommens bzw. die Potentialermittlung steht im Vordergrund der Ansätze psychologischer Forschungen, sondern die Erklärung über das Zustandekommen (Lernen), die Aufrechterhaltung und Veränderung menschlichen Verhaltens. Hierzu wurden im Laufe der Zeit unterschiedliche Vorstellungen ausgebildet. Frühe Arbeiten stammen aus der Psychoanalyse. Verhaltensantriebe werden hier im Bereich des Unbewußten und der Gefühle (Affekte) gesehen oder auf frühe Erlebnisse zurückgeführt. Andere, jüngere Arbeiten gehen auf die psychologische Lerntheorie zurück, bei der Umweltreize oder Situationen als Bedingung menschlichen Verhaltens herangezogen werden. Somit liegt der psychologischen Lerntheorie ein Reiz-Reaktions-Muster zugrunde, wobei neben Handlungsreizen erwartete positive oder negative Konsequenzen das Verhalten beeinflussen. „Vor allem positive Konsequenzen werden als Belohnungen oder Erfolg für das Erlernen und die Beibehaltung von Verhaltensweisen verantwortlich gemacht.“ (KALWITZKI 1994, S. 13)

In diesem Zusammenhang spielt eine für diese Arbeit besonders wichtige Form des Lernens eine erhebliche Rolle: die Sozialisation. Als Sozialisation werden alle Formen der (gezielten oder zufälligen) Einflußnahme auf das gesellschaftliche Erleben und Verhalten von Kindern und Jugendlichen verstanden. Eine Form der Sozialisation stellt die Verkehrssozialisation dar, in der es vor allem um Lernprozesse geht, die sich auf die Entwicklung des Mobilitätsverhaltens und somit auf die Verkehrsmittelwahl beziehen. „... das Individuum erwirbt - z.B. in der Interaktion mit seinen Familienangehörigen und seinen Bezugsgruppen, in Schule und Beruf - Normen, Werte, Erlebens- und Verhaltensweisen, die seine Verkehrsmittelwahl und Verkehrsteilnahme, sein Verhältnis zu den einzelnen Verkehrsarten prägen.“ (KALWITZKI 1994, S. 15) In der Psychologie gilt die Erkenntnis, „daß objektive Situationen Verhalten zwar beeinflussen, letztlich aber erst als subjektiv wahrgenommene und verarbeitete Situationen verhaltenssteuernd wirken können.“ (KALWITZKI 1994, S. 13) Somit wird der Entstehungsprozeß von Verhalten bei der Verkehrsmittelwahl mit theoretischen Ansätzen der psychologischen Verhaltensforschung erklärbar, wobei die Bedeutung von Motivation, Einstellung und Wahrnehmung in den Mittelpunkt gestellt wird (vgl. KUNERT 1992, S. 112).

Die Verkehrssozialisation nimmt auf die oben genannten Erklärungsvariablen steuernd Einfluß, so daß die Erklärungsvariablen für das Verkehrsmittelwahlverhalten von Jugendlichen von großer Bedeutung sind. Um die Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen erfassen bzw. beschreiben zu können und daraus planerische Beeinflussungsstrategien entwickeln zu können, ist die Kenntnis der Einflußgrößen innerhalb der einzelnen subjektiven Erklärungsvariablen unumgänglich. Aus diesem Grunde wird im folgenden auf die „Motivationsforschung“, die „Einstellungsforschung“ und auf „Entscheidungstheorien“ Bezug genommen. Vorweg wird mit Hilfe der Umweltpsychologie aufgezeigt, wie sich psychologische Forschung mit der Verkehrssozialisation befaßt, hieraus Hinweise auf die Verkehrsplanung übertragen werden können und welche Anregungen die Umweltpsychologie für die weitere Arbeit dieser Untersuchung liefern kann.

Umweltpsychologie

In der Umweltpsychologie wird das Wechselverhältnis zwischen dem Menschen und seiner physischen Umwelt in den Mittelpunkt der Forschung gerückt. Die Konzentration wird insbesondere auf die Auswirkungen gegenwärtiger Umweltzustände im Bereich des Wohnens und des Verkehrs auf Wahrnehmung, Bewertung und Verhalten betroffener Menschen gelegt (vgl. HEINE 1995, S. 370f.). Besonders wichtig an diesem Grundsatz ist die Feststellung der Umweltpsychologie, daß sich der Mensch in der Umwelt bewegt und daß die Umwelt die Menschen in ihrem Erleben und Verhalten beeinflusst, d. h. jede Umweltgestaltung auch Verhalten beeinflusst. Der hier dargelegte Grundansatz läßt keine „deterministischen Theorien“ zu, in denen Verhaltensweisen als abhängige Variablen und Umweltmerkmale als unabhängige Variablen aufgefaßt werden. Es wird die Betonung darauf gelegt, daß Wechselbeziehungen zwischen Mensch und Umwelt wirkliche „Wechselbeziehungen“ sind und nicht nur einfache oder gar einseitige „Beziehungen“ bestehen. Der zweite Grundsatz ist, daß die kleinste zu untersuchende Einheit nicht der „‘umweltlose’ Mensch ist, sondern daß statt dessen ‘Mensch + Umwelt’ diese Einheit ist.“ (FLADE 1988, S. 28)

Bezogen auf die Verkehrssozialisation bedeutet Umweltpsychologie, das Erleben und Verhalten einer Person nicht nur auf Persönlichkeitseigenschaften oder auf Gruppeneinflüssen (= soziale Umwelt) zurückzuführen ist, sondern auch auf räumliche Umweltbedingungen wie die Verkehrsraumgestaltung, die Verkehrsregelung, das Verkehrsangebot u. a. „Ein Kind, das in einer verkehrsbelastenden Umwelt wohnt, macht im Laufe der Zeit andere Erfahrungen als ein Kind, das in einer verkehrsarmen, relativ autofreien und wenig gefährlichen Umwelt lebt.“ (HÜTTENMOSER 1994; zitiert nach FLADE/LIMBOURG 1997, S. 3f.) Die Art und Vielfalt der Erfahrungen hängt im wesentlichen vom räumlichen Aktionsradius ab, der normalerweise mit zunehmenden Alter zunimmt. Die Vergrößerung des Aktionsraumes hängt im wesentlichen mit Übergängen in der Schulzeit zusammen. Zum einen ist dies die Einschulung und zum anderen der Übergang von der Grundschule auf eine weiterführende Schule. Wichtig für die vorliegende Arbeit ist vor allem der zweitgenannte Übergang, da dieser über den bis dahin vertrauten und engeren Bereich zwischen Wohnung und Grundschule hinausgeht. Mit Eintritt in eine weiterführende Schule sind Kinder und Jugendliche in stärkerem Maße dem städtischen Verkehr ausgesetzt, was vielfältige neue positive und/oder negative Erfahrungen bewirkt (vgl. FLADE/LIMBOURG 1997, S. 4):

- die Schulwege werden länger,
- Wege werden insgesamt mehr mit dem Fahrrad zurückgelegt,
- die Öffentlichen Verkehrsmittel werden stärker genutzt,
- Freizeitaktivitäten finden nicht mehr unmittelbar im Wohnbereich statt; so entstehen neue Wege, die mit einem der zur Verfügung stehenden Verkehrsmittel zurückgelegt werden.

Interessant für die weitere Arbeit, insbesondere für Kapitel 4, ist die Feststellung von FLADE (1988, S. 28), daß das „Konzept der Mensch-Umwelt-Einheit impliziert, daß unerwünschtes Verkehrsverhalten, d.h. die Wahl des Autos anstelle anderer Verkehrsmittel ..., prinzipiell auf zweierlei Weise verändert werden kann.“ Erwünschtes Verhalten kann zum einen z. B. durch Verkehrsaufklärung, -erziehung, durch Beeinflussung der dem Verhalten zugrundeliegenden Verhaltensdispositionen und Überzeugungen erreicht werden und zum anderen durch eine Veränderung der Umweltbedingungen (u. a. des Verkehrsangebotes, -raumgestaltung, -regelungen).

Motivationsforschung

Im Alltag und in der psychologischen Forschung wird Motivation als „die Frage nach dem ‘Warum’ des menschlichen Verhaltens“ (TOMAE 1965; zitiert nach ALTENEDER/RISSER 1995, S. 78) verstanden. Auch wenn es um die Erklärung des Verkehrsmittelwahlverhaltens geht, stellt sich die Frage nach den Motiven und Bedürfnissen, die als Ursache eines bestimmten Verhaltens anzusehen sind. Motivation dient hierbei zur Erklärung zielgerichteten, zweckhaften Verhaltens (vgl. HELD 1980, S. 166). Der Motivationsprozeß unterliegt einer Umweltabhängigkeit, so daß eine kurz- und langfristige Beeinflussung der Motivation möglich ist. Die langfristige Beeinflussung der Motive erfolgt in erster Linie durch Norm- und Wertstrukturveränderungen. Eine kurzfristige Beeinflussung sieht HELD (1982) durch den Handlungsspielraum und durch die zur Verfügung stehenden Mittel: „Die Art und Qualität von Mitteln, das Vorhandensein von alternativen Mitteln hat ... einen Einfluß auf das Verhalten“ und die „Umwelt wirkt nicht nur über die Bereitstellung von Mitteln, sondern komplementär dazu auch über Limitierung des Verhaltensspielraums.“ Man kann aufgrund sehr unterschiedlicher Ansätze und Richtungen nicht von der Motivationstheorie sprechen. Es lassen sich eine Reihe von theoretischen Ansätzen finden, die Entstehung und Funktion menschlicher Bedürfnisse behandeln. Hierzu zählen z. B. die „Homoöstatischen Theorien“, die „Anreiztheorien“, die „kognitiven Theorien“ und die „humanistischen Theorien“. ¹⁶ Die Motive für das Mobilitätsverhalten allgemein lassen sich nach SCHMITZ (1994, S. 105 ff.) in zwei Kategorien unterscheiden: „Mobilität als Mittel zur Befriedigung von Bedürfnissen“ und „Mobilität als Selbstzweck“, welche oft im Freizeitverkehr eine Rolle spielt. Für die Wahl des Verkehrsmittels sind unterschiedliche Einteilungen in der Forschung bekannt. Nach PRASCHL et al. (in Anlehnung an ALTENEDER/RISSER 1995, S. 79ff.) können die Motive und Bedürfnisse in drei Kategorien eingeteilt werden. ¹⁷ Motive und Bedürfnisse, die

- mit der Überbrückung von Entfernungen in Zusammenhang stehen, wie Reisezeit, Komfort und Reisekosten; auch diese „objektiven“ Gegebenheiten unterliegen einer „subjektiven“ Bewertung; SCHMIDT (1978; in Anlehnung an ALTENEDER/RISSER 1995, S. 80) geht davon aus, daß diese „subjektiven“ Bewertungen mit dem lerntheoretischen Ansatz in

¹⁶ Eine übersichtliche Darstellung der genannten Theorien ist bei ALTENEDER/RISSER 1995 zu finden.

¹⁷ HEINE 1995, S. 370 ff. und HILGERS 1994, S. 5ff. bieten weitere Einteilung von Motivgruppen.

Verbindung zu sehen sind; wie oben bereits ausgeführt, begünstigen angenehme Konsequenzen ein bestimmtes Verhalten, wie z. B. das der Verkehrsmittelwahl, eine Verhaltenswiederholung; unangenehme Konsequenzen reduzieren dementsprechend die Verhaltenshäufigkeit; hinzu kommt, daß Konsequenzen positiver oder negativer Art die situative Wahrnehmung beeinflussen: „Angenehme Transport-Rahmenbedingungen verkürzen den erlebten Zeitbedarf, unangenehme verlängern (Hervorhebungen im Original, d. Verf.) ihn.“ (ALTENEDER/RISSER 1995, S. 80) (= 1. Kategorie),

- in Verbindung mit einer sozialen Rolle stehen; z. B. zwischenmenschliche Beziehungen im Straßenverkehr, soziologische Bedeutung des Fahrzeuggebrauchs, Kommunikation, Macht, Status, Kampf, Sieg, Kränkung, Prestige, Emanzipation usw.; besonders zur Demonstration der persönlichen Identität eignet sich ein Auto hervorragend (= 2. Kategorie),
- mit „Ich-Erlebnissen“ verbunden sind; hierzu werden z. B. persönliche Autonomie und Bewegungsfähigkeit, Beziehung zwischen Fahrzeug und Selbstwertgefühl, Triebkomponenten, Ebenen der Affekte, Aktivierung, Besitz, Geborgenheit, Erprobung, eigene Größe, Kraft, Freiheit, technische Faszination, Geschwindigkeitsrausch, Angstlust u. ä. gezählt; angenehme Erlebnisse wie die Geborgenheit des verlängerten Wohnzimmers „Auto“ werden z. B. in Verbindung mit dem Kfz gebracht (= 3. Kategorie).

HELD (1982, S. 182f.) hat eine Liste potentiell verhaltensrelevanter Ziele erarbeitet, die eine gut nachvollziehbare Grundlage für eine systematische Analyse der für die Verkehrsmittelwahl relevanten motivationalen Einflußfaktoren darstellt.

Tabelle 2 Zielkategorien bei der Wahl des Verkehrsmittels

Zielkategorie	Zielkategorie
1. Kosten	13. Sozialer Kontakt
2. Zeit	14. Wahrung der Privatsphäre
3. Zuverlässigkeit	15. Unabhängigkeit
4. Körperliche Bequemlichkeit	16. Aggression
5. Erkundung/Neugierde	17. Unterordnung
6. Körperliche Funktionslust	18. Macht
7. Technische Funktionslust	19. Leistungsmotivation
8. Körperliche Sicherheit - eigene Person	20. Geltung/Prestige
9. Freude am Risiko	21. Anderen Hilfe/Schutz gewähren
10. Abgase meiden	22. Sicherheit
11. Lärm meiden/angenehme Geräusche	23. Vermeidung der Belästigung anderer
12. Optische Reize	24. Gesellschafts-/umweltbezogene Überlegungen

Quelle: HELD 1982, S. 182f.

Die Zielkategorien Zeit, Unabhängigkeit, Bequemlichkeit erweisen sich nach HELD für alle Personen relevant. Nur für bestimmte Gruppen sind Kosten, Zuverlässigkeit, Wahrung der Privatsphäre und Sicherheit von Bedeutung. Die anderen Kategorien sind eher nur selten und für spezielle Gruppen bzw. Personen von Relevanz. In der subjektiven Wahrnehmung dieser Zielkategorien, die nicht mit den objektiven Sachverhalten übereinstimmen muß und oft auch nicht übereinstimmt, sind die Verkehrsarten zu Fuß, Fahrrad und Öffentlicher Verkehr dem Auto meist unterlegen (vgl. HAUTZINGER et al. 1994, S. 70). Weitere Ausführungen zur subjektiven Wahrnehmung objektiver Gegebenheiten folgen im Abschnitt „Entscheidungstheorien“. Bei der Motivationsforschung wird zwar auf diesen Umstand hingewiesen, eine

genauere Erklärung wird hingegen nicht geliefert. Die vorgestellte Systematisierung nach PRASCHL et al. und die Liste der potentiellen verhaltensrelevanten Ziele nach HELD werden von ALTENEDER/RISSER wiederum in eine Motivgliederung integriert. Hierbei werden sogenannte „common sense“ Motive (1. Kategorie nach PRASCHL et al. und z. B. Zeit, Kosten und Zuverlässigkeit nach HELD) und „extra motives“ (2. und 3. Kategorie nach PRASCHL et al. und die in Verbindung mit Werten und Normen stehende Ziele nach HELD wie z. B. Leistung, Prestige, Unabhängigkeit und ökologische Überlegungen) unterschieden.

Schon Anfang der 80er Jahre wies MICHAELS (vgl. SCHMITZ 1994, S. 112) darauf hin, daß Verkehrspolitik und -planung die technische Seite des Transportproblems überbewertet und die Motive und Bedürfnisse der Nutzer des ÖV und privater Verkehrsmittel vernachlässigt. Insbesondere die angeführten „extra motives“ werden bisher vernachlässigt, so daß eine große Attraktivitätsdifferenz zwischen MIV und ÖV besteht. Als Beispiel kann angeführt werden, daß die Straßenbahn als Mittel zur Flucht aus dem Alltag oder „zum Austesten und Abstecken der eigenen Grenzen sicher ungeeignet“ (ALTENEDER/RISSER 1995, S. 82) ist. Die Einbeziehung solcher „extra motives“ in die empirische Untersuchung kann zweierlei leisten. Erstens die Ermittlung von Aspekten, die die transportunabhängige Faszination des Autos (= psychologische Bedeutung) ausmachen und zweitens die Bestimmung von Motiven und Bedürfnissen, die vom ÖV (noch) nicht unterstützt werden.

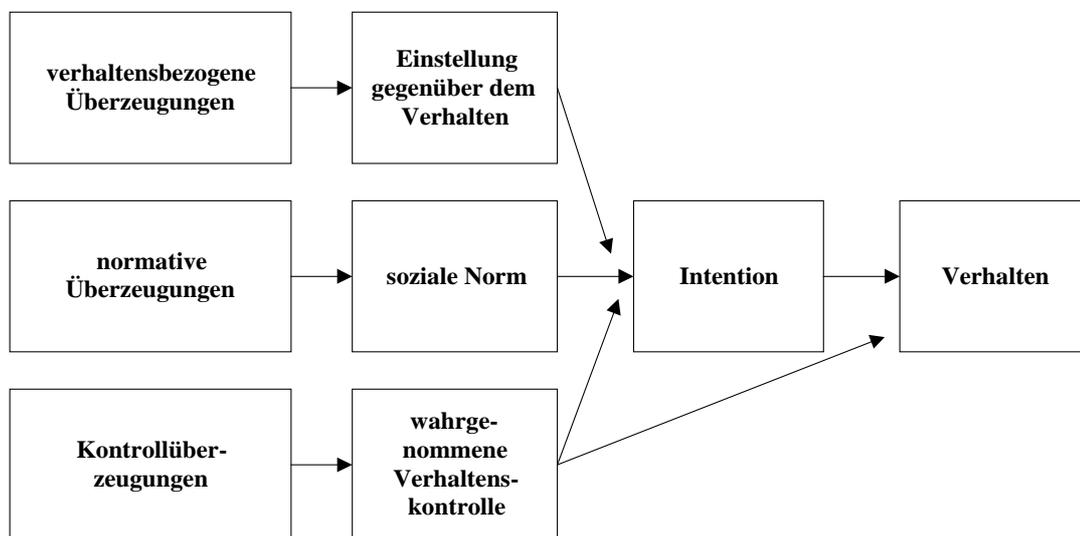
Einstellungsforschung

In der Verkehrsmittelwahlforschung stellt die Einstellungsorientierung den Versuch dar, die der Verkehrsmittelwahl vorgelagerten subjektiven Prozesse zu verstehen. Die Einstellung zu einem Verkehrsmittel wird „als Resultat der Wahrnehmung und Bewertung der Verkehrsmiteleigenschaften bzw. der Bedingungen ihrer Benutzung begriffen.“ (VERRON 1986, S. 152) Hierbei ist unbestritten, daß Einstellungen erworben (gelernt) werden. Die Tatsache, „ob eine Person eine bestimmte Verhaltensweise zeigt oder nicht“ hängt davon ab, „welche sie gelernt hat.“ (VERRON 1986, S. 53) Umstritten ist dagegen die Relevanz von Einstellungen für die Erklärung der Verkehrsmittelwahl. WERMUTH et al. (zitiert nach WALTHER 1991, S. 12) vertreten z. B. folgende Ansicht: „Die Wirkungen psychologischer Faktoren, wie besondere Einstellungen und Motive, sind explizit nicht beschreibbar. Sie können in ihrer Wirkung nur berücksichtigt werden, soweit sie assoziiert mit bestimmten Ausprägungen anderer zugänglicher, insbesondere demographischer und sozioökonomischer Faktoren auftreten. Soweit das nicht der Fall ist, werden die Wirkungen psychologischer Faktoren den nicht erklärbaren zufälligen Einflüssen zugeschrieben.“

Die hier behandelten einstellungstheoretischen Grundlagen gehen im wesentlichen auf Arbeiten von AJZEN und FISHBEIN zurück. Von FISHBEIN, teilweise unter Mitarbeit von AJZEN, wurden zwei Modelle begründet, die den Bogen von der objektiven Umwelt über innersubjektive Prozesse zum Verhalten spannen sollen. Das eine Modell ist das „Objektmodell“, welches die subjektiven Einstellungen zu einem Objekt erklärt (vgl. HELD 1980, S. 203) und das zweite Modell ist das „Verhaltensmodell“. Dieses versucht Verhalten aus Einstellungen zum Verhalten vorherzusagen und wurde später als das „Objektmodell“ entwickelt, da nach Auffassung von FISHBEIN eine Verhaltensvorhersage mit dem ersten Modell nicht geleistet werden konnte

(vgl. VERRON 1986, S. 70). Der größte Mangel dieser Ansätze besteht aber darin, daß die beiden Modelle getrennt wurden. Gerade für Planungszwecke ist der direkte Zusammenhang zwischen objektiver Umwelt und Verhalten von Interesse und muß zusammen betrachtet werden. Durch die Offenlegung dieses Mangels sind weitere Ansätze entstanden, die mit Hilfe der „Instrumentalität“ eines Objektes versuchen, eine Verbindung von objektiver Umwelt zum Verhalten herzustellen.¹⁸ Eine Weiterentwicklung des Verhaltensmodells von FISHBEIN ist, über die Zwischenstufe der „Theorie des überlegten Handelns“, die „Theorie des geplanten Verhaltens“. BAMBERG/SCHMIDT (1993), BAMBERG et al. (1994), BAMBERG/BIEN (1995) sowie FLADE (1990) wenden diese Theorie auf die Verkehrsmittelwahl an. Nach dieser Theorie ist ein bestimmtes Verhalten einer Person um so wahrscheinlicher, desto größer die Intention einer Person ist, das Verhalten auszuführen. Dabei wird die Intention ein Verhalten auszuführen, durch drei unabhängige Konstrukte beeinflusst (siehe Abbildung 5).

Abbildung 5: Theorie des geplanten Verhaltens



Quelle: eigene Darstellung; in Anlehnung an BAMBERG/SCHMIDT 1993, S. 27

Die Einstellung gegenüber dem Verhalten wird von aktuellen Überzeugungen in bezug auf das Verhalten determiniert. Der Begriff Einstellung umfaßt die generelle Bewertung eines Individuums gegenüber einem Objekt, einer Person, Institution oder einem Ereignis. Die „subjektive/soziale Norm“ bezieht sich auf den individuellen, wahrgenommenen sozialen Umgebungsdruck, ein bestimmtes Verhalten auszuführen bzw. zu unterlassen. Bei der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle handelt es sich um die Wahrnehmung einer Person, „wie schwierig oder leicht es sein wird, das in Frage stehende Verhalten auszuführen.“ (BAMBERG/SCHMIDT 1993, S. 26) Die „Theorie des geplanten Verhaltens“ macht weiterhin Aussagen darüber, welche Faktoren die drei unabhängigen Konstrukte beeinflussen (s. Abbildung 5). Aktuelles Verhalten, vermittelt über die Konstrukte „Einstellung“, „soziale Norm“ und „wahrgenommene Verhaltenskontrolle“, ist letztendlich eine Funktion verhaltensrelevanter Informationen oder Überzeugungen. „Verhaltensbezogene Überzeugungen“ beeinflussen die „Einstellung gegenüber dem Verhalten“, „normative Überzeugungen“ die „subjektive Norm“ und „Kontrollüberzeugungen“ das dritte Konstrukt „wahrgenommene Verhaltenskontrolle“.

¹⁸ Eine ausführliche Darstellung dieses sogenannten „Rosenberg-Modells“ findet sich bei VERRON 1986, S. 79ff.

Nach BAMBERG/BIEN (1995, S. 110) steht mit der „Theorie des geplanten Verhaltens“ ein Modell „zur Beschreibung zentraler kognitiver Prozesse bereit, auf denen beobachtbares Verhalten beruht. Einmal erworben werden diese Kognitionen im Gedächtnis gespeichert.“ Das bedeutet, daß eine Person diese komplexen Informationsverarbeitungsprozesse nicht ständig zu wiederholen braucht. Bei der Verkehrsmittelwahl, als alltägliche Routinehandlung, wird die Person nicht alle Verarbeitungsprozesse durchlaufen. Es werden vielmehr zusammengefaßte Ergebnisse tieferliegender Informationsverarbeitungsprozesse wie Intention oder Einstellung aktiviert. Aus der empirischen, sozialpsychologischen Forschung kann der „Theorie des geplanten Verhaltens“ entgegengebracht werden, daß „Einstellungen und Alltagsverhalten in der Regel zwar positiv, aber nur geringfügig korrelieren.“ (SPADA 1990, S. 625) Auch VERRON (1986, S. 52) legt in ihrer Arbeit die fehlende Konsistenz zwischen Einstellung und Verhalten dar. So kam WICKERT (zitiert nach VERRON) „zu dem Schluß, es sei wesentlich wahrscheinlicher, daß Einstellungen mit dem tatsächlichen Verhalten in keinem oder nur in einem losen Zusammenhang stehen.“ Gründe für diese fehlende Konsistenz sind nach SPADA (1990, S. 626ff.):

- konkurrierende verhaltensrelevante Einstellungen,
- bei ungewohntem Verhalten, ist die Wahrscheinlichkeit relativ groß, daß ein Verhalten gemäß der Einstellung gezeigt wird; eine „falsche“ Verhaltenssozialisation im Umgang mit der Verkehrsmittelwahl, wie sie die Mehrzahl der heute erwachsenen Menschen erfahren hat, ist selbst bei einem Wandel der Einstellung zur Umwelt/zur Verkehrsmittelwahl ein schwerwiegendes Hemmnis für ein umweltfreundlicheres Verhalten,
- das Fehlen von adäquaten Verhaltensmöglichkeiten, z. B. beim ÖPNV in den Randzeiten oder außerhalb von Ballungsgebieten.

Trotz dieser Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten kann die Einstellungsforschung einen Beitrag zur Herausarbeitung der Einflußfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl leisten und als gerechtfertigter Ansatz betrachtet werden. „Intentionsangaben liefern beispielsweise verlässliche Aussagen über die relative Reaktionsbereitschaft der Nutzer auf unterschiedliche Planungsmaßnahmen und damit über die relative Bedeutung dieser Maßnahmen.“ (VERRON 1986, Abstract) Zwei Gruppen von Einflußgrößen können bei der „Theorie des geplanten Verhaltens“ unterschieden werden. Die erste Gruppe kann von ihr selbst abgeleitet werden, wo der „Einfluß allgemeiner Werthaltungen“ und der „Einfluß wichtiger Bezugsgruppen/-personen“ sowie der Einfluß von Präferenzen, Meinungen und Vermutungen auf das Verhalten zu nennen sind. Zur zweiten Gruppe können die zur Operationalisierung der sogenannten „Brückenannahmen“ herangezogenen nutzerrelevanten Einzelaspekte gezählt werden. Die Anwendung der „Theorie des geplanten Verhaltens“ in der praktischen Verkehrsplanung setzt eine Ergänzung um die „Brückenannahmen“ voraus, um ermitteln zu können, welche Einflüsse objektive Merkmale eines Verkehrssystems auf die individuellen nutzungsrelevanten Überzeugungen ausüben. „Brückenannahmen beschreiben die subjektiven Vorstellungen der Handelnden über objektive Randbedingungen einer Handlungssituation.“ (BAMBERG/BIEN 1995, S. 110) Technisch gesprochen zielen sie darauf ab, die unabhängigen Variablen der „Theorie des geplanten Verhaltens“, die bedeutsamen Überzeugungen, ihrerseits zu abhängigen Variablen zu machen, d. h. sie zu „erklären“. In einer Untersuchung von BAMBERG et al. (1994), in der diese Theorie auf die Verkehrsmittelwahl angewendet wird, sind es 32

Einzelaspekte, die zur Operationalisierung der „Brückenannahmen“ für den ÖPNV herangezogen werden

Tabelle 3: Nutzerrelevante Einzelaspekte.¹⁹

Verständlichkeit der Fahrpläne	Sauberkeit der Haltestelle	Zuverlässigkeit der Anschlüsse	Preis für kürzere Fahrt
Fahrradabstellmöglichkeit	Sauberkeit der Fahrzeuge	Fahrgeschwindigkeit	Kartenvorverkaufsstelle
Auskunftsmöglichkeit	Anbindung ans Liniennetz	Komfort der Haltestelle	Fahrtenhäufigkeit morgens
Komfort der Fahrzeuge	Verhalten des Personals	Preis des Einzelfahrscheins	Fahrtenhäufigkeit mittags
Pünktlichkeit	gut merkbare Abfahrtszeiten	Preis der Dauerkarte	Fahrtenhäufigkeit abends
Umsteigebequemlichkeit	Erreichbarkeit der Haltestellen	Preis für längere Fahrt	Fahrtenhäufigkeit Wochenende

Quelle: BAMBERG et al. 1994, S. 99

Aufgrund der angesprochenen Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten werden Ergänzungen des Einstellungsansatzes vorgeschlagen (vgl. VERRON 1986, S. 110ff.):

- Beziehung zwischen objektiver Umwelt und deren subjektiver Verarbeitung ist nicht hinreichend erklärt: die theoretischen Überlegungen müssen deshalb durch wahrnehmungspsychologische Ansätze ergänzt werden, um als Grundlage für praktische Planungsmaßnahmen dienen zu können und
- Verkehrsmittelwahl erfordert ein Entscheidungsverhalten zwischen Alternativen, wodurch zur Erklärung der Verkehrsmittelwahl entscheidungstheoretische Aussagen notwendig sind.

Entscheidungstheorien (Wahrnehmungs- und Handlungstheorien)

Zwar ist es möglich, mit subjektiven Variablen die Verkehrsmittelwahl, wie dies bei der Motivations- und Einstellungsforschung gemacht wird, zum Teil zu erklären. Dies ist aber insbesondere für die praktische Anwendung innerhalb der Verkehrsplanung nicht zufriedenstellend, da für die Planer Kenntnisse über die Wirkungen ihrer Verkehrsmaßnahmen vorrangig sind (vgl. HELD 1980, S. 83). Deshalb wird gefordert, daß die Analyse nicht nur auf die Verhaltensklärung bzw. der Entscheidung durch Einstellungs- und Motivationsvariablen beschränkt bleibt. Auch die Relation zwischen objektiven Ausprägungen der Systemcharakteristika und deren subjektiven Wahrnehmung müssen untersucht werden. Der Forderung nach Verknüpfung der verschiedenen Variablen in einen Ansatz wird mit den im folgenden dargestellten Entscheidungstheorien entsprochen. Die (ökologische) Psychologie bietet mit zwei ihrer wesentlichen Theorien, der Handlungs- und der Wahrnehmungstheorien eine unabweisbaren Beitrag für die Entwicklung entsprechender theoretischer Grundlagen. Zu den Handlungstheorien zählen u. a. das „Lebensraum-Konzept“ von LEWIN, das Konzept der „Behavior Setting“ von BARKER und die Erweiterung durch MOLT sowie die „Rational-Choice-Theorie“, auf die jedoch nicht näher eingegangen wird.²⁰ Zu den Wahrnehmungst-

¹⁹ Die Fahrtenhäufigkeit wird unterteilt in Fahrten in die City von Gießen, in die Ortsteile und die Nachbarstädte.

²⁰ VERRON (1986, S. 23ff.) gibt einen ausführlichen Überblick über die erstgenannten Theorien. HUNECKE (1997, S. 42) stellt den Rational-Choice-Ansatz dar.

heorien gehören das „Schwellenkonzept“ (MARTENS 1983, S. 6-45; KUNERT 1992, S. 112) sowie die „Theorie der Informationsintegration“ (MARTENS 1983, S. 7-50).

Mit Hilfe der Psychophysik, die zur Wahrnehmungspsychologie zu rechnen ist und das Reiz-Reaktionsmuster zugrundelegt, wurde die Existenz von Wahrnehmungsschwellen nachgewiesen. Das sogenannte „Schwellenkonzept“ zielt auf die Form der Beziehungen zwischen objektiven Eigenschaften des Verkehrssystems und den subjektiven Wahrnehmungen sowie Bewertungen und den daraus folgenden Entscheidungen. Dabei wird angenommen, „daß zwischen den kontinuierlichen Veränderungen objektiver Eigenschaften des Verkehrssystems und den menschlichen Reaktionen eher nicht-lineare Beziehungen bestehen.“ (MARTENS 1983, S. 43) Übertragen auf die Verkehrsmittelwahl verneint das „Schwellenkonzept“ einen linearen, additiven und kompensatorischen Zusammenhang zwischen Angebotsqualität und Wahl des Verkehrsmittels. Die Einzelmerkmale werden im Kontext mit den übrigen Bedienungseigenschaften bewertet. Weniger günstige Eigenschaften des Öffentlichen Verkehrs lassen sich nur schwer durch günstige Eigenschaften kompensieren (vgl. KUNERT 1992, S. 112). Entsprechend dem „Schwellenkonzept“ muß eine Veränderung der objektiven Eigenschaften des Verkehrssystems ausreichend groß sein, um eine Verhaltensänderung zu erreichen. Für die Praxis der Verkehrsplanung bedeutet dies, daß nicht auf jede Art von Planungsmaßnahmen Reaktionen erwartet werden dürfen. „Was dem Planer als Attraktivitätssteigerung erscheint, kann vom Nutzer ganz anders beurteilt werden. Nur Maßnahmen, die eine in den Augen der Benutzer nützliche Veränderung bewirken, haben einen nutzungssteigernden Effekt.“ (VERRON 1988, S. 42) Das reale Verkehrsangebot wird also von den betroffenen Personen und damit den potentiellen Nutzern subjektiv wahrgenommen. Der Grad der Abweichung dieser subjektiven Wahrnehmung von den objektiven Gegebenheiten ist jeweils von der einzelnen Person und deren spezifischen Erfahrungshintergrund abhängig. Dies läßt den Schluß zu, „daß neben reinen Angebotsveränderungen bewußtseinsbezogenen Maßnahmen zur Herbeiführung einer gewünschten Verhaltensänderung große Bedeutung zukommen.“ (MEIER 1992, S. 9)

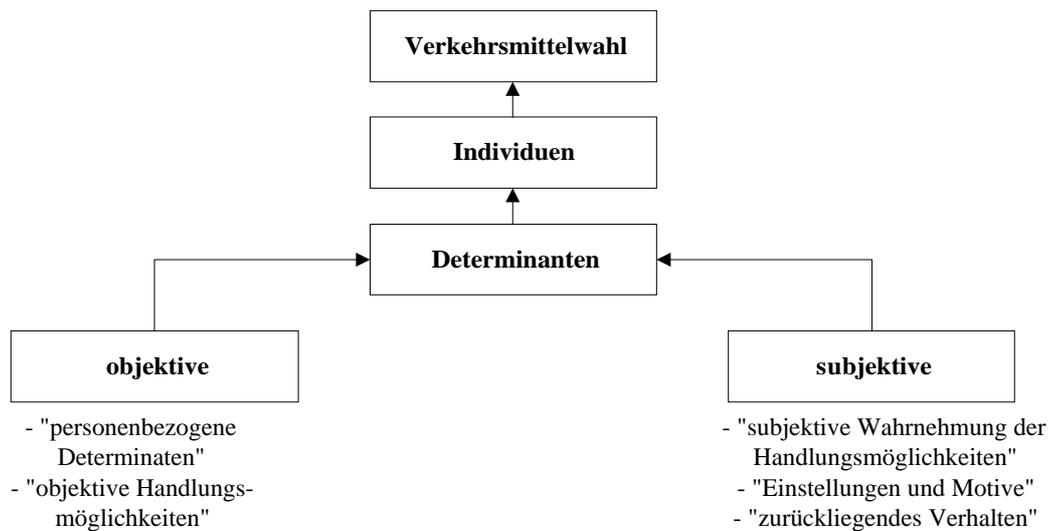
Die „Theorie der Informations-Integration“ legt eine ganzheitliche Wahrnehmung und Bewertung der Umweltmerkmale zugrunde, und die Art und Weise der Verknüpfung der Einzelmerkmale hängt von dieser ganzheitlichen Betrachtung ab. „Im ganzheitlichen Wahrnehmungsbild beeinflussen sich die Einzelmerkmale gegenseitig. Eine allgemeingültige Verknüpfungsregel kann nicht selbstverständlich vorausgesetzt werden“ (MARTENS 1983, S. 7), wie dies bei den ökonomisch orientierten Entscheidungstheorien gemacht wird. Darüber hinaus enthält die „Theorie der Informations-Integration“ die Feststellung, daß die individuelle Bewertung der Umweltmerkmale davon abhängt, welche Werte oder Ausprägungen von Einflußgrößen in Kombination miteinander vorliegen. Beispielsweise geht die Determinante Fußwegezeiten zur Haltestelle in Verbindung mit Umsteigehäufigkeit einer Verbindung in die Bewertung ein. Ein weiterer Gegensatz dieser Forschungsrichtung gegenüber der ökonomischen „Theorie der Nutzenmaximierung“ besteht in folgender Erkenntnis: Nicht jede Veränderung eines entscheidungsrelevanten Attributs führt zu einer Nutzenänderung und konsequenterweise zu einer Änderung der Entscheidung. Während beim „Schwellenkonzept“, wie bereits ausgeführt, eine Veränderung entsprechend groß sein muß, um eine Reaktionsveränderung zu erreichen, hängt bei der „Theorie der Informations-Integration“ die Wirkung einer Eigenschaftsverände-

nung davon ab, mit welchen anderen Eigenschaften sie kombiniert ist. Es kann sogar die Situation entstehen, daß unter bestimmten Kombinationen von Eigenschaften keine Reaktionsveränderung entsteht (vgl. MARTENS 1983, S. 52f.).

Problematisch bei den Entscheidungstheorien ist die Annahme einer Entscheidung, da nicht vor jedem zurückzulegenden Weg eine Entscheidung unter Abwägung der subjektiven und objektiven Merkmale geschieht. „Es ist unwahrscheinlich, daß jede z.B. üblicherweise autofahrende Person diesen Prozeß (den Entscheidungsprozeß, d. Verf.) vor jeder Fahrt durchläuft. Man könnte einwenden, daß es sich bei der Verkehrsmittelwahl um ein habitualisiertes Verhalten handelt.“ (LITTIG 1995, S. 37) Bei häufig bzw. regelmäßig wiederkehrendem Verhalten tritt eine Automatisierung ein. Das Verhalten wird gewohnheitsmäßig ohne vorherige bewußte Kalkulation ausgeführt (vgl. HELD 1980, S. 252). Die Beeinflussung von Entscheidungen durch Verhaltensgewohnheiten liefert die theoretische Erklärung für die teilweise recht massiven Wahrnehmungsverzerrungen bei der Beurteilung unterschiedlicher Verkehrsmittel. Wurde erst einmal ein Urteil über ein Verkehrsmittel aufgrund spezifischer Erfahrungen gefällt, wird dieses in Zukunft immer nach dem gleichen Schema beurteilt. Neue Informationen, die nicht in das Schema passen, haben es schwer, sich gegen alte (Vor-) Urteile durchzusetzen. „Dieser Prozeß der schemaorientierten Informationsverarbeitung läuft in der Regel unbewußt ab, so daß dem Handelnden die Grenzen seiner Urteilsfähigkeit gar nicht auffallen.“ (HUNECKE 1997, S. 46) Erst das Durchbrechen von Verhaltensgewohnheiten stellt einen Ausweg bzw. einen ersten Schritt dar, diesen „Teufelskreis“ zu verlassen und neue Verhaltensmöglichkeiten aufzuzeigen. Hier trifft also der Fall zu, bei dem in der Verkehrssozialisation bereits das Verhalten entscheidend bestimmt wurde und zwar so, daß ein gewohntes Verhalten praktiziert wird. Damit ist der Entscheidungsprozeß bereits mit der Wahl der Routinehandlung abgeschlossen. Der vorliegenden Untersuchung liegt die Annahme zugrunde, daß solch ein gewohntes Verhalten bezüglich des Selbstfahrens mit dem Auto bei Jugendlichen (noch) nicht vorherrscht. Es wird davon ausgegangen, daß die zumeist häufige Nutzung des ÖV sogar eher positiv als eine Gewohnheit angesehen werden, die es weiterhin zu stützen gilt.

3.8 Fazit und Konkretisierung der Ausgangshypothese

Individuelles Verkehrsmittelwahlverhalten wird, wie in den vorangegangenen Kapiteln gezeigt und in Tabelle 4 (s. S. 41) zusammenfassend dargestellt, von einer Vielzahl von Determinanten bestimmt. Zum einen handelt es sich um objektive Faktoren, welche die möglichen Verhaltensspielräume des Individuums bestimmen (z. B. Führerscheinbesitz als Voraussetzung für die Teilnahme am MIV). Zum anderen um subjektive Faktoren, die letztlich zur Auswahl eines konkreten Verhaltens aus der meist größeren Menge von Verhaltensalternativen führt. Mobilität und damit Verkehrsmittelwahl ist nicht nur von objektiven Gegebenheiten abhängig, sondern z. B. auch von bestimmten Bedürfnissen, Motiven, Werten, Einstellungen, Präferenzen, Gewohnheiten und Lebensstilen. Schematisch lassen sich die Erkenntnisse der Auseinandersetzung mit dem Forschungsfeld Verkehrsmittelwahl folgendermaßen zusammenfassen. Es wird dabei von einer Gruppierung der Determinanten in die Bereiche (1.) „personenbezogene Determinanten“, (2.) „objektive Handlungsmöglichkeiten“, (3.) „subjektive Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“, (4.) „Einstellungen und Motive“ und (5.) „zurückliegendes Verhalten“ ausgegangen.

Abbildung 6: Determinanten der Verkehrsmittelwahl

Quelle: eigene Darstellung; in Anlehnung an IVT Heilbronn, in: BARTH et al. 1996, S. 23

Die objektiven Einflußgrößen, welche die individuellen Verhaltensspielräume bei der Verkehrsteilnahme determinieren (z. B. Berufstätigkeit, Alter, Geschlecht, Pkw- und Führerscheinbesitz, Siedlungsstruktur, ÖV-Angebot usw.), sind vor allem durch die verschiedenen KONTIV-Erhebungen, aber auch durch eine Vielzahl weiterer Datenquellen bekannt. Einschränkend muß wiederholt werden, daß über Jugendliche keine differenzierte bundesweite Datenbasis (d. h. Untersuchungen, die verschiedene Altersklassen bei Jugendlichen untersuchen) vorhanden ist. Darüber hinaus gibt es große Defizite im Bereich der Erforschung derjenigen subjektiven Einflußfaktoren von Individuen, die letztlich für die konkrete Auswahl des Verkehrsmittels aus einer bestimmten Menge von Alternativen verantwortlich sind. „Die Verkehrsverhaltensforschung hat sich bislang zu wenig bemüht, die Erkenntnisse von Nachbardisziplinen, wie z.B. Soziologie, Psychologie, Sozialpsychologie oder auch die Zeitbudgetforschung zur Erklärung des Mobilitätsverhaltens heranzuziehen.“ (HAUTZINGER et al. 1994, S. 117) In dieser Arbeit wird versucht, dieser Feststellung bezüglich jugendlicher Verhaltensweisen zu begegnen. Mit Hilfe der herausgearbeiteten Einflußfaktoren der Verkehrsmittelwahl wird zugleich die Grundlage für die Operationalisierung der folgenden Hypothesen für die empirische Untersuchung geschaffen. Die durchgeführte Arbeit dient sowohl dazu, die Hypothesen zu überprüfen, die Verkehrsmittelnutzung im Hinblick auf verschiedene Wegezwecke zu erkunden sowie einer Darstellung von Teilaspekten des Mobilitätsverhaltens von Jugendlichen in Dortmund. Bevor die grundlegende Annahme der Arbeit konkretisiert wird, wird sie noch einmal angeführt:

„Die Annahme ist, daß die Einstellungen und Verhaltensdispositionen Erwachsener im Kindes- und Jugendalter geformt und geprägt werden, auch die Einstellungen zum Verkehr und zu den Verkehrsmitteln sowie das spätere Verkehrsverhalten nach Erwerb eines Führerscheins.“ (FLADE 1994, S. 185)

Hypothese 1:

Umweltverträgliche Verhaltensweisen wie Bus- und Bahnfahren werden nur dann im Erwachsenenalter weiter praktiziert, wenn sie in der Kindheit und Jugend mit angenehmen Erfahrungen verbunden sind. Erfahrungen, die in diesem Alter gemacht werden, sind sehr wahrscheinlich für die Art und Weise der späteren Verkehrsteilnahme prägend (vgl. FLADE et al. 1991, S. 5). Die Verhaltensweisen, 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 objektiven Einflußgrößen des Verkehrsmittelwahlverhaltens beschäftigen. Diese klassische Analyse muß, wie insbesondere durch die Darstellung der Ansätze psychologischer Forschung gezeigt wurde, ergänzend die subjektiven Einflußgrößen berücksichtigen (vgl. ILS 1997, S. 3). Speziell im Bereich Verkehrsmittelwahlverhalten von Jugendlichen ist ein starker Einfluß von z. B. verkehrsmittelbezogenen Präferenzen, Motiven, Einstellungen und Bedürfnissen zu erwarten.

Hypothese 2:

Ob und inwieweit die subjektiven Einflußgrößen durch verkehrsplanerische Maßnahmen veränderbar sind, ist nur schwer zu beurteilen. Gegen verkehrserzeugend wirkende globale gesellschaftliche Tendenzen, wie z. B. die zunehmende Erlebnisorientierung und Individualisierung dürften verkehrsplanerisch motivierte Strategien wohl kaum etwas ausrichten. Es erscheint dagegen vorstellbar, daß z. B. durch themenbezogene Information, Öffentlichkeitsarbeit, Erziehung und Werbung für einen bewußteren Umgang mit den Verkehrsmitteln die Jugendlichen zum Nachdenken über eigene Verhaltensweisen angeregt werden. Hiermit können ihnen Entscheidungshilfen für die persönliche Verkehrsmittelwahl, auch über das 18. Lebensjahr hinaus, angeboten werden (vgl. HAUTZINGER 1994 et al., S. XV).

Hypothese 3:

Durch eine Verbesserung des Verkehrssystems und damit dem Angebot an Öffentlichen Verkehrsmitteln, dem eigentlichen Handlungsfeld der Verkehrsplanung, läßt sich nur eine begrenzte Verlagerung zwischen den motorisierten Verkehrsmitteln und dem ÖV erreichen. Wichtig ist hierbei, daß mit entsprechenden jugendspezifischen Angeboten die Jugendlichen über die Nutzung von Öffentlichen Verkehrsmitteln an den ÖV über das 18. Lebensjahr hinaus gebunden werden können. Auf eine Verlagerung kommt es bei Jugendlichen nicht so stark wie bei Erwachsenen an, da Jugendliche bereits in großem Umfang ÖV-Nutzer sind. In Anlehnung an die Terminologie des vorgestellten „Schwellenkonzeptes“ kann festgehalten werden, daß die objektiven Handlungsspielräume (hier: das Verkehrsangebot) subjektiv positiv wahrgenommen werden muß, die „Wahrnehmungsschwelle“ der Jugendlichen durchbrochen werden muß. Nur über die Kenntnis der entscheidenden subjektiven Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl können entsprechende jugendspezifische Angebote im Öffentlichen Verkehr entwickelt werden. Da das „Unterwegssein“ in der Lebensgestaltung von Jugendlichen eine zentrale Rolle spielt, selbstbestimmt mit Gleichaltrigen in Kontakt treten für den Ablösungsprozeß von den Eltern und die Ausgestaltung der eigenen Identität wichtig ist und zum zentralen Bedürfnis wird (vgl. ILS 1997, S. 3f.), wird vermutet, daß insbesondere die „extra motives“ bei Jugendlichen eine bedeutende Stellung einnehmen.

Hypothese 4:

Da, wie bereits ausgeführt, Jugendliche in ihrer Verkehrsmittelwahl noch nicht so stark von erlernten Gewohnheiten beeinflusst werden, variiert ihre Verkehrsmittelwahl stark von Wegezweck zu Wegezweck. Sie werden ihre Verkehrsmittelwahl flexibel gestalten.

Die theoretische Grundlage für die Hypothesen 2 und 3 wird im anschließenden Kapitel „Planerische Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl“ gelegt. Hieran anschließend werden diese Hypothesen konkretisiert, um für den empirischen Teil der Arbeit weitere konkrete Ansatzpunkte zu bekommen.

3.9 Zusammenfassung

Als Ergebnis der Betrachtung der Theorien und Modelle der Verkehrsmittelwahl lassen sich folgende Einflußgrößen zusammenfassen, die in Tabelle 4 weiter ausdifferenziert werden:²¹

1. Einflußgrößenkomplex „personenbezogene Determinanten“

Einflußgrößengruppe „demographische Einflüsse“

2. Einflußgrößenkomplex „objektive Handlungsmöglichkeiten“

Einflußgrößengruppen

- a) „verkehrliche Umwelt“
- b) „räumliche, zeitliche und sächliche Restriktionen“
- c) „physische und psychische Zwänge“

2. Einflußgrößenkomplex „subjektive Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“

Einflußgrößengruppen

- a) „Wahrnehmung der verkehrlichen Umwelt“
- b) „Informationen über die verkehrliche Umwelt“

3. Einflußgrößenkomplex „Einstellungen und Motive“

Einflußgrößengruppen

- a) „Motive“
- b) „Einstellungen/Orientierungen“

4. Einflußgrößenkomplex „zurückliegendes Verhalten“

Einflußgrößengruppe „Verkehrssozialisation“

²¹ In Anlehnung an die Untersuchungen von SCHUSTER und KRAUSE „Radfahren in der Stadt, Wegewahlverhalten von Radfahrern“, Braunschweig 1984 und von KASPER „ErFahrungen - Über die Bedeutung des Freizeitradverkehrs im Rahmen von Konzepten zur Beeinflussung alltäglicher Verkehrsmittelwahl“, Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund, Dortmund 1996

Tabelle 4: Zusammenfassung der Einflußgrößen auf die Verkehrsmittelwahl

1. Einflußgrößenkomplex „personenbezogene Determinanten“		
EINFLUßGRÖßENGRUPPE „DEMOGRAPHISCHE EINFLÜSSE“		
Dimensionen	Merkmale	
Demographische Einflüsse	<ul style="list-style-type: none"> • Alter • Geschlecht 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildung, Beruf • Nationalität
Lebenssituation sowie soziale und ökonomische Lebensbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Einkommenssituation • Haushaltsgröße 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebens-/Wohnsituation • Stellung im Haushalt
2. Einflußgrößenkomplex „objektive Handlungsmöglichkeiten“		
EINFLUßGRÖßENGRUPPE „VERKEHRLICHE UMWELT“		
Dimensionen	Merkmale	
Soziogeographische Einflüsse	<ul style="list-style-type: none"> • Topographie • Siedlungsstruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • Bevölkerungsstruktur
Verkehrssystem	<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktur (Qualität der Verkehrsnetze und Strecken) • Verkehrsangebot • Bedienungsqualität • Fahrtenhäufigkeit • Lage und Ausstattung der Haltestellen • Wartezeit • Tarifniveau/Kosten 	<ul style="list-style-type: none"> • Sicherheit/Unfallgefahr • Umsteigenotwendigkeit/-häufigkeit/-wartezeit • Vorhandensein von Parkplätzen am Ziel- oder Wohnort • Verkehrssituation (z. B. Belastung der Straßen) • Zu- und Abgangswege
Planung/Politik	<ul style="list-style-type: none"> • stadt-/verkehrsplanerische Weichenstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> • „Klima“ für bestimmte Verkehrsmittel
Sonstige Einflüsse	<ul style="list-style-type: none"> • Jahreszeit • Tageszeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Witterung
EINFLUßGRÖßENGRUPPE „RÄUMLICHE, ZEITLICHE UND SÄCHLICHE RESTRIKTIONEN“		
Verkehrsmittelbesitz	<ul style="list-style-type: none"> • Pkw-Besitz • Fahrradbesitz • Motorradbesitz • Mofa-/Mopedbesitz 	<ul style="list-style-type: none"> • ÖPNV-Zeitkartenbesitz • Car-Sharing-Teilnahme • Vorhandensein eines Autos im Haushalt
Verkehrsmittelverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Führerscheinbesitz • Pkw-Verfügbarkeit • Motorradverfügbarkeit • Mofa-/Mopedverfügbarkeit • Fahrradverfügbarkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • ÖPNV-Zeitkartenverfügbarkeit • haushaltsinterne Organisation • Anzahl der Autos pro Haushalt
Aktivitätenprogramm	<ul style="list-style-type: none"> • Lage von Wohnort, Arbeits-/ Ausbildungsplatz, Einkaufsort, etc. (Quellen/Ziele) • Wegekette 	<ul style="list-style-type: none"> • Wegeaufwand (Länge, Dauer) • Handlungsspielräume und Sachzwänge (zeitlich, räumlich, sächlich)
EINFLUßGRÖßENGRUPPE „PHYSISCHE UND PSYCHISCHE ZWÄNGE“		
Physische Zwänge	<ul style="list-style-type: none"> • Krankheiten, Verletzungen • Fähigkeiten und Fertigkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • dauerhafte körperliche Behinderungen
Psychische Zwänge	<ul style="list-style-type: none"> • Platzängste • Übelkeit bei Benutzung eines Pkw 	<ul style="list-style-type: none"> • psychomotorische Unfähigkeit, z. B. Fahrrad zu fahren • Nähe fremder Menschen

3. Einflußgrößenkomplex „subjektive Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“

EINFLUßGRÖBENGRUPPE „WAHRNEHMUNG DER VERKEHRLICHEN UMWELT“		
Dimensionen	Merkmale	
Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Entfernung Fußweg von Wohnung zum Auto • möglicher Gepäcktransport • mögliche Personenmitnahme • Erreichbarkeit der Haltestelle • Sauberkeit der Fahrzeuge • Sauberkeit der Haltestellen • Entfernung zur Haltestelle • Fahrzeugkomfort/Platzbedarf • Fahrzeugausstattung • Pünktlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> Kosten Design Verhalten des Personals Zuverlässigkeit Reisegeschwindigkeit Parkplatzsuchzeit/-kosten Bequemlichkeit individuelle Atmosphäre Flexibilität Umweltfreundlichkeit
Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Erschließungswirkung des Verkehrsnetzes • Umwegfaktor 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrssicherheit • soziale Sicherheit • wegebedingter Fahrkomfort
Wahrnehmung der Verkehrsmittelnutzung	<ul style="list-style-type: none"> • Beeinträchtigungen durch Verkehrssituation • Unabhängigkeit von anderen Personen • Anstrengung 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstattung • Erlebniswert • Begleittätigkeiten (z. B. lesen in Bus/Bahn) • Wetterabhängigkeit
Wahrnehmung des „Klimas“ für bestimmte Verkehrsmittel	<ul style="list-style-type: none"> • Image • ÖPNV-Förderung 	<ul style="list-style-type: none"> • Werbung
EINFLUßGRÖBENGRUPPE „INFORMATIONEN ÜBER DIE VERKEHRLICHE UMWELT“		
Informationen über das Verkehrssystem	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsqualität • Verständlichkeit der Fahrpläne • Fahrplan (-gestaltung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen über die Verkehrsangebote, -situation, das Tarifniveau, die Verteilung und Lage von Haltestellen
Beratungsangebote/ Serviceleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Beratungsangebote und -qualität • Serviceleistungen im Bereich des Öffentlichen Verkehrs 	<ul style="list-style-type: none"> • Serviceleistungen über den ÖV hinaus (z. B. Verkauf von Eintrittskarten für Theater, Konzert u. ä.)
geographische Informationen	<ul style="list-style-type: none"> • Verteilung und Lage von Zielen 	

4. Einflußgrößenkomplex „Einstellungen und Motive“

EINFLUßGRÖBENGRUPPE „MOTIVE“		
Dimensionen	Merkmale	
Mobilität als abgeleiteter Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> • Wegezweck • wegezweckbezogenes Zielsystem (z. B. Zeitersparnis) 	<ul style="list-style-type: none"> • Zielerfüllungsgrad von Verkehrsmittelalternativen
Mobilität als Selbstzweck	<ul style="list-style-type: none"> • mobilitätsbezogenes Zielsystem, z. B. Image 	<ul style="list-style-type: none"> • Zielerfüllungsgrad von Verkehrsmittelalternativen
„common sense“-Motive	siehe Einflußgrößengruppe „Wahrnehmung der verkehrlichen Umwelt“	

<p>„extra motives“ (Extramotive)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sozialer Kontakt (Gespräche, mit anderen zusammensein) • zwischenmenschliche Beziehungen im Straßenverkehr • Freiheit • Mobilität • soziologische Bedeutung des Fahrzeuggebrauchs • Bewegungsfähigkeit • Beziehung zwischen Fahrzeug und Selbstwertgefühl • Kraft • Freiheit • technische Faszination • Geschwindigkeitsrausch • ökologische Überlegungen (z. B. Energiebedarf, Belastung durch Lärm und Abgase) • Erleben von eigener Potenz 	<p>Kommunikation Macht Status/Anerkennung durch andere Sieg Kränkung Prestige Persönliche Autonomie Unabhängigkeit Triebkomponenten Aktivierung Besitz Geborgenheit Eigene Größe Leistungsmotivation (konkurrieren, schneller als andere sein, sich selbst Beweisen) Angstlust</p>
<p>EINFLUßGRÖßENGRUPPE „EINSTELLUNGEN/ORIENTIERUNGEN“</p>		
<p>Zukunftsvorstellungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einstellung zur zukünftigen Verkehrsmittelnutzung 	<ul style="list-style-type: none"> • Einstellung zum zukünftigen Verkehrsmittel- und Führerscheinerwerb
<p>Einstellungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Präferenzen • Einstellungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vermutungen
<p>Orientierungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einfluß allgemeiner Werthaltungen auf das Entscheidungsverhalten • Einfluß wichtiger Bezugsgruppen/-personen auf das Entscheidungsverhalten 	<ul style="list-style-type: none"> • Dominanz bestimmter Haushaltsmitglieder bei der Verkehrsmittelwahl

5. Einflußgrößenkomplex „zurückliegendes Verhalten“

<p>EINFLUßGRÖßENGRUPPE „VERKEHRSSOZIALISATION“</p>		
<p>Dimensionen</p>	<p>Merkmale</p>	
<p>Verkehrssozialisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • erlerntes Mobilitätsverhalten • Mobilitäts-/Verkehrsmittelwahlverhalten von Bezugspersonen • Autoorientiertheit in Kindheit und Jugend 	<ul style="list-style-type: none"> • normative Ge- und/oder Verbote (z. B. Verbot der Benutzung des ÖV) • Allgegenwärtigkeit des Autos in der Gesellschaft • „Taxidienste“ der Eltern
<p>Vorentscheidungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Führerscheinerwerb 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsmittelerwerb
<p>Schlüsselerlebnisse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einschneidende Erlebnisse, wie Unfall, Ausfall des Verkehrsmittels (z. B. wegen Reparatur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Streik Öffentlicher Verkehrsunternehmen • Teilnahme an Autoverzichtsprojekten
<p>Sonstige Erfahrungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gelegentliche Nutzung anderer Verkehrsmittel 	<ul style="list-style-type: none"> • gezieltes Ausprobieren von Verkehrsmittelalternativen
<p>Gewohnheiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Häufigkeit/Regelmäßigkeit der Nutzung bestimmter Verkehrsmittel 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsmittel für bestimmte Wegezwecke

4 PLANERISCHE STRATEGIEN ZUR BEEINFLUSSUNG DER VERKEHRSMITTELWAHL

4.1 Maßnahmenüberblick

Ausgehend vom gegenwärtigen Leitbild einer Umwelt- und sozialverträglichen Abwicklung des Verkehrs wurden eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen und auch Maßnahmenpakete entwickelt, diskutiert und teilweise bereits realisiert.²² Die Vielzahl der Maßnahmenvorschläge zu überblicken, ist schwierig. Eine Darstellung des derzeitigen Instrumentariums der umweltorientierten Verkehrsplanung findet man bei HAUTZINGER et al. (1994, S. 84ff.) und bei BECKMANN (1988, S. 55ff). Grundsätzlich sind verschiedene Typen von Maßnahmen zu unterscheiden, wobei keine durchgehend einheitliche Klassifizierung in der Literatur zu finden ist. Nach BECKMANN (1990, S. 99ff.) gibt es sieben Maßnahmentypen:

- fahrzeugtechnische Maßnahmen (Drei-Wege-Katalysator, Motorkapselung, etc.),
- fahrwegtechnische Maßnahmen (Flüsterasphalt, Schallschutzwände, etc.),
- verkehrstechnische Maßnahmen (Leitsysteme, koordinierte Signalsteuerung, etc.),
- ordnungspolitische Maßnahmen (Geschwindigkeitsbeschränkungen, etc.),
- „ökonomische Anreizsysteme“ (Mineralölsteuer, „road-pricing“, etc.),
- verkehrsplanerische Maßnahmen in Form von Verbesserungen der Angebote im ÖPNV und/oder im nicht-motorisierten Individualverkehr (Netzausbau, Tarifgestaltung, etc. = Angebotsplanung) oder in Form von Restriktionen für den MIV sowie
- Maßnahmen zur Beeinflussung des Bewußtseins, der Einstellungen, Motive und des Verhaltens (z. B. Aufklärungsmaßnahmen, Information, etc. = Interventionsstrategien).

Anknüpfend an das vorangehende Kapitel sind insbesondere die beiden letztgenannten Maßnahmentypen für diese Arbeit von Interesse. Die herausgearbeiteten objektiven und subjektiven Einflußgrößen unterliegen in unterschiedlichem Maße verkehrsplanerischen Zugriffsmöglichkeiten. Veränderungsmöglichkeiten der „objektiven Handlungsmöglichkeiten“ und der „subjektiven Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“ liegen in den erweiterten und verbesserten Angeboten im ÖPNV wie auch im nicht-motorisierten Verkehr (ÖPNV-Fördermaßnahmen sind z. B. technische und bauliche Maßnahmen, Maßnahmen im Bereich der Linienführung und der Frequenz, Tarifpolitik und der Verbesserungen der Fahrzeugausstattung und des Wagenparks). Veränderungen des Verkehrsmittelwahlverhaltens sind allerdings auch mit Hilfe von Interventionsstrategien möglich. Insbesondere die subjektiven Einflußgrößenkomplexe „Einstellungen und Motive“ sind hiermit veränderbar. Aufgabe von Verkehrsplanung wird es daher immer mehr, auf subjektive Determinanten der Verkehrsmittelwahl Einfluß zu nehmen. Als mögliche Maßnahmen sind hier z. B. Mobilitätsmanagement und -erziehung, Öffentlichkeitsarbeit und „Learning-by-doing-Strategien“ zu nennen. Auf weitere Interventionsstrategien wie das „Non-Profit-Marketing“ u. a. nach PRASCHL/RISSER (1995, S. 23), „Low-Cost-Strategien“ u. a.

²² In der sich wandelnden Rolle der Verkehrsmodelle und der Strategien zur Beeinflussung des Verkehrsgeschehens spiegelt sich die Entwicklung des Planungsverständnisses wider. Zur Entwicklung der verkehrsplanerischen Leitbilder und dem Wandel des Planungsverständnisses wird auf ALBERS: „Stadtplanung: Eine praxisorientierte Einführung“, Darmstadt 1988 und SELLE: „Neue Planungskultur - Raumplanung auf dem Weg zum kooperativen Handeln?. Beitrag zur Ringvorlesung „Was ist Raumplanung?“ am 01.02.1995“, Dortmund 1995 verwiesen.

nach DIEKMANN/PREISSENDÖRFER (1992, S. 229ff.) und „Push-and-Pull-Strategien“ u. a. nach CERWENKA (1996, S. 30ff.) und KALWITZKI (1994, S. 14ff.) wird im Rahmen dieser Arbeit nicht eingegangen. Hier sei auf die genannten Arbeiten verwiesen. „Die traditionelle Aufgabenteilung, nach der die einen (Planer) die Befriedigung eines angenommenen Mobilitätsbedarfs, die anderen (Pädagogen, Psychologen) dagegen das Verhalten bei der Verkehrsteilnahme bearbeiten, ist nicht aufrechtzuhalten. Verhaltensbeeinflussung, bspw. über Verhaltensangebote und Verhaltensrestriktionen, ist ein notwendiges, wenn nicht gar zentrales Ziel von Verkehrsplanung. Mehr und mehr tritt dies in der planerischen Diskussion in den Mittelpunkt.“ (SCHLAG 1989, S. 32) Angesichts der gegenwärtigen Finanzsituation aller Träger des ÖV sind Maßnahmen der Angebotsplanung nur dann politisch durchsetzbar, wenn die Nachfragereaktionen diese tragen. Ausgehend von der Annahme, daß Jugendliche rege Nutzer des ÖV sind und über jugendspezifische Angebote an den ÖPNV gebunden werden können, erscheint es sinnvoll, Maßnahmen der Angebotsplanung trotz schwieriger Finanzsituation zu ergreifen. Langfristig werden sich diese Investitionen rechnen, sofern die Jugendlichen nach dem 18. Lebensjahr weiterhin den ÖV in starkem Umfang nutzen. Aufgrund der heutigen Finanzsituation ist aber auch davon auszugehen, daß Maßnahmen zur Beeinflussung von Einstellungen, Motiven, Bewußtsein und Verhalten ein stärkeres Gewicht eingeräumt werden muß. Von den Handlungsangeboten soll durch Intervention verstärkt Gebrauch gemacht werden.

4.2 Interventionsstrategien

Mobilitätsmanagement

Das Konzept des Mobilitätsmanagements verfolgt einen ganzheitlichen Lösungsansatz, welcher „sowohl konzeptionelle und technische als auch organisatorische und verhaltensorientierte Belange erfaßt.“ (FGSV 1995, Vorwort) Das Mobilitätsmanagement ist an den jeweiligen Verkehrsteilnehmer gerichtet. Es will ihn zu einem Überdenken seiner Mobilitätsansprüche sowie zu einer „intelligenten Verkehrsmittelwahl“ veranlassen. Ein umfangreiches Angebot alternativer Beförderungsmöglichkeiten einschließlich der notwendigen Informationen soll erleichtern, sich von Fall zu Fall für das „angebrachte“ Verkehrsmittel zu entscheiden. „Der Schlüssel zu effektivem Mobilitätsmanagement ist das strategisch ausgerichtete Steuern von Informationen an die Abnehmer!“ (MANGOLD 1997, S. 72) Das Konzept des Mobilitätsmanagements basiert auf drei Grunderkenntnissen (vgl. JANSEN 1997, S. 45f.):

- Die aktuellen Verkehrsprobleme lassen sich mit verkehrsplanerischen und administrativen Maßnahmen nicht regeln. Eine neue Verkehrsgestaltung braucht positive Botschaften und überzeugende Alternativen. Es geht um Bewußtseinsbildung mit dem Ziel der Verhaltensänderung.
- Maßnahmen zur Verkehrsvermeidung, -verlagerung und -beruhigung werden nur dann Erfolg haben, wenn sowohl die Bevölkerung als auch die Verkehrserzeuger diese mittragen. Nicht neue Lösungen werden benötigt, sondern Wege zur Konsensbildung, um entsprechende Planungskonzepte umsetzen zu können.
- Einzelmaßnahmen bringen keinen Erfolg. Verkehrsverhalten reagiert erst auf ganzheitliche Konzepte und überzeugender Vermittlung. Es muß eine übergreifende Integration aller Maßnahmen erfolgen, weshalb eine Zusammenarbeit vieler Beteiligter unumgänglich ist.

Die Bestandteile des Konzeptes sind die Schaffung benutzerfreundlicher Angebote, die Darlegung von Handlungsanreizen (d. h. umweltverträgliches Verhalten bringt einen individuellen Vorteil), die Verdeutlichung der positiven Folgen des eigenen umweltgerechten Handelns (z. B. steigende Angebotsqualität im öffentlichem Raum), die Vermittlung von zielgruppenspezifischem, umweltrelevantem Wissen und die Förderung von umweltrelevanten Einstellungen. Träger des Mobilitätsmanagements sind Angehörige verschiedener öffentlicher und privater Institutionen. Die Komponenten sind bisher Mobilitätszentrale und -berater bei den Verkehrsbetrieben, Mobilitätskoordinatoren bei großen Arbeitgebern, Mobilitätsbeauftragte bei kommunalen Gebietskörperschaften sowie private Mobilitätsvereine und Verbraucherzentralen (vgl. FIEDLER 1992, S. 42).

Ausgangspunkt des Mobilitätsmanagements war die Mobilitätszentrale, wie sie 1991 in Hameln erstmals eingesetzt wurde. Die in dem Konzept der Mobilitätszentrale enthaltenen Bausteine sind für die Bindung von Jugendlichen an den Öffentlichen Verkehr von großem Interesse. Zu den Bausteinen zählen system- und unternehmensneutrale Auskünfte auf alle Mobilitätsanfragen, Beratung bei der Verkehrsmittelwahl, Bildung von Fahrgemeinschaften, Disposition von Anruf-Sammel-Taxen, Informationen über den Raum, sämtliche Verkehrsangebote einer Stadt, Region oder einer Siedlung (Quartier) und ihre Nutzung. Weitere Bausteine sind die Vermittlung von Car-Sharing, Auskünfte über Parkhausbelegungen und Verspätungen von Nah- und Fernverkehr, Sicherung von Anschlüssen, dispositiverische Hilfe bei einer City-Logistik oder Gepäckzustellung im Handel sowie einer Transportbörse für den Wirtschaftsverkehr. Die Kopplung der Mobilitätszentrale mit einem Reisebüro oder einer Mitfahrzentrale würde den Wirkungsbereich „quasi grenzenlos“ machen (vgl. FGSV 1995, S. 13 und HESSE 1993, S. 20f.). Die Realisierung einer Mobilitätszentrale wird von den Verkehrsbetrieben oder den kommunalen Gebietskörperschaften eingeleitet. Für das Mobilitätsmanagement werden Öffentlichkeitsarbeit und Mobilitätserziehung als komplementäre Aktivitäten angesehen, was die Parallelität der Maßnahmen unterstreichen soll.

Mobilitätserziehung

Mobilität als Gegenstand der Verkehrspädagogik wird in den letzten Jahren zunehmend Bedeutung beigemessen. Ein Indikator dafür ist der Beschluß der Kultusministerkonferenz (KMK) vom Juni 1994. Hierin werden die Empfehlungen zur Verkehrserziehung aus dem Jahre 1972 überarbeitet und neu akzentuiert. Die neue Empfehlung ist auch aufgrund der verkehrspädagogischen Überlegungen und Konzepte einer Reihe von Autoren entstanden, die die Grundlage für die Fachdiskussion gelegt haben.²³ Ein zweiter Indikator ist die wachsende Zahl von Publikationen, wodurch der Lehrerschaft Unterrichtsvorschläge und -materialien zur Verfügung gestellt werden.

Der hier verwendete Begriff der Mobilitätserziehung umfaßt mehr als der der „klassischen“ Verkehrserziehung. „Eine Verkehrserziehung, die sich nur als Sicherheitserziehung (Hervorhebung im Original, d. Verf.) versteht, reagiert auf die Bedürfnisse des motorisierten

²³ Eine umfassende Darstellung und systematische Analyse der Konzepte von BÖCHER „Integrative Verkehrserziehung als Sozialerziehung“, von BRIESE „Verkehrserziehung als ökonomisch-politische Umwelterziehung“ und weiterer neuerer Konzepte der Verkehrserziehung liefert SPITTA (1997, S. 24-41).

Verkehrs: Das Kind soll lernen, sich 'richtig' zu verhalten.“ (BLEYER 1997, S. 19) Folglich geht es vor allem um die Identifikation und Vermeidung von Fehlverhalten sowie um entsprechende Verhaltensmaßregeln im Umgang mit den gegebenen, vom MIV dominierten Verhältnissen. Indirekt scheint Verkehrserziehung auf diese Weise noch dazu beizutragen, „daß die Überwindung der so stark reglementierten Fortbewegungsarten und das Überwechseln ins privilegierte Lager zusätzlich attraktiviert wird - etwas überspitzt formuliert: die 'autogerecht' Erzogenen wollen dann lieber Täter als Opfer sein, sobald ihnen die Wahlmöglichkeit offensteht.“ (KALWITZKI 1991, S. 10) Mobilitätserziehung ist demgegenüber fächerübergreifend angelegt und berücksichtigt Aspekte der Umwelt-, Gesundheits-, Sozial- und Sicherheitserziehung. Ihr Ziel sollte sein, Kinder und Jugendliche zu einer reflektierten Wahl der Verkehrsmittel zu befähigen - auch für ihre Zukunft als Erwachsene (vgl. VCD/DKSB 1996, S. 12 und SPITTA 1997, S. 79f.). In den Empfehlungen der Kultusministerkonferenz heißt es:

„Schülerinnen und Schüler nehmen - mit zunehmendem Alter um so intensiver und differenzierter - am Verkehrsgeschehen teil. Die Schule muß es sich daher zur Aufgabe machen, verkehrsspezifische Kenntnis zu vermitteln und die für reflektierte Mitverantwortung in der Verkehrswirklichkeit erforderlichen Fähigkeiten und Haltungen zu fördern. Verkehrserziehung beschränkt sich nicht nur auf das Verhalten von Schülerinnen und Schüler und auf ihre Anpassung an bestehende Verkehrsverhältnisse; sie schließt vielmehr auch die kritische Auseinandersetzung mit Erscheinungen, Bedingungen und Folgen des gegenwärtigen Verkehrs und seiner künftigen Gestaltung ein.“ (KULTUSMINISTERKONFERENZ 1994, S. 4)

Wie eingangs bereits erwähnt, sind in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Unterrichtsmaterialien erschienen. Sie vermitteln über die traditionelle Verkehrserziehung hinaus Kenntnisse über Zusammenhänge und betrachten zunehmend kritisch die Dominanz des Pkw. Aufgrund des engen Rahmens dieser Arbeit sei hier auf eine Übersicht und Erläuterung von Unterrichtsmaterialien zu den Themen „Öffentlicher Verkehr“ und „Mobilität und Umwelt“ von KALWITZKI/RIEDLE (1995, S. 14ff.) verwiesen. Erst in jüngster Zeit (Ende 1997) hat der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr Schulunterlagen zur Mobilitätserziehung herausgegeben. Erster Bestandteil dieser Materialien ist ein Schülerheft, das in 20 Lokalversionen herausgegeben werden soll. Hiermit wird der direkte Bezug der Schüler zu ihrer Umgebung und ihrem Verkehrsunternehmen gewährleistet. Von den Dortmunder Stadtwerken (DSW) wurden diese Unterlagen, nach dem Wissensstand des Verfassers, noch nicht herausgegeben.

Mit Hilfe sogenannter Schulberatungsstellen, wie beim Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) und Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart eingerichtet, sollen Schüler zu einer bewußten und rationalen Verkehrsmittelwahl befähigt werden. Darüber hinaus soll deren „Orientierungsfähigkeit im Nahverkehr im geographischen Raum des VRS-Gebietes in bezug auf die Verkehrsmittel des Umweltverbundes“ (VRS 1995, S. 3) gefördert werden. Neben den genannten Zielen bietet ein direkter Kontakt zu Jugendlichen für die Verkehrsunternehmen die Chance, die Mobilitätsbedürfnisse von Jugendlichen zu erkennen, entsprechend attraktive Angebote zu schaffen und eine Imageverbesserung zu erreichen.

Die Möglichkeiten schulischer Mobilitätserziehung und Schulberatung durch die Verkehrsunternehmen zur Förderung einer umweltgerechten Verkehrsmittelwahl sind ohne eine parallele Änderung der Verkehrsumwelt begrenzt. Wer sich z. B. beim Zufußgehen und Radfahren gefährdet fühlt und keine ansprechenden Angebote im ÖV vorfindet, wird auch durch eine ökologisch ausgerichtete Mobilitätserziehung schwer, wenn nicht sogar gar nicht, vom Wunsch späteren Autofahrens abzubringen sein. Mobilitätserziehung hat erst dann Aussicht auf größeren Erfolg, wenn Voraussetzungen für eine umweltorientierte Verkehrsmittelwahl geschaffen werden.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Verkehrsmittelwahlentscheidung jedes Verkehrsteilnehmers hängt (vgl. „Ansätze abgestufter Wahlmöglichkeiten“, S. 26f.) auch von seinem persönlichem Informationsniveau ab. ZUMKELLER (1987, S. 92; zitiert nach DEETJEN 1988, S. 64) stellt fest, daß „neben einer objektiven Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur Informationen wohl **das** (Hervorhebung im Original, d. Verf.) Vehikel sind, um ökologisch sinnvollere Verhaltensstrategien langfristig wirkungsvoll zu unterstützen.“ Grundlegende Verhaltensdispositionen und situative Verhaltensweisen jedes Verkehrsteilnehmers werden, wie gezeigt, durch eine Vielzahl von persönlichen, sozialen, gesellschaftlichen Bedingungen und Bindungen (Bedürfnisse, Einstellungen, Normen, Motive, etc.) beeinflusst. Dies bewirkt, daß jeder Mensch die Umwelt, in der er lebt, durch einen „subjektiven Filter“ wahrnimmt. Ein besonders einfacher und bedeutsamer „Wahrnehmungsfehler“ ist die mangelnde Information. Informieren, Aufklären, Vermitteln, Bewußtmachen, Beteiligen, Motivieren und Überzeugen stellen demnach Aufgaben dar, die in der Verkehrsplanung ernst genommen und gleichberechtigt in das Spektrum baulicher, betrieblicher, organisatorischer und rechtlicher Maßnahmen eingereiht werden müssen (vgl. SCHÄFER 1993, S. 1 und BRÖG 1993, S. 176).

Gegenstand der Öffentlichkeitsarbeit zur Umsetzung der Verkehrsplanung ist die Unterstützung verkehrsverhaltensverändernder Maßnahmen. Ziel ist es, ein verantwortungsbewußtes Verkehrsverhalten und eine zweckgebundene „intelligente Verkehrsmittelwahl“ zu bewirken. Bemühungen um einen Wandel bzw. der Beibehaltung des Verkehrsmittelwahlverhaltens jugendlicher Verkehrsteilnehmer und „einem dem Fahrzweck und der Umwelt am besten entsprechenden intelligenten Verkehrsmittelwahl werden nur nach einem längeren Zeitraum zum gewünschten Erfolg“ (FGSV 1995, S. 37) führen. FIEDLER (1992, S. 110) fordert deshalb: „Mit einer offensiven Öffentlichkeitsarbeit kann gar nicht früh genug begonnen werden, also bereits in den Kindergärten und im Verkehrsunterricht in den Schulen.“ Der Veränderungsprozeß hin zu stabilen neuen Verhaltensweisen bei der Verkehrsteilnahme ist demnach langwierig. Es handelt sich um einen komplexen Lernprozeß, der über Meinungsbildung, Einstellungs- und Bewußtseinswandel zu konkret wahrnehmbaren Verhaltensänderungen führt. Vor der Veränderung im Verhalten kommt das „Umdenken“. Dieses Umdenken entsteht als Ergebnis des langwierigen gesellschaftlichen Lernprozesses, der im Rahmen der Verkehrsplanung durch

- planungsbegleitende Öffentlichkeitsarbeit und
- „weiche“ Maßnahmen zur Umsetzung der Planungsziele, z. B. in Form von Aufklärungs- und Public-Awareness-Kampagnen (Verantwortungsbewußtsein fördern) zum Verkehrs- und Mobilitätsverhalten unterstützt werden muß.

BECKMANN (1989, S. 101ff.) stützt seine Öffentlichkeitsarbeitsstrategie auf die von AJZEN/FISHBEIN (vgl. Einstellungsforschung, S. 32ff. ???) entwickelten Modelle zur Verhaltensentstehung. Ziel einer „integrierten“ Öffentlichkeitsarbeit sollte deshalb sein,

- Kenntnisse über Verhaltensmöglichkeiten („Angebote“) und über Anforderungen an das Verkehrsverhalten („Restriktionen“) zu vermitteln,
- Verständnis für (veränderte) Anforderungen ans Verkehrsverhalten (Akzeptanz) zu wecken,
- Bereitschaft zu persönlichen Konsequenzen im Hinblick auf das realisierte Verkehrsverhalten zu fördern.

Diese Ziele stehen insofern in direktem Zusammenhang mit Forderungen nach einer „erweiterten Verkehrserziehung“ (= Mobilitätserziehung), als das Kenntnisse vermittelt, Verständnis geweckt und Bereitschaft gefördert werden sollen. Öffentlichkeitsarbeit bezieht sich aber nicht nur auf schulische Mobilitätserziehung. Weitere Zielgruppen sind nach SCHÄFERS (1993, S. 8 ff.) die gesamte kommunale, organisierte (z. B. Interessenverbände) und institutionelle Öffentlichkeit (z. B. Verwaltung). Die Inhalte der Öffentlichkeitsarbeit werden maßgeblich von den angestrebten Verhaltenswirkungen, von den veränderten Verkehrsangeboten und -restriktionen sowie von den Zielgruppen beeinflusst. Die folgenden Inhalte können aber relativ unabhängig von diesen Rahmenbedingungen formuliert werden (vgl. BECKMANN 1989, S. 115f.):

- Verzicht auf einen „pädagogischen Zeigefinger“ und unspezifische „Vernunft- oder Verhaltensappelle“,
- Darstellung von Zusammenhängen und Wirkungen des Einsatzes bzw. der Nutzung einzelner Verkehrsmittel, von Vor- und Nachteilen, der sozialen bzw. ökologischen Nutzen und der Kosten der verschiedenen Verkehrsmittel sowie von Verhaltensmöglichkeiten und Restriktionen und individuellen wählbaren Verhaltensalternativen,
- Förderung „emotionaler“ Beziehungen zu den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes („Verkehrsklima“) sowie
- Formulierung von Verhaltensvorschlägen, -empfehlungen und -aufforderungen.

Öffentlichkeitsarbeit für den ÖPNV sollte möglichst mit Aktionen in Verbindung stehen, die direkte Erfahrungen mit der Nutzung dieser Verkehrsmittel ermöglichen und eine Gewöhnung an die Nutzung erleichtern. Hiermit wird die nächste Kategorie der Interventionsstrategien, die „Learning-by-doing-Strategien“ bereits erwähnt. Beispielsweise wurde 1990 in Bruchsal eine dreimonatige Fahrpreisreduzierung um 50,0% im Anruf-Sammeltaxen-Verkehr als Kennenlernangebot für alle jungen Leute unter 18 und Schüler und Studenten auch über 18 Jahre öffentlichkeitswirksam durchgeführt. Hierdurch kam es zu einer beträchtlichen Steigerung der Inanspruchnahme. Vor der Aktion waren es 250 Kinder und Jugendliche unter 15 Jahre in neun Betriebsmonaten, nachher 1.500 Ermäßigungsberechtigte in einem Vierteljahr. Inzwischen sind die Betroffenen mit 60,0% die größte Benutzergruppe (vgl. FIEDLER 1992, S. 119).

Kritik an den Öffentlichkeitsarbeitsstrategien bezieht sich im wesentlichen auf die Verhaltenswirksamkeit von Umweltwissen und Umweltbewußtsein. Laut DIEKMANN/PREISSEN-DÖRFER (1992; in Anlehnung an HEINE 1995, S. 372f.) besteht zwischen Umweltbewußtsein und Verkehrsverhalten nur ein mäßig positiver Zusammenhang; Umweltwissen und Verkehrsverhalten korreliert sogar geringfügig negativ. Es bleibt festzuhalten, daß

Informationen eine große Rolle bei der Verkehrsmittelwahl spielen, das Ausmaß von Umweltbewußtsein und Umweltwissen darf aber nicht einfach mit umweltverträglichem Verhalten gleichgesetzt werden. „Ebenso wie es möglich ist, umweltverträglich zu handeln, ohne über entsprechendes Umweltwissen und Umweltbewußtsein zu verfügen, führen Umweltwissen und umweltbewußte Wertorientierungen nicht automatisch zu umweltverträglichem Handeln.“ (SCHMIDT/LITTIG 1994, S. 233)

„Learning-by-doing-Strategien“

Die bisher angesprochenen Interventionsstrategien bemühen sich vorrangig um eine zukünftige Verhaltensänderung. Bei den im folgenden als „Learning-by-doing-Strategien“ bezeichneten Ansätzen geht es um tatsächlich ausgeführte Verhaltensänderungen und -erfahrungen. Nach FIETKAU/KESSEL (1987, S. 311) gibt es mindestens drei unterschiedliche Erfahrungsquellen:

- unmittelbare Umwelterfahrung: d. h. Lernen im Umgang mit der Realität,
- vermittelte Umwelterfahrung: d. h. Lernen durch mediale Vermittlung, wie z. B. Lesen, Radiohören, Fernsehen,
- interaktive Umwelterfahrung: d. h. Lernen im Austausch mit anderen Personen.

Die erst genannte Erfahrungsquelle ist insbesondere für Jugendliche im Öffentlichen Verkehr von großer Relevanz. Wie bereits dargestellt wächst insbesondere ab dem 12. bis 14. Lebensjahr der Wunsch nach mehr Mobilität im Alltag und in der Freizeit. Den Schulweg kennen Jugendliche, die den Öffentlichen Verkehr nutzen, in diesem Alter zumeist gut. Wenn aber Jugendliche wissen sollen, daß der ÖV auch für ihre alltäglichen Mobilitätswünsche ein akzeptables Angebot bereithält, müssen sie die qualitativen Merkmale dieses Angebotes (z. B. Liniennetz, Fahrplan, Umsteigepunkte) kennen und beurteilen können. Sie benötigen die notwendigen Kenntnisse über das jeweilige ÖV-Angebot in ihrer Stadt. „Wenn sie das Angebot nutzen und dabei Sicherheit und Autonomie erleben sollen, müssen sie die *Regeln und Fertigkeiten für den Umgang mit dem System 'ÖV'* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) beherrschen, d.h. in einer konkreten Entscheidungssituation, z.B. Linienweg, Abfahrts- (Umsteige-) und Ankunftszeiten sowie ggf. den dazugehörigen Fahrpreis ermitteln können.“ (KALWITZKI 1991, S. 11) Ergänzend zur Mobilitätserziehung können die Schulen, aber auch Jugendgruppen, -vereine u. ä. dazu beitragen, daß der Öffentliche (Nah-) Verkehr der Stadt erfahrbar gemacht und erprobt wird. Denn das, was man selbst erlebt und tut, merkt man sich am besten! Eine gute Möglichkeit, den ÖV der eigenen Stadt spielerisch kennenzulernen, bieten ÖPNV-Projekte (z. B. Rallyes oder Erkundungsfahrten), Ausflüge und Klassenfahrten mit dem ÖV. Eine andere Möglichkeit besteht in speziell für Schulen entwickelten Programmen der DB AG oder der örtlichen Verkehrsbetriebe. In einigen Städten, so auch bei den DSW, besteht die Möglichkeit die Betriebsanlagen und die Technik zu besichtigen, Sonderfahrten mit Bus und Bahn zu erleben und im Gespräch mit den verantwortlichen Personen Hemmnisse abzubauen.

Exemplarisch für die unterschiedlichen Möglichkeiten den Öffentlichen Verkehr der Stadt spielerisch bzw. jugendspezifisch zu erkunden, wird hier auf das im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) entwickelte Spiel „Wo ist der Fuchs“ (z. B. KALWITZKI 1991, S. 14f.)²⁴ eingegangen. Angelehnt an das Gesellschaftsspiel „Scotland Yard“ (Ravensburger Spiele) wird

²⁴ Hier ist eine genauere Anleitung und Beschreibung des Spiels zu finden.

ein Spion von verschiedenen Gruppen mit Öffentlichen Verkehrsmitteln verfolgt. Was sonst auf dem Spielbrett stattfindet und von anderen Verkehrsverbänden (z. B. Verkehrsverbund Rhein-Sieg, VRS) als Brettspiel (übertragen auf die Situation im VRS) entwickelt wurde, wurde mit Veränderungen auf die reale Situation übertragen. Bei der Jagd nach dem Spion lernen die Jugendlichen wie von selbst das Lesen des Fahrplans, sie müssen überlegen, mit welchen der zur Verfügung stehenden Öffentlichen Verkehrsmitteln der Spion verschwunden sein könnte und wie und auf welchen Linien er am schnellsten zu finden ist. Mit Hilfe dieses Spiels erlernen sie den Umgang mit ÖV, und nebenbei lernen sie die Vorteile und Grenzen des ÖV kennen.

Ausflüge und Klassenfahrten

Am mobilsten im verkehrstechnischen Sinn wird die Schule bei einem Ausflug oder einer Klassenfahrt. Hier bieten sich vielfältige Ansatzpunkte, die bislang wenig unter dem Aspekt der Beeinflussung bzw. Förderung einer bewußten Verkehrsmittelwahl betrachtet wurden. Eine erste Grundlage stellt die 1997 von BERNARD verfaßte Diplomarbeit an der Universität Trier dar. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der „Verkehrsmittelwahl bei mehrtägigen Klassen- und Kursfahrten - dargestellt am Beispiel Dortmunder Schulen“. Insbesondere Gründe und Motive der Wahl und Nutzung der Verkehrsmittel Bus und Bahn werden analysiert. Datengrundlage stellt eine zweistufige Untersuchung dar (1. Stufe: Ermittlung der im Schuljahr 1995/96 durchgeführten mehrtägigen Klassenfahrten; 2. Stufe: Befragung der Lehrer über ihre Motive für die Wahl des jeweiligen Verkehrsmittels und ihre Beurteilung von Bus und Bahn). Planerische Empfehlungen oder ein Konzept zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl werden nicht berücksichtigt. In dieser Untersuchung wird deutlich, daß der größte Teil der Kurs- und Klassenfahrten mit dem Bus durchgeführt wird (71,0%). Nur 15,0% der Fahrten werden mit der Bahn zurückgelegt. In einer anderen Befragung (vgl. EUBEL 1995, S. 9) über die Planung von Ausflügen berichteten Grundschullehrerinnen, daß sehr viele Kinder angaben, noch nie in ihrem Leben mit der Eisenbahn gefahren zu sein. Der Wunsch, beim Ausflug die Bahn zu nutzen, war bei ihnen hingegen sehr groß. Die Lehrerinnen und wie EUBEL berichtet, auch die Eltern - hatten eine größere Präferenz für den Bus, aufgrund von Praktikabilitätsgründen. „Wenn dann die Entscheidung doch für den Zug fiel, waren die Erfahrungen positiv. Vor allem den Kindern gefiel diese Art des Reisens.“ (EUBEL 1995, S. 9) Auf der einen Seite muß die Deutsche Bahn AG bzw. die örtlichen Verkehrsunternehmen (als positives Beispiel kann der Verkehrsverbund Rhein-Neckar herangeführt werden, der ein Extrabroschüre „Klassenausflug leicht gemacht“ herausbringt) versuchen über attraktive Angebote Schüler, insbesondere aber die Lehrer von der Wahl des Verkehrsmittels Bahn zu überzeugen. Andererseits müssen die Lehrer, als Mitglieder der Erwachsenenwelt und dadurch oftmals als Pkw-Nutzer geprägt, auch bei Klassenfahrten und Ausflügen ihre Vorbildfunktion bei der Wahl des Verkehrsmittels erkennen und sich entsprechend verhalten.

Eine andere „Learning-by-doing-Strategie“ setzt ursprünglich nicht bei Jugendlichen an, sie läßt jedoch sich in abgewandelter Form auf Jugendliche übertragen. In ihrer ursprünglichen Intention bezieht sich diese Strategie auf erwachsene Personen mit langjähriger „Pkw-Erfahrung“. Sie geht davon aus, daß sich bestimmte Gewohnheiten bei der Verkehrsmittelwahl herausgebildet haben (vgl. Entscheidungstheorien, S. 35ff.). „Die Wahl des Verkehrsmittels Pkw für bestimmte Strecken wird schnell zur Gewohnheit. Gewohnheiten mögen für das Erledigen von immer wiederkehrenden Aufgaben nützlich sein, sie verhindern aber das Erproben von Verhaltensalternativen. Das Testen eines anderen als des gewohnten Verkehrsmittels - beispielsweise der Umstieg vom eigenen Pkw auf den ÖPNV - ist bei Autonutzern von durchaus berechtigten Befürchtungen begleitet, sich auf ein Abenteuer mit ungewissem Ausgang einzulassen. Hier gilt es, Anreize bereitzustellen, um Gewohnheiten aufzubrechen, neues Verhalten zu initiieren und ... auch zu stabilisieren.“ (FGSV 1995, S. 33) Insbesondere in den beiden Forschungsprojekten „Umweltlernen im Betrieb am Beispiel der Verkehrsmittelwahl auf dem Arbeitsweg“ (SCHMIDT/LITTIG 1994, S. 225ff.) und „Vier Wochen ohne Auto“ (BURWITZ et al. 1992)²⁵ wurde diese Art von „Learning-by-doing-

²⁵ Weitere Projekte dieser Art werden von KALWITZKI (1993) in dem Artikel „Einladungen zur Veränderung“

Strategie“ wissenschaftlich begleitet und untersucht. Mit Hilfe dieser Projekte sollten individuelle Nutzungswiderstände gegenüber Öffentlichen Verkehrsmitteln reduziert und neue Gewohnheiten etabliert werden. Die Teilnehmer wurden angeregt, persönliche Erfahrungen im Leben ohne Auto zu sammeln.

Interessant für Jugendliche, insbesondere für solche kurz nach dem 18. Lebensjahr, wäre diese „Learning-by-doing-Strategie“, sofern von der jugendspezifischen Situation vom Drang nach mehr (Auto-) Mobilität ausgegangen werden würde. Ein Angebot, welches die Möglichkeit des Autoteilens („Car-Sharing“) speziell für Jugendliche beinhaltet, würde dem Wunsch der Jugendlichen entgegenkommen, sie gleichzeitig aber als Nutzer des ÖV erhalten. Sinn und Zweck von Car-Sharing müßte auch bei Jugendlichen sein, daß nicht der Einstieg in die „motorisierte Gesellschaft“ vollzogen wird. Car-Sharing muß eine sinnvolle Ergänzung zum Öffentlichen Verkehr darstellen. Da davon ausgegangen wird, daß bei Jugendlichen ein gewohntes Verhalten bezüglich des Selbstfahrens mit dem Auto (noch) nicht vorherrscht, ist es mit Car-Sharing möglich, sie in ihrer bisherigen Gewohnheit, den ÖV zu nutzen, zu unterstützen. Gleichzeitig kann aber eine Alternative für bestimmte Zeiten und Zwecke dargelegt werden. Den Jugendlichen sollten Alternativen zum „normalen“ Pkw-Gebrauch aufgezeigt und erlebbar gemacht werden, bevor sich eine gewohnheitsmäßige Pkw-Nutzung einstellt. Ein entsprechend konzipiertes Angebot bzw. ein Forschungsprojekt, welches die Nutzung von Car-Sharing für Jugendliche zum Inhalt hat, ist dem Autor nicht bekannt.²⁶

4.3 Angebotsplanung

Nachdem im vorangegangenen Kapitel ausgewählte Interventionsstrategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen dargestellt wurden, werden im folgenden mögliche Betriebs- und Angebotsformen sowie potentielle ÖPNV-Fördermaßnahmen erläutert. Bei den Angebotsformen des ÖPNV wird eine Auswahl dahingehend getroffen, daß der Schwerpunkt auf dem System Bus liegt. Das System Schiene wird im geringeren Umfang berücksichtigt, da es nur eine Betriebsform (Linienbetrieb) kennt. Eine Ausnahme ist die Betrachtung der Angebote der DB AG für Jugendliche. Potentielle Fördermaßnahmen (z. B. Verbesserungen der Fahrzeugausstattung, Information) können aber übertragen werden. Insbesondere, die Angebote, die auf die spezifischen Wünsche und räumlichen Verhaltensweisen von Jugendliche Bezug nehmen, werden anhand des Bussystems dargestellt. Hierunter werden Angebote, verstanden:

- die zu nachfrageschwachen Zeiten und in nachfrageschwachen Räumen bestehen (z. B. Nachtbus, Anruf-Sammel-Taxi (AST), Anruf-Linien-Taxi (ALT)),
- die speziell für Jugendliche (z. B. Schülerverkehr, Angebote der Deutschen Bahn AG) gelten sowie
- die die Mobilität von Jugendlichen entscheidend verbessern können (z. B. Fahrradmitnahme, Kombinationsmöglichkeit von Bus und Taxi, Car-Sharing).

in der Zeitschrift Verkehrszeichen Heft 3, S. 11ff. dargestellt.

²⁶ Nach Auskunft von TELGENBÜSCHER („stadtmobil Car-Sharing GmbH“ Dortmund) vom 10.11.1997 besteht die Zielgruppe von Car-Sharing aus Leuten zwischen 30 und 40 Jahren. Es wurden bisher wenig Bemühungen unternommen Jugendliche anzusprechen.

Die Situation wird, soweit möglich, für Jugendliche in der Stadt Dortmund dargestellt. Darüber hinaus wird die Relevanz der einzelnen Maßnahmen bezüglich der herausgearbeiteten Determinanten erläutert, indem Ergebnisse von empirischen Untersuchungen angeführt werden. Grundsätzlich sind nach PEZ (1989, S. 223ff.) fünf Typen von Fördermaßnahmen zu unterscheiden, welche eine Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl bewirken können:

- technische und bauliche Maßnahmen,
- Maßnahmen im Bereich der Linienführung und Frequenz,
- Tarife/Tarifpolitik,
- Verbesserungen der Fahrzeugausstattung bzw. des Wagenparks sowie
- Informationen.

Sinn und Zweck dieses Abschnittes ist es, das Verkehrsmittelangebot des ÖPNV in Dortmund für Jugendliche darzustellen, erste Anhaltspunkte für die Entwicklung von Handlungsansätzen und Empfehlungen für die Planung zur Bindung Jugendlicher an den ÖPNV zu schaffen und die Bedeutung einzelner Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl zu unterstreichen.

Betriebsformen des Systems Bus

Beim System Bus sind insgesamt vier Betriebsformen denkbar (vgl. LÖCKER 1993, S. 3). Der Linienbetrieb (I) ist die am häufigsten gebrauchte Variante, bei der eine bestimmte Strecke durch Umläufe zu festgelegten Zeiten bedient wird. Hierzu gehören im wesentlichen der herkömmliche Linienverkehr, die Bürger-, Nacht- und Discobusse für begrenzte Fahrgastmengen mit speziellen Bedürfnissen sowie verschiedene Formen des Ersatzes von Bussen durch Taxen im Linienverkehr bei sehr geringen Fahrgastmengen.

Zu der Betriebsform Richtungsband- bzw. Routenbetrieben (II) zählen in erster Linie Angebote, die die Merkmale des beschriebenen Linienbetriebes (regelmäßige Fahrtenfolge, feste Route) mit denen der festen Bedarfssteuerung (individuelle Bedienung, freie Beweglichkeit der Fahrzeuge) verbinden. Die dritte Betriebsform stellt der Flächenbetrieb (III) dar. Hierbei wird ein Raum bedarfsabhängig bedient, die Fahrtroute ergibt sich allein aus den Fahrtwünschen und ihrer Verteilung im Raum. Für diese Betriebsform gelten folgende Kriterien:

- der Einstieg erfolgt an definierten Abfahrtsstellen und der Ausstieg unmittelbar am gewünschten Fahrziel und
- ein Fahrzeug wird durch die angemeldeten Fahrwege bestimmt, der konkrete Fahrweg wird vom Fahrer festgelegt.

Bei der vierten Betriebsform handelt es sich um Mischformen (IV). Wo herkömmlicher Linienverkehr keine vollständige Erschließung zuläßt, bietet sich die Differenzierung als Mischbetrieb (Linien-/Bedarfsverkehr in zeitlicher und räumlicher Abhängigkeit vom Aufkommen) an.

Nachfrageschwache Zeiten und Räume berücksichtigende Angebote

(a) Anruf-Sammel-Taxi (AST)

Anruf-Sammel-Taxen werden gemäß eines Fahrplans angeboten. Sie fahren aber nur, wenn der Fahrgast (meist 30 Minuten vor fahrplanmäßiger Abfahrt) seinen Fahrwunsch telefonisch angemeldet hat. Der Fahrgast steigt an bestimmten Haltestellen ein, wird dann, nachdem möglicher-

weise noch andere Fahrgäste abgeholt wurden, auf kürzestem Wege bis zu seinem Reiseziel gebracht. Oftmals wird der Fahrgast bis vor die Haustür gefahren. Für den besseren, flächen-deckenden Service wird meist ein höherer Fahrpreis als im Linienverkehr verlangt, jedoch nur etwa 25 Prozent der normalen Taxengebühr. In der Regel werden die Fahrzeuge und die Funkzentrale (zur Disposition der Fahrzeuge) des Taxen- und Mietwagengewerbes verwendet (vgl. FIEDLER 1992, S. 74). Vorteilhaft ist der AST-Verkehr dahingehend, daß Fahrten nur durchgeführt werden, wenn ein tatsächlicher Bedarf vorhanden ist. Nur diese Fahrten werden dem Auftragnehmer erstattet. Da keine Vorhaltekosten für entfallene Fahrten, aufgrund fehlender Nachfrage, vergütet werden, entsteht ein günstiges Kostenverhältnis. AST-Verkehre können angebotsverdichtend verkehren. Hierbei werden Fahrplanlöcher im vorhandenen Angebot geschlossen. Sie können auch angebotsergänzend verkehren, um dort Verbindungen anzubieten, wo sonst räumlich oder zeitlich kein Angebot vorhanden ist (z. B. Tangentialverbindungen) oder angebotersetzend, um Kosten für bestehende, schwach ausgelastete Buskurse einzusparen (vgl. PUSCHEL et al. 1994, S. 31).

In Dortmund gibt es ein Anruf-Sammel-Taxi der DSW seit 1996 in den Ortsteilen Schnee und Großholthausen (Stadtteile südwestlich der Dortmunder Innenstadt), welches von örtlichen Taxi-Unternehmen durchgeführt wird. Das AST verkehrt nach Fahrplan, wenn der Fahrwunsch spätestens 30 Minuten vor der Abfahrt in der AST-Zentrale angemeldet wird. Von neun Abfahrtsstellen im Bedienungsgebiet fährt der AST-Verkehr stündlich zu einer S-Bahn- („DO-Barop“) und einer Straßenbahn- („Harkortstraße“) Haltestelle. Von der genannten S-Bahn- bzw. Straßenbahnhaltestelle wird der Fahrgast stündlich bis vor die Haustür gebracht. Im Zeitraum von 6.00 Uhr morgens bis 1.00 Uhr nachts fährt der AST-Verkehr, wobei am Wochenende abweichend von Werktagen andere Anfangs- und Endzeiten gelten. Die Fahrpreise belaufen sich auf 3,60 DM (voller Preis) bzw. 2,40 DM (ermäßigter Preis). Das AST-Angebot soll nach Auskunft der Dortmunder Stadtwerke in naher Zukunft auch für den Ortsteil Niedernette (Stadtteil nordöstlich der Dortmunder Innenstadt) gelten (vgl. DSW 1997b).

(b) Anruf-Linien-Taxi (ALT)

Als Linien-Taxi werden Taxen bezeichnet, die anstelle von Bussen zu festgelegten Fahrplanzeiten auf gleichen Linienwegen verkehren. Meistens beschränkt sich ihr Einsatz in verkehrsschwachen Zeiten auf Strecken, wo zwar eine geringe, aber ständige Verkehrsnachfrage besteht. Entsprechend dem Verkehrsaufkommen werden Taxen (vier Fahrgastplätze) oder Großraumtaxen (acht Fahrgastplätze) eingesetzt (vgl. JÄHNICHEN 1993, S. 6). Seit dem Fahrplanwechsel im Oktober 1996 setzen die Dortmunder Stadtwerke in den Ortsteilen Lanstrop, Kurl und Husen (Stadtteile nordöstlich der Dortmunder Innenstadt) ein Anruf-Linien-Taxi ein. Dieses ALT verkehrt zwar - wie ein Bus - nach einem festem Fahrplan, allerdings nur dann, wenn der Fahrwunsch spätestens 30 Minuten vor der Abfahrt in der ALT-Zentrale angemeldet wird. In der Hauptverkehrszeit (= Schulzeit) wird ein klassischer Linienbetrieb mit einem Omnibus und ohne Voranmeldung durchgeführt. In der übrigen Zeit fährt ein VW-Bus, der acht Fahrgastplätze hat. Das ALT verkehrt im Gegensatz zum AST nur im Zeitraum von 5.00 Uhr bis 21.00 Uhr stündlich und am Wochenende in eingeschränktem Umfang. Für die Fahrzeuge gilt der normale Linienverkehrstarif und die Durchführung obliegt örtlichen Unternehmen (vgl. DSW 1997c). Sowohl für das AST als auch das ALT liegen dem Autor

keine Daten vor, so daß nicht bekannt ist, ob und in welchem Umfang Jugendliche diese Angebote nutzen.

(c) Nachtbus

Häufig waren Disco-Autounfälle der Anlaß für Forderungen nach Einführung eines Nachtverkehrsangebotes. Daraufhin wurde oft ein reiner Discobus geschaffen. In den letzten Jahren wird ein Nachtbus von vielen Verkehrsunternehmen als Baustein eines umfassenden, den Freizeitverkehr beinhaltenden Angebotes gesehen und von Kommunen als attraktiver Standortfaktor beworben. Der Trend geht deshalb weg vom reinem Discobus hin zum Nachtbus mit breiter Zielgruppe. Dabei sind aber insbesondere Jugendliche die Basis des Fahrgastpotentials (vgl. HOOPMANN 1996, S. 16). Im VRR-Gebiet fuhren die ersten Nachtbusse im Jahre 1986 in Düsseldorf. Die weiteren angeschlossenen Verkehrsunternehmen des VRR folgten in den darauf folgenden Jahren mit entsprechenden Angeboten. Auf der guten Inanspruchnahme des „Hallen Express“ (= spezielles Angebot zum Sechs-Tages-Rennen in der Westfalenhalle Dortmund, erstmalig 1987) basierte das erste, aus flächendeckenden Ringlinien bestehende Nachtbus-System, das im Dezember 1989 in Dortmund startete (vgl. BURMEISTER 1997, S. 16f.). Das NachtExpress-Netz (NE) umfaßt heute neun Linien, die vom Start- und Zielpunkt „Reinoldikirche“ im Stadtzentrum Dortmunds sternförmig in die Dortmunder Vororte und nach Lünen-Brambauer und zurück fahren. Täglich gibt es eine Linie um 0.45 Uhr und freitags auf samstags zwei zusätzliche und samstags auf sonntags drei zusätzliche Linien im 1 ¼ Stundentakt. Die NE-Busse halten nicht nur an allen ausgewiesenen Haltestellen, wo aus- und eingestiegen werden kann. Es besteht auch die Möglichkeit sich seine „persönliche“ Haltestelle auszusuchen (d. h. sie halten überall, sofern es die Verkehrssituation zuläßt). Der NachtExpress ist zuschlagsfrei und genauso teuer wie jede andere Fahrt mit Bus und Bahn im VRR. Bis zu 2.000 Personen steigen an einem Wochenende in die NE-Busse ein. Die Annahme, der NE werde vor allem von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt, bestätigte eine Befragung im April 1997 (vgl. INFAS 1997). Danach sind 45,0% der Nutzer bis 19 Jahre und 42,0% zwischen 20 und 29 Jahren, wobei männliche Nutzer einen Anteil von 63,0% ausmachen. An den Wochenenden gibt es neben den NE-Bussen zusätzliche S-Bahnen nach Mitternacht, so daß man in die umliegenden Städte von Dortmund mit dem ÖV gelangen kann (vgl. DSW o. J.).

Jugendliche Mobilitätsbedürfnisse berücksichtigende Angebote

(a) Fahrradmitnahmemöglichkeit

Das Fahrrad ist nicht nur ein Kurzstreckenverkehrsmittel. In deutschen Ballungsräumen nutzen nach BRACHER (1993, S. 51) in den Außenzonen bzw. Ortsteilen 10,0% bis 30,0% der Fahrgäste des Öffentlichen Verkehrs „Bike-and-Ride“. Hinzu kommt die Möglichkeit der Fahrradmitnahme in Bus und Bahn. Da das Fahrrad insbesondere bei jungen Leuten eine große Rolle als Transportmittel einnimmt, kann mit Hilfe der Radmitnahme, vor allem im Freizeitverkehr, der Aktionsraum erheblich vergrößert werden. Es wird vor allem der nicht für die eigentliche Fahrt mit ÖV zu veranschlagende Zeitanteil der gesamten Reisezeit verkürzt. Der Weg zur Haltestelle bzw. von der Ausstiegshaltestelle zum eigentlichen Ziel kann schneller zurückgelegt werden. In Dortmund ist die Mitnahme von Rädern (außer man ist Besitzer des YoungTickets) nur zu bestimmten Zeiten gestattet: montags bis freitags bis 6.30 Uhr und ab 19.00 Uhr (während der Schulferien auch von 9.00 bis 16.00 Uhr), samstags ab 15.00 Uhr und ganztägig an Sonn- und Feiertagen. Pro Bus bzw. Bahn dürfen nur bis zu vier Räder befördert werden. Bei Platzmangel haben Kinderwagen, Rollstuhlfahrer und Fahrgäste Vorrang. Die Mitnahme

erfordert ein Zusatzticket pro Strecke und Fahrt, sofern man nicht im Besitz einer Zeitkarte des Typs Ticket 2000 ist (vgl. DSW 1997d). In den Nahverkehrszügen der DB AG dürfen Fahrräder in allen zuschlagsfreien Zügen mit Gepäckwagen oder -abteil mitgenommen werden und in den zuschlagsfreien Zügen ohne solch einen Wagen/Abteil sowie in S-Bahnen ist der Transport im Einstiegsraum (höchstens zwei Räder) erlaubt. Allerdings sind auch die Beförderungszeiten im gesamten VRR-Gebiet eingeschränkt: montags bis freitags von 9.00 Uhr bis 15.30 Uhr und ab 18.00 Uhr; an Samstagen, Sonntagen und Feiertagen ganztägig (vgl. VCD/STADT DORTMUND 1995, S. 15ff.). Diese eingeschränkten und dazu noch uneinheitlichen Zeiten schrecken eher vor der Benutzung ab, da man sich die unterschiedlichen Regelungen kaum merken kann. Außerdem ist das Personal befugt den Fahrradtransport abzulehnen, was ein zusätzlicher Unsicherheitsfaktor ist.

(b) Kombinationsmöglichkeit von Bus und Taxi

Diese Möglichkeit kommt als Bestellservice im allgemeinen Linienverkehr (Bus und Schiene) zum Tragen und kombiniert Linien- und Taxibetrieb. Der Fahrgast läßt sich über Funk ein Taxi für eine Anschlußfahrt zu seiner Ausstiegshaltestelle rufen. Diese Vermittlung ist dabei für den Fahrgast kostenlos. Die Anschlußfahrt erfolgt nach Fahrgastwunsch und zu den Bedingungen und den Tarifen des Taxigewerbes. Eine derartige Serviceleistung kann räumlich und/oder zeitlich beschränkt angeboten werden (vgl. WITTENBERG 1993, S. 12ff.). In Dortmund kann man jederzeit zu jeder Haltestelle innerhalb des Dortmunder Stadtgebietes ein Taxi rufen lassen. Beim NE kann ein Taxi an eine extra gekennzeichnete Haltestellen gerufen werden (vgl. DSW 1997e). Insbesondere abends und in den Außenbezirken von Dortmund erfüllt diese Serviceleistung die Sicherheitsanforderungen bestimmter Fahrgastgruppen (z. B. Frauen). Fraglich scheint, ob Jugendliche diese flächendeckende räumliche und zeitliche Alternative in größerem Umfang nutzen können. Aufgrund der getrennten Fahrpreisberechnung entstehen relativ hohe Kosten.

(c) Car-Sharing

Car-Sharing kann, wie bei den „Learning-by-doing-Strategien“ gezeigt, für Jugendliche eine sinnvolle Ergänzung zum ÖPNV darstellen. Beim Car-Sharing wird ein Fahrzeug immer nur dann genutzt, wenn die Fahrt mit anderen Verkehrsmitteln nicht akzeptabel ist (z. B. Verbindung ungünstig, Transport von Gegenständen). Es steht nicht direkt vor der Haustür, sondern an einem von den Beteiligten der Car-Sharing-Organisation gut erreichbaren Standort. Jeder Teilnehmer hat einen Schlüssel, oder die Schlüssel sind in einem Schließkasten in der Nähe der Fahrzeuge untergebracht und muß die Fahrt vorher anmelden. Bezahlt wird neben einem Monatsbeitrag, die tatsächliche Nutzung eines Fahrzeugs. In Dortmund gibt es die „stadtmobil CarSharing GmbH“, die rund 50 Fahrzeuge in ihrem Programm und derzeit (Stand 31.03.1998) 600 Teilnehmer hat. Nur 25 Teilnehmer sind im ganzen Ruhrgebiet unter 21 Jahre (vgl. VCD/STADT DORTMUND 1995, S. 32 und TELGENBÜSCHER 1998, mdl.).

Schülerverkehr

Der Schülerverkehr hat aus strukturellen Gründen einen erheblichen Anteil am gesamten ÖPNV. Im ländlichen Raum sind bis zu 80,0% des Fahrgastaufkommens Schüler (vgl. FIEDLER 1992, S. 85). Seine Ursache hat der Umfang der Schülerbeförderung hauptsächlich in der Zentralisierung der Schulen, wodurch die Schulwege länger wurden. Viele Jugendliche

kommen zum ersten Mal in ihrem Leben aufgrund der Fahrten zur Schule mit dem ÖPNV in Kontakt und erleben ihn über Jahre hinweg als ihr Transportmittel. Somit trägt der Schülerverkehr in besonderem Maße zu den Erfahrungen bei, die Jugendliche (zumindest ein Teil der Jugendlichen) mit Öffentlichen Verkehrsmitteln machen. Gemäß dem Grundsatz: „Den unfreiwilligen Fahrgast Schüler von heute zum freiwilligen Stammfahrgast von morgen machen!“ (FIEDLER 1992, S. 86) sollte der Schülerverkehr und die Wünsche und Anforderungen Jugendlicher an diesen ernst genommen werden. Beim Schülerverkehr unterscheidet man drei Formen (vgl. FGSV 1986, S. 8):

- Öffentlicher Linienverkehr (= nach dem Personenbeförderungsgesetz (PBefG) genehmigter Linienverkehr); die Schülerbeförderung erfolgt aufgrund von genehmigten Beförderungstarifen mit den übrigen Benutzern des ÖPNV,
- freigestellter Schülerverkehr (= Linienverkehr mit Bussen außerhalb des Öffentlichen Linienverkehrs nach der Freistellungsverordnung, die die Durchführung dieses linienmäßig betriebenen Verkehrs von den Bestimmungen des PBefG freistellt); er wird in der Regel von den Schulträgern bezahlt und die Schüler nutzen diesen Freistellungsverkehr kostenlos,
- individuelle Beförderungsarten (= Schülerbeförderung mittels privater Kfz/Räder durch die Schüler); die Schulträger beteiligen sich gelegentlich an den privat entstehenden Kosten.

Während im Linienverkehr die Mindereinnahmen der Schülerzeitkarten durch die Länder und den Bund abgegolten werden, werden die reinen Schulbusfahrten (freigestellter Schülerverkehr) von den Schulträgern voll finanziert. Unterhalb der landesüblichen Mindestentfernung (in NRW 3,5 km in Klasse 5 bis 10 und 5 km in Klasse 11 bis 13 und Berufsschulen) sind Schüler und Eltern verpflichtet, die Fahrkarten für die Beförderung mit Öffentlichen Verkehrsmitteln selbst zu beschaffen. In Dortmund erhalten laut Schulverwaltungsamt (1998, mdl.) ca. 14.000 Schüler eine Schülermonatskarte (Stand August 1997), die den normalen Öffentlichen Linienverkehr nutzen.²⁷ Somit erhält fast jeder vierte Schüler (24,7%) allgemeinbildender Schulen und Berufsschulen diese Zeitkarte. Mit der Schülermonatskarte ist es den Jugendlichen möglich, auch in der Freizeit den ÖV zu nutzen. Darüber hinaus gibt es Schulen in Dortmund, die durch freigestellten Schülerverkehr und Linienverkehr erschlossen werden (z. B. Schulzentrum Renninghausen, Asseln und Habinghorst).

Angebote der DB AG

Nicht nur Angebote der Dortmunder Stadtwerke bzw. anderer ortsansässiger Unternehmen stehen den Dortmunder Jugendlichen zur Verfügung. Auch die Geschäftsbereiche Fern- und Nahverkehr der DB AG haben spezielle Angebote für Jugendliche in ihren Programmen.

Eine erste Studie „Junge Zielgruppen im Nahverkehr der DB AG“ wurde 1996 in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse zeigten einen umfangreichen Handlungsbedarf auf, so daß vom Geschäftsbereich Nahverkehr (Zentrale in Frankfurt) bisher mehrere Einzelprojekte initiiert wurden, die noch in ein zusammenhängendes Konzept integriert werden müssen. Von den 19 Regionalbereichen gibt es darüber hinaus weitere Angebote für Jugendliche, auf die aber nicht näher eingegangen werden kann. Nach Aussagen der DB AG (1997, mdl.) besteht ein großes Problem darin, daß sie keine Werbebotschaft für Jugendliche hat. Mit dem Thema Umweltschutz spricht man kaum bzw. keine Jugendlichen an. Der „Erlebnisraum Bahn“ ist das, was nun speziell an Jugendliche gerichtet wird. Ein weiteres Problem besteht darin, daß die DB AG eine eigene Marke schaffen müßte, um Jugendliche ansprechen zu können. Das angeschlagene Image könnte ansonsten eine Einstiegshemmschwelle sein.

²⁷ 1.212 Hauptschüler, 2.786 Realschüler, 3.443 Gesamtschüler, 4.880 Gymnasiasten und 1.756 Berufsschüler erhielten 1997 eine Schülermonatskarte.

(a) Bahntours

Erstmals präsentiert die DB AG seit Ende 1997 ein betreutes Jugendreiseprogramm. Partner ist der Radiosender EinsLive und verantwortlicher Reiseveranstalter ist das Jugendferienwerk des Landes NRW e. V. Junge Leute finden hier Reisen in den Ferien NRWs sowie Kurztrips zu Sport- und Musikveranstaltungen. Der Radiosender EinsLive organisiert z. B. Musikhilights wie eine Schanzenparty in Winterberg (EinsLive-Schnee-Express), den Loveparade-Express nach Berlin, den Popkomm-Express nach Köln sowie eine Clubtour durch Londoner Musikclubs. Nach Winterberg und Berlin werden Züge eingesetzt, die Tanzwagen mit DJs haben.

(b) Jugendzug

„Damit Jugendliche in ihrer Freizeit mit dem Nahverkehr fahren und das Auto stehen lassen, brauchen wir einen kräftigen Kreativitätsschub. Gerade für diese Zielgruppe sind jugendgerechte Angebote und Dienstleistungen im Nahverkehr gefordert. Dazu müssen wir bereit sein, auch unkonventionelle Wege zu gehen“ so der Nahverkehrsvorstand der DB AG Klaus Daubertshäuser (DB AG 1997b) anlässlich des Internationalen Kongresses für den ÖPNV in Stuttgart. Vor diesem Hintergrund schrieb die DB AG 1997 erstmalig und einmalig den DB-Design-Förderpreis „Erlebniswelt Nahverkehr für Jugendliche“ aus. Erwartet wurden innovative Ideen zur Gestaltung eines DB-Nahverkehrswagens für Jugendliche. Ende Februar 1998 wurde die Preisverleihung in Berlin vollzogen. Mit dem Bau der Wagen wurde bereits Anfang 1998 begonnen, so daß Mitte dieses Jahres mit dem ersten Einsatz zu rechnen ist.

(c) Popfone

Ein anderes Angebot besteht aus dem sogenannten Popfone (Tel.: 01805/ 22 38 50). Hierbei handelt es sich um ein „akustisches Jugendmagazin“. Speziell Jugendliche können hier Informationen über Konzerte, Veranstaltungen und Musikgruppen u. ä. erfahren. Die DB AG ist der Hauptsponsor. Die Herstellung des Zusammenhanges zum Nahverkehr ist relativ schwierig. Es werden oft Eintrittskarten u. ä. in Zusammenhang mit Fahrausweisen der DB AG verlost, so daß die Jugendlichen ihre Wege zu den Veranstaltungen mit der Bahn bzw. Bus zurücklegen. Hierdurch erleben sie die Bahn, und es wird gehofft, daß dadurch weitere Nutzungen in Frage kommen. Bisher ist die Resonanz nicht groß, was u. a. an den hohen Kosten für die Anrufer liegt. 1998 soll eine Kooperation mit einem Musiksender eingegangen werden, wovon sich die DB AG eine größere Resonanz verspricht (DB AG 1997, mdl.).

Die Bemühungen der DB AG Jugendliche gezielt anzusprechen, sind relativ neu. Es ist daher noch offen, ob Jugendliche durch die genannten Angebote angesprochen werden und inwiefern diese Angebote von ihnen positiv erlebt werden. Diese ersten Ansätze einer Jugendfreundlichkeit der DB AG sind jedoch zu begrüßen. Es wird als sinnvoll angesehen, daß solch unkonventionelle Wege durch die DB AG eingeschlagen werden.

ÖPNV-Fördermaßnahmen

Die innerhalb der fünf Typen von ÖPNV-Fördermaßnahmen denkbaren Maßnahmen, insbesondere des Systems Bus, werden themengeleitet und nicht umfassend dargestellt. Überschneidungen einzelner Bereiche sind dabei nicht auszuschließen.

(a) Technische und bauliche Maßnahmen

Allgemein sind hierunter solche Maßnahmen zu verstehen, die sich auf den Aus- bzw. Umbau von Verkehrsflächen (Verkehrswege/Haltestellenbereiche) beziehen. „Der Hauptzweck der baulichen Neuordnung von Verkehrsflächen des ÖPNV ist eine Optimierung der Reisegeschwindigkeit.“ (PEZ 1989, S. 224) In einer Studie zur „Verkehrsmittelwahl im Stadtverkehr und ihre Beeinflussbarkeit“ (PEZ 1989) wurde eine Befragung von Kieler Erwerbstätigen in Unternehmen und Behörden durchgeführt. Hierbei wurde ermittelt, daß die fünf Faktoren Schnelligkeit, Bequemlichkeit, Verkehrssicherheit, Kosten und Gepäcktransport einen entscheidenden Einfluß haben. Unter diesen Faktoren nimmt die Reisegeschwindigkeit die Spitzenposition ein (71,0% der Befragten messen ihr hohe bzw. sehr hohe Bedeutung zu).

Maßnahmen baulicher und technischer Art zur Optimierung der Reisegeschwindigkeit sind z. B. der Bau von ausschließlich den städtischen Linienbussen vorbehaltenen Fahrspuren (Busspuren), die Einrichtung von Bussen bevorzugende Signalschaltungen und Maßnahmen im Bereich der Haltestellen (z. B. Buskaps). Auch die Gestaltung der Haltestellen zählt zu den Maßnahmen technischer und baulicher Art. In einer Untersuchung wurde ermittelt, daß die Einstellung der Befragten „zum Begriff ‘Haltestelle‘ (des öffentlichen Verkehrs) überwiegend negativ war.“ (WALTHER 1991, S. 9) Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, daß mit dem Begriff „Haltestelle“ die Begriffe „Warten“ und „Zeitverlust“ assoziiert werden. Nach Erreichen der Haltestelle ist man meist zur vollkommenen Passivität verurteilt, man muß auf die - gegebenenfalls unpünktliche - Ankunft des Fahrzeugs warten. PETERSEN (1995, S. 98) zufolge wird die Wartezeit subjektiv etwa doppelt so stark gewichtet wie die Fahrzeit. „Dies wird darauf zurückzuführen sein, daß das Warten - auch wegen der kargen Haltestellen, in denen man der Witterung oft wenig geschützt ausgesetzt ist - deutlich unbequemer ist als die Fahrt selbst. Zudem läßt die Wartezeit kaum andere Nutzungen wie Lesen etc. zu.“ Der Wartezeit als Determinante der Verkehrsmittelwahl kommt demnach eine hohe Bedeutung zu. Um die Attraktivität zu erhöhen, kann jede Haltestelle mit einer Reihe von Einrichtungen ausgestattet werden. Zur Basisinfrastruktur sollten ein Wartehaus, Sitzgelegenheiten sowie Fahrgastinformationen mit Liniennetzplänen und Tarifinformationen gehören. Zur Unterstützung des individuellen Sicherheitsgefühls der Benutzer sollte das Wartehaus transparent sein (vgl. VCÖ 1996, S. 24). Neben dieser Basisinfrastruktur können z. B. Spielmöglichkeiten für Kinder, Toiletten oder Schließfächer an größeren Umsteigeknoten sowie ausreichende und sichere Fahrradabstellplätze eingerichtet werden.

(b) Maßnahmen im Bereich der Linienführung und Frequenz

Bei der Fahrplangestaltung der Nahverkehrsunternehmen wird meist der schwankenden Nachfrage, infolge unterschiedlicher Aktivitätenmuster, Rechnung getragen. „Nahezu alle Betriebe differenzieren die Fahrpläne nach den Wochentagen Montag bis Freitag, Samstag und Sonntag. Für die Angebotsgestaltung am Werktag läßt sich als grundsätzliches Muster festhalten, daß

eine morgendliche und eine nachmittägliche Angebotskonzentration zu verzeichnen ist, die der Verkehrsspitzenbewältigung dient. ... In Städten mit relativ großer Bedeutung des Ausbildungsverkehrs ist daneben in der Mittagszeit bei Schulschluß noch eine dritte Angebotsverdichtung zu beobachten. ... Mit Ausklingen der nachmittäglichen Verkehrsspitze wird das Angebot in relativ kurzer Zeit zurückgenommen, um dann bis zum Betriebsschluß mit geringer Variation auf diesem Niveau zu bleiben.“ (BEHN 1985, S. 40f.) Maßnahmen zur Verbesserung der Linienführung und Frequenz sind (vgl. PEZ 1989, S. 227f.) z. B.:

- verstärkter Einsatz von Bus und Bahn,
- Entzerrung der Abfahrtszeiten, d. h. zwei oder mehrere Linien, die einen Teilabschnitt einer Strecke befahren, werden so koordiniert, daß sie zusammen in dem Bereich einen leicht zu merkenden Taktverkehr bilden,
- Abwarten wichtiger Anschlüsse,
- Tangentialverbindungen (Verbindung der äußeren Stadtteile = keine Umwege über die Innenstadt und damit Vermeidung von Zeitverlusten) sowie
- Schnellbusse (= direkter Weg zwischen Quell- und Zielbereich mit wenigen Haltestellen).

REUTTER/REUTTER (1996, S. 102f.) haben mit Hilfe einer Fahrplananalyse des Dortmunder Stadtfahrplans 1994/95 Qualitätsunterschiede im ÖPNV-Angebot in Dortmund hinsichtlich der Betriebszeiträume und des Fahrtaktangebotes zu verschiedenen Tageszeiten und Wochentagen aufgezeigt. Auf die Ergebnisse wird im Rahmen der empirischen Untersuchung eingegangen.

(c) Tarife/Tarifpolitik

Oft wird von Verkehrsgesellschaften die Meinung vertreten, „daß eine allgemeine Senkung des Fahrpreises keine zusätzlichen Kunden anspricht und auch spezielle Angebote nur von bereits vorhandenen Fahrgästen genutzt werden.“ (PEZ 1989, S. 228) Andererseits wird in vielen empirischen Untersuchungen der zu hohe Fahrpreis des ÖPNV als Grund für die geringe Nutzung genannt (z. B. von 45,0% bei einer Untersuchung von GLOBUS; FIEDLER 1992, S. 63). Junge Leute benötigen, aufgrund des zumeist geringen Einkommens, besondere Beachtung bei der Tarifgestaltung. Mit preisgünstigen Leistungsangeboten, kann Bus- und Bahnfahren für Jugendliche attraktiv gemacht werden, sie können mit dem ÖPNV Erfahrungen sammeln, sofern sie keine Schülerkarte haben, und „eine entsprechende Affinität zum öffentlichen Nahverkehr“ (INFAS 1994, S. 21) kann sozialisiert werden. Die Dortmunder Stadtwerke bzw. der VRR hält für Schüler und Auszubildende das YoungTicket bereit. Jugendliche können dieses Ticket nicht nur zur Schule oder zum Ausbildungsplatz nutzen, sondern auch in der Freizeit. Die Preise belaufen sich auf 60,80 DM (Preisstufe A; Dortmund), 90 DM (Preisstufe B; Dortmund und Nachbarstädte, sowie z. T. daran angrenzende Städte) und 124,50 DM (Stufe C; VRR-Gebiet) pro Monat. Eine Ergänzung ist das YoungTicket-Extra. Dieses Angebot kostet 5,50 DM pro Monat mehr und berechtigt, werktags ab 19.00 Uhr, am Wochenende und an Feiertagen ganztägig einen Begleiter mitzunehmen. Am Wochenende kann mit dem YoungTicket-Extra das gesamte VRR-Gebiet befahren werden, auch wenn man nur die Preisstufe A besitzt. Jugendliche, die eine Schülermonatskarte haben, können diese Zusatzkarte erwerben und somit die gleichen Leistungen nutzen. Interessanterweise ist es den Besitzern eines YoungTicket-Extras erlaubt, ein Fahrrad werktags ab 9.00 Uhr und am Wochenende und Feiertagen jederzeit mitzunehmen (vgl. VRR 1997b).

Im Gegensatz zu diesem relativ teuren Angebot gibt es im Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) eine Monatskarte für alle Jugendlichen bis 21 Jahren, die nicht übertragbar ist und keine Mitnahmeregelung beinhaltet, aber nur 19 DM pro Monat kostet (im Jahresabo 15,80; Stand 1996). Dieses sogenannte Juniorticket gilt montags bis freitags ab 14.00 Uhr und am Wochenende ganztags (vgl. SCHMIDT-FREITAG 1996, S. 16). Trotz des relativ hohen Preises nutzten 1997 in Dortmund ca. 80.000 Jugendliche (DSW 1997, mdl.) ein Young Ticket (82,9% Stufe A; 7,8% Stufe B; 0,8% Stufe C und 7,8% YoungTicket-Extra). Ein weiteres Angebot in Dortmund stellt das Ticket2000 dar, welches nicht explizit für Jugendliche gedacht ist. Trotzdem können Jugendliche anstatt eines YoungTickets ein Ticket2000 besitzen. Sofern ein Ticket2000 im Haushalt vorhanden ist, können Jugendliche es zu bestimmten Zeiten nutzen, da es übertragbar ist. Die Bedeutung dieses Angebotes ist daraus zu erkennen, daß im Jahre 1997 ca. 172.500 Ticket2000 (ca. Hälfte Ticket2000 und Ticket2000 9 Uhr; DSW 1997, mdl.) in Dortmund verkauft wurden.

Der VRR initiierte vor dem Hintergrund seines Produktes YoungTicket Mitte 1996 zum ersten Mal einen Wettbewerb, der sich gezielt an Schüler ab 14 Jahren richtete. 1.500 weiterführende Schulen wurden zur Teilnahme eingeladen. Fast 800 Schüler haben sich letztlich beteiligt. Thema des Wettbewerbs war die Zukunft der Mobilität, die Aufgabenverteilung zwischen Öffentlichem Verkehr und Individualverkehr. Die Schüler sollten ihre Vorstellungen, ihre Ideen einer mobilen Zukunft darstellen. Bei den eingereichten Arbeiten sollte es sich um Themen handeln, die Realitätsbezug haben. Laut VRR (1997a, S. 12) „entstanden realisierbare Konzepte, die den VRR bei seinen Planungen für eine umweltfreundliche und preiswerte Zukunft unterstützen.“ Alle eingereichten Arbeiten sollen ausgewertet und zu einem Wettbewerbsheft zusammengestellt werden.

(d) Gestaltung der Fahrzeuge (Fahrzeugaustattung/Design)

Ein weiterer Maßnahmenbereich ist die Fahrzeugaustattung bzw. das Design der Fahrzeuge. Neben der Verbesserung der Erreichbarkeit von Fahrzielen durch entsprechende Vorrichtungen für Fahrräder ist der Komfort zu nennen. „Viele Menschen empfinden den Bus als zu wenig komfortabel. Einzelne Verbesserungen können dabei nicht nur eine Erhöhung der objektiven Ausstattungsqualität zum Ziel haben, sondern tragen ggf. auch psychologisch dazu bei, dem Bus ein Image als modernes und ‘standesgemäßes’ Verkehrsmittel zu verschaffen.“ (PEZ 1989, S. 229) Aus der bereits zitierten Studie von GLOBUS (FIEDLER 1992, S. 63) ist zu entnehmen, daß 70,0% der Befragten als Grund für die geringe Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel angeben, daß das Auto bequemer ist. Als mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Fahrzeugaustattung sind u. a. mehr Beinfreiheit, breitere Sitze, Polsterung, Ablagemöglichkeit für Gepäck, Garderobe, Schirme, Abfallbehälter, blendfreie Beleuchtung, Leselampen, Musik, Klimaanlage, beschlagfreie Fenster, Unterbringungsmöglichkeit für Fahrräder, Kinderwagen und Rollstühle zu nennen.

Zur Gestaltung der Fahrzeuge gehört auch das, meist vernachlässigte, Design der Fahrzeuge. Für fast alle Betreiber des ÖPNV ist es eine Selbstverständlichkeit, durch den Verkauf von Werbeflächen an und in den Fahrzeugen die entstehenden Defizite zu reduzieren. Es wird die Meinung vertreten, daß dies der Attraktivität der angebotenen Dienstleistung keinen Abbruch tut. „Ob am Bus Fremdwerbung angebracht ist oder nicht, deshalb steigt doch kein Fahrgast mehr oder weniger ein“, heißt die weitverbreitete Einstellung.“ (RENNSPIß 1997, S. 15) Hier läßt sich folgende Frage anführen: Warum werden Finanzmittel in externe Werbemedien investiert, während die „Fahrzeugaußenhaut“ der eigenen Dienstleistung für andere Produkte wirbt? Zumal teilweise für Autos, Autohäuser und dergleichen geworben wird und die Einnahmen durch Fremdwerbung gering sind (etwa 500-600 DM pro Fahrzeug und Monat).

Entgegen einer verbreiteten Ansicht, sind viele Dienstleistungen nicht immateriell, sondern haben eine sichtbare und greifbare „Benutzeroberfläche“. Der Blick in eine Bank, Restaurant o. ä. läßt vermuten, wie bedeutsam der äußere Eindruck ist, den ein Dienstleistungsanbieter vermittelt. Auch die Erscheinung der Fahrzeuge und Haltestellen prägt die Erwartungshaltung des potentiellen Kunden des ÖV. Immer mehr Menschen sind schließlich vom Konkurrenten „Pkw“ ein makellooses, ästhetisches Erscheinungsbild gewohnt. Gestaltungsfragen erhalten in nahezu allen Bereichen des täglichen Lebens eine zunehmende Bedeutung. Die Konsum- und Investitionsgütergesellschaft hat bereits erkannt, wie wichtig Design für eine Kaufentscheidung ist. Fahrzeuge des ÖV, die als rollende Werbeträger für andere Produkte auftreten, geben von vornherein den Anspruch auf, als Schlüsselbild (key visual) auf direktem Wege die gedankliche Verbindung zwischen der eigenen Dienstleistung und den Nachfragern herzustellen (vgl. RENNSPIEB 1997, S. 16). Für Jugendliche spielt die „Verpackung“ des ÖPNVs eine wichtige Rolle (MONHEIM 1997, mdl.). Lifestyle-Werbung für die Benutzung von ÖPNV scheint aber (noch) nicht denkbar. Viele Verkehrsunternehmen haben die Vorteile einer Corporate Identity (CI) (noch) nicht erkannt und dementsprechend keinen konsequent gestalteten visuellen Auftritt, das Corporate Design (CD) entwickelt. Die seit einigen Jahren entstehenden Stadtbussysteme sind hier eine Ausnahme. Ein wesentlicher Bestandteil ist ihr geschlossenes Erscheinungsbild mit einer einheitlichen Gestaltung aller Bestandteile vom Fahrzeug über die Haltestelle bis hin zur Fahrkarte und offensiver Werbung (vgl. RENNSPIEB 1997, S. 16). Die Dortmunder Stadtwerke haben zwar ein Gestaltungskonzept (DSW 1998, mdl.), welches grundsätzlich auf den Farben rot und weiß aufbaut, ein einheitliches Corporate Design wurde bisher aber noch nicht entwickelt und umgesetzt. Außerdem gibt es Fremdwerbung auf den Bussen und Bahnen. Seit Mitte 1997 sind jedoch die NachtExpressbusse mit einer einheitlichen Gestaltung versehen („Sternstunden im NachtExpress“ in Kooperation mit einer Versicherung). Hierdurch wird deutlich, daß offensive Produktwerbung mit einem Sponsor möglich ist. Zusätzlich gibt es einige Fahrzeuge, die ganz in Rot gestaltet sind und für das neue Servicetelefon der Dortmunder Stadtwerke werben. Diese Wege sollten stärker genutzt werden.

(e) Information

Eine wichtige Voraussetzung zur Akzeptanz Öffentlicher Verkehrsangebote ist eine übersichtliche und damit einprägsame Gestaltung des ÖV. Eine gut aufbereitete Fahrgastinformation unterstützt die Transparenz des ÖPNV und erleichtert deren Benutzung. In einer Untersuchung von PRASCHL/RISSER (1995, S. 28) gaben 25,0% der befragten Autofahrer an, daß sie ihr Auto deshalb so häufig nutzen, „weil sie über die Möglichkeit der Nutzung anderer Verkehrsmittel zu wenig informiert sind (Hervorhebung im Original, d. Verf.)“. Am Beispiel eines ÖV-Kunden seien die Informationsanlässe und die ihnen zugeordneten Informationselemente genannt (vgl. FGSV 1995, S. 37f.):

- Ermittlung der Fahrgelegenheiten (Erreichbarkeitsverzeichnisse),
- Ermittlung der Fahrtenangebote (Fahrplanblätter, Taschenfahrpläne, Aushangfahrpläne),
- Auffinden der Starthaltestelle (Wegweiser),
- Fahrverfolgung während der Fahrt, um an der richtigen Haltestelle aus- und umzusteigen (Linienverlaufplan, Ansage und Anzeige der nächsten Haltestelle),
- Fahrpreisfindung bei der Benutzung von Automaten (Haltestellenauflistung mit Fahrpreisauflistung),

- Hinweise über Art der Fahrgeldentrichtung (leicht verständliche Benutzungshinweise),
- Auffinden des Anschlußverkehrsmittels (Wegweiser) und des Reiseziels (Haltestellenumgebungsplan).

Eine zusätzliche Maßnahme ist die Einrichtung eines Telefondienstes, bei dem man jederzeit Auskunft erhält. Seit dem 01.06.1997 gibt es in Dortmund eine zentrale Telefonnummer (19449), wo die Anrufer 24 Stunden am Tag Antwort auf alle Fragen zum ÖPNV erhalten können.²⁸ Dieser Service soll in Zukunft bundesweit unter der einheitlichen Nummer von allen Verkehrsunternehmen angeboten werden. In Dortmund gibt es neben einer Vielzahl von „klassischen“ Informationselementen zwei Neuerungen im letzten Jahr, die auch Jugendliche verstärkt ansprechen (können). Seit Ende August 1997 rollt ein neuer Bus der DSW abseits der üblichen Linienwege durch Dortmund und seine Vororte. Bei diesem Bus handelt es sich um die InfoLinie, die als „rollendes Kundencenter“ bis zu 180 mal im Jahr eingesetzt wird. Interessierte Fahrgäste und alle anderen erhalten hier Informationen rund um den Nahverkehr. Die InfoLinie unterscheidet sich optisch durch eine gelb-violette Lackierung von den „normalen“ Bussen und ist mit einer elektronischen Fahrplanauskunft ausgestattet. Nicht nur in den Stadtteilen, der Innenstadt oder angrenzenden Städten wird die InfoLinie eingesetzt, sondern auch an Schulen (vgl. DSW 1997f).²⁹

Die zweite Neuerung des letzten Jahres ist das erste virtuelle Kundencenter eines Nahverkehrsunternehmens (www.dsw.de). Man kann via Internet nicht nur Fahrplan (EFA - Elektronische Fahrplanauskunft), Preis- und Fahrzeugdaten, sondern auch eine komplette Kundenhalle, eine virtuelle Stadtbahnhaltestelle, eine Bushaltestelle sowie eine Werkstatt durchstreifen. Ziel ist, durch den spielerischen Zugang per Computer komplexe Informationen anschaulich weiterzugeben. Ungeübte können hier eine Fahrt mit den Fahrzeugen der DSW simulieren, ihre Scheu vor Automaten, Entwertern und Tarifsystem überwinden. Die „Zugangsbarrieren“ für den potentiellen Fahrgast zum ÖV (z. B. schlecht lesbare Fahrpläne, umständliche Tarife) sollen vermindert werden. Hiermit werden jugendspezifische Medien genutzt und Informationen jugendgerecht vermittelt (vgl. RUNDBLICK 5/97, S. 3ff.).

4.4 Vertiefung und Erweiterung der Hypothesen und Fragestellungen

Hypothese und Fragestellung 5:

Sind die Angebote des ÖV für die Mobilitätswünsche von Jugendlichen ausreichend?

Insbesondere die Fahrplangestaltung (Betriebszeiträume und Fahrtaktangebot) und das vorhandene Liniennetz sowie Angebote, die den Faktoren der Motivstruktur Jugendlicher entsprechen, spielen für die Angebotsplanung für Jugendliche eine große Rolle. Wege sind eine Art „Niemandland“ zwischen Aktivitäten. Das Erleben von Wegen wird stark vom Ziel/Zweck überformt, so daß der Weg psychologisch zum Bestandteil der angezielten Aktivität wird. Damit strahlt der Wegezweck auf die Wahrnehmung der benutzten Verkehrsmittel ebenfalls aus (vgl. DB AG 1997a). Die notwendigen Wege (Schul- und Ausbildungswege) sind starken Reglementierungen unterworfen (= autoritärer Charakter), so daß dies auf das Image des ÖV

²⁸ Diesen Service gab es auch schon vor diesem Zeitpunkt, aber nicht unter dieser einprägsamen Nummer.

²⁹ Während der empirischen Untersuchung in der Vorweihnachtszeit stand die InfoLinie auf dem Weihnachtsmarkt in Dortmund.

abfährt. Nur wenn Jugendliche in ihrer Freizeit mit Öffentlichen Verkehrsmitteln Unabhängigkeit, Beweglichkeit u. ä. erleben können, wie dies beim Pkw möglich ist, kann der Wunsch von jungen Leuten nach Selbstbestimmung, Spontaneität, Unverbindlichkeit befolgt werden. Das „wahre Leben“ findet für Jugendliche in der Freizeit statt und das bedeutet Erleben, Spaß und Kontakte, Kommunikation und Gemeinschaft. Der ÖPNV muß sich „psychologisch“ an die Freizeitwelt Jugendlicher durch publikumswirksame Aktionen für junge Leute, entsprechende Kommunikation und neue, an die Freizeitgewohnheiten Jugendlicher angepaßte Tarif- und sonstige Angebote annähern. Mit Hilfe neu entwickelter Angebote, die die Motivstruktur Jugendlicher ansprechen sollen, soll getestet werden, ob diese bei Jugendlichen „ankommen“ (vgl. DB AG 1997a).

Hypothese und Fragestellung 6:

Sind die vorhandenen Angebote des ÖPNV in Dortmund bei den Jugendlichen bekannt? Dies beinhaltet die Fragen: Meinen Jugendliche, daß sie über die Angebote des ÖPNV in Dortmund ausreichend informiert werden? Kennen Sie z. B. die Neuerungen der DSW im Informationsbereich (InfoLinie und Servicetelefon)?

Nur bei Kenntnis ihrer Möglichkeiten im Öffentlichen Verkehr, können Jugendliche diese nutzen. Durch die Nutzung wiederum können sie positive Erfahrungen mit Öffentlichen Verkehrsmitteln machen, sofern sie alltäglich erfahren, daß der ÖV für ihre Mobilitätswünsche ein akzeptables Angebot bereit hält. Wenn Jugendliche über Jahre hinweg alle ihre Mobilitätswünsche erfüllen können, wissen sie nach dem 18. Lebensjahr, daß sie alle Möglichkeiten haben und werden sie auch nutzen. Wer einmal gelernt hat, sich im Öffentlichen Nahverkehrssystem zu bewegen, wer einmal dessen Vorteile kennt und zu nutzen weiß, der wird auch nach dem 18. Lebensjahr eher bereit sein, Bus und Bahn zu nutzen (vgl. „Learning-by-doing-Strategien“, S. 50). Nach Führerscheinerwerb und möglicherweise Autobesitz wird trotzdem eher flexibel von Fall zu Fall entschieden. Kennen sie ihre Möglichkeiten nicht oder sind sie nicht ausreichend, werden sie eventuell vollständig auf den MIV umsteigen.

Hypothese und Fragestellung 7:

Wie weit stoßen die vorgestellten Interventionsstrategien bei Jugendlichen auf Akzeptanz?

Exemplarisch sollen in der empirischen Untersuchung Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale) getestet werden. Nur wenn die Verkehrsunternehmen durch spezifische Angebote Jugendliche und ihre Bedürfnisse, Motive, Wünsche, Erwartungen und räumliche Verhaltensmuster ernst nehmen und entsprechende Angebote über die „normale“ Dienstleistung Transport hinaus schaffen, kann es gelingen Jugendliche, an den ÖV zu binden. Hierbei wird angenommen, daß mit zunehmendem Alter die Chancen auf eine Beeinflussung sinken, da ältere Jugendliche stärker motorisierte Individualverkehrsmittel nutzen.

5 VERKEHRSMITTELWAHL VON JUGENDLICHEN IN DORTMUND UND IHRE DETERMINANTEN

Planungsraum Stadt Dortmund:

Dortmund liegt am östlichen Rand des Ruhrgebietes. Im Jahre 1996 (Stand 31.12.) lebten 598.618 Einwohner im Oberzentrum Dortmund. Die Stadtfläche beträgt rund 280 qkm. Gleich sieben Autobahnen laufen auf Dortmund zu, wovon drei einen Ring um die Stadt bilden. Das innerstädtische Straßennetz umfaßt 1.706 km Straßen für den privaten Autoverkehr und 280 km Radwege. Das innerstädtische Netz des ÖPNV ist in Dortmund durch Straßenbahnen, U-Bahnen und Buslinien eng verknüpft. Hinzu kommen mehrere S-Bahnlinien. Jährlich werden mehr als 110 Millionen Personen befördert und täglich sind 300 Fahrzeuge für den ÖPNV im Einsatz. Dortmund gehört zum Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) (vgl. STADT DORTMUND 1998, <http://www.Dortmund.de>).

5.1 Datenerhebung

Definition der Grundgesamtheit

Die Abgrenzung der Grundgesamtheit bezieht sich auf die Bestimmung des Kreises von Auskunftspersonen, der für die Erhebung relevant ist. Die Grundgesamtheit ist nicht grundsätzlich die Gesamtbevölkerung eines räumlich begrenzten Gebietes, sondern die Grundgesamtheit variiert je nach Aufgabenstellung und Untersuchungszweck. Enthalten sind nur die Personen, die entweder Auskunft über den Untersuchungsgegenstand machen können oder die in anderer Weise von dem Untersuchungsgegenstand betroffen sind (vgl. ROGGE 1981, S. 161). Zur Grundgesamtheit der vorliegenden Arbeit werden alle Personen im Alter von 13 bis 21 Jahren, die zum Zeitpunkt der Befragung ihren Wohnsitz in Dortmund haben, gezählt. Aus finanziellen, zeitlichen und organisatorischen Gründen erfolgt eine Beschränkung der Untersuchung auf einen Teil der Grundgesamtheit (= Teilerhebung). Da die Elemente der Teilerhebung durch vor der Untersuchung festgelegte Regeln bestimmt wurden, wird von einer Stichprobe gesprochen. Bezüglich der Grundgesamtheit wird zwischen „angestrebter Grundgesamtheit“ und „Auswahlgesamtheit“ unterschieden. Die angestrebte Grundgesamtheit umfaßt als Konzept alle Elemente, über die Aussagen beabsichtigt sind; die Auswahlgesamtheit umfaßt alle Elemente, die eine prinzipielle Chance haben, in die Stichprobe zu gelangen (vgl. SCHNELL et al. 1995, S. 253). Für diese Arbeit bedeutet dies, daß zur Auswahlgesamtheit nur die Jugendlichen im Alter von 13 bis 21 Jahren gezählt werden, die innerhalb des zweiwöchigen Befragungszeitraumes als Innenstadtbesucher die Chance hatten, in die Stichprobe zu gelangen. Bei der Beurteilung der ausgewiesenen Ergebnisse und Interpretation der Daten muß man sich darüber im klaren sein, daß hierdurch Ergebnisbeeinträchtigungen entstanden sein können.

Auswahlverfahren

FRIEDRICHS (1982, S. 125) fordert vier Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um Teilerhebungen auf die Grundgesamtheit verallgemeinern zu können:

1. „Die Stichprobe muß ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit hinsichtlich der Heterogenität der Elemente und hinsichtlich der Repräsentativität der für die Hypothesenprüfung relevanten Variablen sein.
2. Die Einheiten oder Elemente der Stichprobe müssen definiert sein.
3. Die Grundgesamtheit sollte angebbar und empirisch definierbar sein.
4. Das Auswahlverfahren muß angebbar sein und Forderung (1) erfüllen.“

Grundsätzlich werden zwei Gruppen von Auswahlverfahren unterschieden (vgl. KROMREY 1995, S. 198ff.):

- Verfahren der Zufallsauswahl (z. B. einfache, reine Zufallsauswahl; geschichtete Zufallsauswahl; Klumpenauswahl),
- Verfahren der bewußten Auswahl (z. B. willkürliche Auswahl; bewußte Auswahl; Auswahl extremer Fälle; Auswahl typischer Fälle; Quota-Verfahren).

Bei nicht zufallsgesteuerten Auswahlen, also Verfahren der bewußten Auswahl, wird Repräsentativität (im Sinne von Stichprobe = verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit) dadurch angestrebt, daß bestimmte Merkmale der Erhebungseinheiten und ihre Verteilung in der Grundgesamtheit als Auswahlkriterien benutzt werden (z. B. bei der Quotierung). Bei zufallsgesteuerten Auswahlen wird die Entscheidung darüber, ob ein Element der Grundgesamtheit auch Element der Stichprobe wird, dagegen der Entscheidung des Forschers entzogen und durch einen kontrollierten „Zufallsprozeß“ ersetzt. Bei den nicht zufallsgesteuerten Auswahlverfahren kann die Stichprobe Repräsentativität lediglich hinsichtlich der Merkmale beanspruchen, die als Auswahlkriterien benutzt werden. Zufallsgesteuerte Auswahlen sind dagegen tendenziell repräsentativ im Hinblick auf sämtliche Merkmale der Erhebungseinheiten, und zwar im Rahmen angegebener Fehlergrenzen und Fehlerwahrscheinlichkeiten. Nach KROMREY (1995, S. 226ff.) sind die wesentlichen Nachteile der Zufallsauswahlverfahren:

- Zufallsstichproben sind schwierig durchzuführen und benötigen einer längeren Vorbereitung und Durchführung und
- das Ersetzen von „Ausfällen“ ist problematisch sowie hohe Kosten und geringere Aktualität kennzeichnen Zufallsauswahlverfahren.

Diese vorrangig praktischen Überlegungen gewinnen im Rahmen einer Diplomarbeit großes Gewicht, so daß dieser Arbeit der zweiten Gruppe von Auswahlverfahren der Vorzug gegeben wird. Da mit Hilfe des Quota-Verfahrens eine schnelle Durchführung, aktuelle Ergebnisse und bei gut geschultem Interviewerstab nahezu repräsentative Ergebnisse erreicht werden können, wird dieses Auswahlverfahren gewählt. Diese Wahl stellt ein Kompromiß zwischen den Anforderungen seitens der Repräsentativität der Stichprobe und dem in einer Diplomarbeit leistbaren Aufwand dar. Während bei einer Zufallsstichprobe die Verteilung in der Stichprobe sich mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit der Merkmalsausprägungen in der Grundgesamtheit annähert und damit Repräsentativität erreicht wird, wird mit dem Quota-Verfahren bewußt und gezielt die Verteilung der Merkmalsausprägungen erreicht (vgl. ROGGE 1981, S. 168). Demnach liegt dem Quota-Verfahren folgender Gedanke zugrunde: „Wenn die Verteilung aller Merkmalsausprägungen auf allen Merkmalsdimensionen einer Grundgesamtheit bekannt wäre, so wäre es möglich, ein Modell einer Grundgesamtheit zu erstellen, also eine Stichprobe zu entwickeln, die in allen Merkmalen für die Grundgesamtheit repräsentativ ist. Dazu bedürfte es nicht der Anwendung des Zufallsprinzips, sondern nur einer Kenntnis dieser Merkmale (Quoten) in der Grundgesamtheit und ihrer Übertragung auf das Sample.“ (BEREKOVEN et al. 1993, S. 53) In dieser beschriebenen, umfassenden Form läßt sich der Grundgedanke dieses Verfahrens nicht realisieren, weshalb man sich auf einige Merkmale beschränkt. Es sollen die Merkmale herangezogen werden, deren Verteilung in der Grundgesamtheit bekannt sind und die theoretischen Bezug zur Fragestellung haben bzw. für den Untersuchungsgegenstand eine

ausschlaggebende Rolle spielen. Die Stichprobe dieser Untersuchung wird deshalb hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Nationalität beschrieben.

Aus der Grundgesamtheit der Jugendlichen in Dortmund im Umfang von $N = 51.213$ (vgl. STADT DORTMUND 1997b, S. 8f.; Stand 31.12.1996) wird eine nach den Merkmalen quotierte Stichprobe im Umfang von $n = 300$ gezogen (vgl. Tabelle 5). Die Quotierung nach Alter, Geschlecht und Nationalität erfolgte ausgehend von der Annahme, daß diese Merkmale bei Jugendlichen zu den zentralen unabhängigen Variablen zur Erklärung des Mobilitätsverhaltens und der Verkehrsmittelwahl zu rechnen sind und daß diese Merkmale für die Interviewer sichtbar bzw. leicht abschätzbar sind. Die Wahl der Quotenmerkmale wurde ebenfalls durch das Untersuchungsziel beeinflusst, da insbesondere das Verkehrsmittelwahlverhalten der drei Altersgruppen und die Unterschiede zwischen diesen von Interesse ist. Sowohl die Freizeitinteressen und -aktivitäten, als auch die Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln variieren über das Alter, so daß vermutlich unterschiedliche Verhaltensweisen festzustellen sind. Für die genannten Merkmale wurden anhand der bekannten Verteilung der Merkmale in der Grundgesamtheit die zu befragenden Quoten festgelegt.

Tabelle 5: Quotierung der Merkmale

	Grundgesamtheit		geplante Quotenauswahl		realisierte Quotenauswahl	
	Prozent	Absolut	Prozent	Absolut	Prozent	Absolut
Insgesamt	100	51.213	100	300	100	304
Geschlecht						
männlich	50,7	25.972	50,7	152	49,3	150
weiblich	49,3	25.241	49,3	148	50,7	154
Alter						
13 bis 15 Jahre	32,8	16.790	32,8	98	33,2	101
16 bis 18 Jahre	33,4	17.118	33,4	100	34,5	105
19 bis 21 Jahre	33,8	17.305	33,8	101	32,2	98
Nationalität						
deutsch	79,9	40.909	79,9	240	83,6	254
nicht deutsch	20,1	10.304	20,1	60	16,4	50

Quelle: STADT DORTMUND 1997b, S. 8f.; eigene Erhebung

„Bewußt“ bzw. gezielt wurden den Interviewern Quoten von Merkmalen vorgegeben, die die befragten Jugendlichen aufweisen mußten. Im Rahmen dieser Quoten hatten die Interviewer freie Wahl, wen sie befragten. Die Auswahl war also „willkürlich“, d. h. beim angewandten Quota-Verfahren beruht „die Bestimmung der in eine Erhebung einzubeziehenden Einheiten letztlich auf Ermessen. Kennzeichnend ist, daß hierbei diese Ermessensentscheidungen im Stadium der Feldarbeit von den Erhebungssubjekten (meist Interviewern) selbst getroffen werden.“ (SCHEUCH 1974, S. 15; zitiert nach KROMREY 1995, S. 204) Die Zielpersonen wurden von den Interviewern, sofern sie in einer Gruppe waren, nach einem einfachen Zufallssystem ausgewählt („Geburtstagsmethode“). In Bezugnahme auf die genannten Voraussetzungen an die Stichprobe nach FRIEDRICHS, bleibt folgendes für das Quota-Verfahren festzuhalten:

- Die Grundgesamtheit ist bei dem Quota-Verfahren zwar abgegrenzt, die Auswahlgesamtheit ist jedoch weder auf irgend eine Art physisch fixiert noch symbolisch repräsentiert. Die Auswahlgesamtheit ist demnach kleiner als die angestrebte Grundgesamtheit.
- Das Auswahlverfahren ist nur zum Teil angebbar (Quotierung), zum anderen Teil überhaupt nicht. Beispielsweise ist nicht nachvollziehbar bzw. angebbar nach welchen Gesichtspunkten die Interviewer die Zielpersonen auswählen.

Die Stichprobe ist nur hinsichtlich der Quotierungsmerkmale ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit. Hinsichtlich aller anderen, nicht gewählten Merkmale oder Merkmalskombinationen ist dies nicht mehr gesichert (vgl. KROMREY 1995, S. 206f.).

Quantitative Erhebungstechnik: Standardisiertes Interview

Als Erhebungstechnik wurde das persönliche mündliche Interview gewählt. Die Interviews wurden dabei standardisiert, d. h. allen Befragten lagen die gleichen Fragen in der gleichen Reihenfolge vor. Die Standardisierung der Fragebögen gewährleistet, daß sich die Interview-situation bei allen Probanden gleich darstellte, um so nicht bereits durch wechselnde Formulierungen derselben Fragen jedem Befragten unterschiedliche Interpretationsvorgaben für seine Antwort zu geben. Die gewählte Vorgehensweise bietet sowohl Vor- als auch Nachteile (vgl. KROMREY 1995, S. 267ff.; SCHNELL et al. 1995, S. 299ff.):

- Die Zielgruppe ließ sich leicht erreichen. Da die Untersuchungspersonen in ihrer Freizeit angesprochen wurden, war mit großer Zeittoleranz und Antwortbereitschaft zu rechnen.
- Die Interviewer konnten sich den Bedürfnissen der Befragten anpassen, indem sie Mißverständnisse ausräumten.
- Die Befragten waren eindeutig als solche identifiziert. Sie konnten die Beantwortung nicht an andere Personen delegieren, wie es bei einer postalischen Befragung möglich ist.
- Der hohe Standardisierungsgrad unterdrückte Informationen. Dies konnte zumindest teilweise durch offene und hybride Fragen ausgeglichen werden.

Fragebogenkonstruktion sowie Vorbereitung und Durchführung der Befragung

Die Inhalte des Fragebogens ergeben sich aus den vorangegangenen theoretischen Betrachtungen. Bei der Konstruktion der Frage- und Antwortformulierungen wurde auf bereits erstellte Fragebögen aus Untersuchungen zu ähnlichen Themenfeldern Bezug genommen. Der erste Entwurf des Fragebogens wurde anhand von Kriterien aus einschlägiger soziologischer und psychologischer Methodenliteratur (BORTZ/DÖRING 1995; SCHNELL et al. 1995; TRÄNKLE 1983) sowie der Marktforschung (ROGGE 1981; BEREKOVEN et al. 1993) überarbeitet. Die überarbeitete Fassung wurde in Gesprächen mit Praktikern und Studierenden und in einem Probedurchlauf (Pre-Test) auf methodische und inhaltliche Stimmigkeit überprüft. Diese ersten praktischen Erfahrungen haben zur nochmaligen Modifizierung des Fragebogens geführt. Die letztlich ausgewählten Fragen bezogen sich weitestgehend auf Einstellungen und Meinungen der Befragten (sie betrafen z. B. Aspekte der Wünschbarkeit oder der negativen bzw. positiven Beurteilung) sowie Verhaltensfragen (sie bezogen sich auf Handlungen und Verhalten von Befragten) und Eigenschaften der Probanden (personale/demographische Eigenschaften). Letztere fungierten vor allem der Überprüfung statistischer Zusammenhänge zwischen demographischen Eigenschaften von Personen und ihren Einstellungen und den

geäußerten Meinungen bzw. den bestätigten Verhaltensweisen sowie der Einhaltung der Quotierungsvorgaben. Auch die in zwei Fragen untersuchten subjektiven Einflußfaktoren dienten zur Überprüfung statistischer Zusammenhänge mit den bestätigten Verhaltensweisen (= Verkehrsmittelwahl bei unterschiedlichen Wegezwecken). Die Tatsache, daß Verhaltensfragen ermitteln sollen, was Probanden in der Vergangenheit getan haben, in der Gegenwart tun bzw. für die Zukunft zu tun beabsichtigen, darf nicht darüber hinwegtäuschen, daß in allen Fällen nur über Verhaltensweisen berichtet wird („berichtetes Verhalten“). Die berichtete Handlung ist nicht mit einer tatsächlich ausgeführten Handlung gleichzusetzen (vgl. SCHNELL et al. 1995, S. 306).

Der Fragebogen beinhaltet Fragen, die ausgehend von den herausgearbeiteten Hypothesen und Fragestellungen gestellt wurden. Grundsätzlich besteht der Fragebogen aus zwei Teilen. Diese Unterteilung wurde notwendig, da gleichzeitig mit der Befragung für diese Arbeit eine Befragung im Auftrage der Dortmunder Stadtwerke AG (DSW) durchgeführt wurde. Hierbei handelte es sich um eine Befragung von 13- bis 75jährigen Dortmunder Bürgern. Den ersten Teil des Fragebogens (Fragen 1 bis 12; siehe Fragebogen im Anhang I) haben neben den 304 Jugendlichen 310 Probanden, die unabhängig von der vorliegenden Untersuchung ausgewählt wurden, beantwortet. Aufgrund dieser gleichzeitig durchgeführten Befragung weicht der Fragebogaufbau in geringem Maße von dem sonst möglichen Aufbau ab. Ohne die Unterstützung durch die DSW wäre eine Arbeit in dem vorliegenden Umfang jedoch nicht möglich gewesen. Zum Abschluß des jeweiligen Interviews konnten die Jugendlichen ihre Teilnahmebereitschaft an einem weiteren ausführlichen Interview angeben. 82 Jugendliche (= 27,0%) haben ihre Bereitschaft durch Angabe der Telefonnummer oder Adresse signalisiert. Dies unterstreicht die große Akzeptanz der Befragung bei den Jugendlichen. Die hierdurch geschaffene Möglichkeit für eine qualitativ ausgerichtete Vertiefung der Arbeit konnte aufgrund von Zeitmangel nicht realisiert werden. Die zwei Teile des Fragebogens lassen sich in folgende Hauptbereiche unterteilen:

Ermittlung

1. der Einstellungen zu den Verkehrsarten ÖV, zu Fuß, Fahrrad und Auto/Motorrad (Frage 2)
2. der Informations-/Beratungsqualität seitens der DSW sowie Ermittlung der Kenntnis der Neuerungen im Informationsbereich der DSW (Fragen 2 bis 4),
3. der Akzeptanz von Interventionsstrategien, exemplarisch am Beispiel von „Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale)“ (Fragen 5 und 6),
4. des Verkehrsmittelwahlverhaltens bei unterschiedlichen Wegezwecken (Frage 7 und 8),
5. der Einstellungen zur zukünftigen Verkehrsmittelnutzung sowie zum zukünftigen Verkehrsmittel- und Führerscheinerwerb (Frage 15),
6. von Gründen für ein eigenes Auto
7. der Kenntnis der Angebote des Öffentlichen Verkehrs in Dortmund (Frage 19),
8. der Akzeptanz von zum Teil neu entwickelten Angeboten, die die Motivstruktur von Jugendlichen ansprechen sollen (Frage 20 und 21),
9. ob die Angebote (zeitlich und räumlich) für die Mobilitätswünsche Jugendliche ausreichend sind (Frage 22 und teilweise 23),
10. von subjektiven Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl (Frage 17 und 23),
11. von objektiven Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl (Frage 9 bis 14 und 26 bis 30),

12. von Mängeln und Wünschen Jugendlicher an den ÖV in Dortmund (Frage 18, 24 und 25).

Die Einflußgrößen, wie in Tabelle 4 (s. S. 41ff.) zusammenfassend dargestellt, konnten bei der Fragebogenentwicklung nicht im ganzem Umfang berücksichtigt werden. Da nicht erwartet werden kann, daß die bei der Literaturrecherche ermittelten Einflußgrößen umfassend sind, wurde den Befragten die Möglichkeit eingeräumt, mit Hilfe von offenen Fragen ihre individuellen Einstellungen, Präferenzen, Motive u. ä. kundzutun. Für eine Auswahl von subjektiven Einflußfaktoren wurden Statements formuliert (Frage 17 und 23), die es durch die Befragten zu beurteilen galt. Die Auswahl erfolgte aufgrund der im Kapitel „Planerische Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl“ herausgearbeiteten bedeutsamen Determinanten der Verkehrsmittelwahl und weitere, vom Verfasser aufgrund der Literaturarbeit als relevant erachtete Determinanten. In Tabelle 6 sind die untersuchten objektiven und subjektiven Einflußgrößen aufgelistet.

Tabelle 6: Untersuchte objektive und subjektive Einflußgrößen

objektive Einflußgrößen	subjektive Einflußgrößen
<ul style="list-style-type: none"> • Demographische Einflüsse (Alter, Geschlecht, Nationalität, Bildungsniveau, Haushaltsgröße) • Verkehrsmittelbesitz (Pkw-, Mofa-, Motorrad-, Fahrradbesitz, Auto im Haushalt, ÖPNV-Zeitkartenbesitz) • Verkehrsmittelverfügbarkeit (Führerscheinbesitz, Pkw-/Motorrad-/Mofa-/Fahrrad-Verfügbarkeit, Autos pro Haushalt) • Verkehrssystem (Infrastruktur, Verkehrsangebot, Fahrtenhäufigkeit, Ausstattung der Haltestellen) 	<ul style="list-style-type: none"> • „extra motives“ (Unabhängigkeit, freie Wahl des Verkehrsmittels, Schnelligkeit, erwachsen werden, anerkannt werden, Freiheit, sozialer Kontakt) • Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften (Pünktlichkeit, Fahrzeugausstattung, Kosten, Reisegeschwindigkeit, Design) • Wahrnehmung des „Klimas“ für bestimmte Verkehrsmittel Image, Werbung) • Zukunftsvorstellungen (Einstellung zum Führerschein- und Verkehrsmittelerwerb sowie zur zukünftigen Autonutzung) • Informationen über das Verkehrssystem (Informations-/Beratungsqualität, Infos über das Verkehrsangebot) • Beratungsangebote/Serviceleistungen (Serviceleistungen im Bereich des ÖV und über den ÖV hinaus) • Einstellungen (bzgl. der Verkehrsarten ÖV, zu Fuß, Fahrrad und Auto/Motorrad) • Verkehrssozialisation („Taxidienste“ der Eltern, Verkehrsmittelwahl von Bezugspersonen)

Die Fragen zu Einstellungen und Meinungen wurden zum Teil als „offene Fragen“ gestellt, d. h. den Probanden lagen keine Antwortvorgaben vor, sondern sie formulierten ihre Antworten mit eigenen Worten. Der Vorteil von offenen Fragen liegt darin, daß der Befragte nicht durch vorgegebene Antwortmöglichkeiten in eine bestimmte Richtung der Beantwortung gelenkt wird. „Offene Fragen unterstützen somit besser als geschlossene Fragen Äußerungen, die auch ‘tatsächlich’ im Wissensbestand bzw. Einstellungsrahmen der Befragten verankert sind.“ (SCHNELL et al. 1995, S. 310) Die offenen Fragen wurden insbesondere deshalb gewählt, da vermutet wurde, daß Jugendliche ihre Motive einer Nutzung bestimmter Verkehrsmittel (hauptsächlich bezüglich des Autos) in geschlossenen Fragen nicht in dem Maße zum Ausdruck bringen, wie es bei offenen Fragen der Fall sein kann. Die bei allen offenen Fragen und z. T. bei geschlossenen Fragen (z. B. Frage 13 und 14) eingeräumte Möglichkeit der Mehrfachbeantwortung bedeutet eine Aufsummierung der Antworten und der jeweils gültigen Fälle. Dies führt zu einer Prozentangabe, die über 100 Prozent liegt. Maßstab ist die jeweils gültige Menge der „valid cases“. Alle anderen Fragen wurden in geschlossener Formulierung gestellt, d. h. den Probanden lagen verschiedene Antwortvorgaben vor, aus denen sie die zutreffende(n) aus-

wählen sollten. Vorteile geschlossener Fragen sind u. a. die Egalisierung unterschiedlicher Artikulationsfähigkeit der Befragten und die im Vergleich zu offenen Fragen leichtere Auswertung (Codierung) aufgrund der bereits im Vorfeld der Befragung erfolgten Auflistung der Merkmalsausprägungen (vgl. SCHNELL et al. 1995, S. 310).

Alle Probanden erhielten laminierte Karten in einem DIN A 5 Ordner. Auf diesen Karten waren die Fragen und die Antwortkategorien abgedruckt (s. Beispielkarte im Anhang II). Somit konnten sie die Fragen und Antworten mitlesen und hatten die Chance, ihre Antwort zu nennen, ohne daß sie eine der möglichen Kategorien nicht verstanden hatten oder bis zur Beantwortung nicht mehr wußten.

Für die Durchführung der Befragung konnten Helfer aus dem Freundeskreis gewonnen werden. Einige hatten bereits Erfahrungen in der Interviewführung. In einer Interviewerschulung wurde das Interviewerteam über den Hintergrund der Untersuchung aufgeklärt und der Fragebogen inhaltlich durchgesprochen. Darüber hinaus stand insbesondere das Untersuchungsziel, die Methodik und die Neutralität der Interviewer im Vordergrund (s. Anhang II „Verhaltensregeln für Interviewer“). Die Befragung wurde im Zeitraum vom 04.12. bis 15.12.1997 in der Dortmunder Innenstadt durchgeführt. Es wurde an allen Tagen befragt und die Befragungszeiten erstreckten sich über den ganzen Tag (zwischen 10.00 und 20.00 Uhr). Aufgrund der vorherrschenden Wetterlage wurde sowohl bei Sonnenschein als auch an Tagen mit wechselhaftem oder schlechtem Wetter befragt. Ein Interview dauerte im Mittel 12 bis 15 Minuten, was die Komplexität verdeutlicht. Da der Einleitung der Interviewsituation eine besondere Stellung zukommt, hatten alle Interviewer einen Interviewerausweis (s. Anhang II), auf dem sowohl das Logo der DSW als auch ein Verweis auf die Universität Dortmund vorhanden waren. Hiermit wurde der seriöse Charakter der Untersuchung betont. Zudem wurde kurz auf den Inhalt und die Dauer der Befragung hingewiesen. Hierzu wurde allen Interviewern eine schriftliche Information (s. Anhang II) an die Hand gegeben, so daß die Einleitungssituation von allen in gleicher Weise gestaltet wurde. Falls erforderlich, wurde bereits zu Beginn die Anonymität der Befragung zugesichert.

Die Wahl des Befragungsstandortes fiel auf die Dortmunder Innenstadt, da das Ziel war, einen zentralen Aufenthaltsort von möglichst vielen Personen des zu untersuchenden Personenkreises zu finden. Hinzu kam die bereits in der Einleitung herausgearbeitete Anforderung an die Konzeptionierung der Untersuchung. Hiernach sind Jugendliche aufgrund ihrer hohen Mobilität und schlechten Erreichbarkeit bei Haushaltsbefragungen unterrepräsentiert. Demnach mußte eine andere Möglichkeit gefunden werden, Jugendliche zu erreichen. Eine Befragung in institutionellen Bereichen, wie Schulen, organisierten Jugendgruppen u. ä. fiel aus mehreren Gründen außer Betracht. Zum einen ist insbesondere eine Befragung an Schulen mit einem hohen Organisationsaufwand verbunden. Zum anderen bekommt man in den genannten Institutionen zwar leicht Kontakt zu Jugendlichen, in pädagogischen Institutionen, organisierten Jugendgruppen u. ä. sind aber jeweils nur bestimmte Jugendliche anzutreffen. In einer 1991 durchgeführten Untersuchung zum „Freizeitverhalten von Dortmunder Jugendlichen“ (NEUMANN 1992, S. 74ff.) wird zum alltäglichen Freizeitverhalten von Jugendlichen folgendes konstatiert: „Es fällt auf, daß unter den ... fünf meistgenannten Treffpunkten zwei informelle Treffpunkte im Freien (Fußgängerzone; anderer Treffpunkt im Freien) und ebenfalls

zwei kommerzielle informelle Treffpunkte zu finden sind (Café, Gaststätte; Diskothek). Die informellen 'Treffpunkte im Freien', zu denen auch die Fußgängerzonen zählen, sind bei den Dortmunder Jugendlichen sowohl im Sommer als auch im Winter gleichermaßen beliebt.“ Um einen breiten Raum der Innenstadt abzudecken, wurde an acht bewußt gewählten Standorten befragt. Es sollte nicht in unmittelbarer Nähe zu einem Parkhaus/Tiefgarage bzw. zu einer Haltestelle des ÖPNV befragt werden, um die Befragung in Hinblick auf die Verkehrsmittelwahl neutral zu halten. Die Auswahl der Standorte wurde zudem dadurch beeinflusst, daß an bestimmten Treffpunkten bzw. Aufenthaltsorten von Jugendlichen befragt werden sollte. Um diese Treffpunkte herauszubekommen, wurden Gespräche mit JANSEN (1997, mdl.) vom Dortmunder Jugendring und THABE (1997, mdl.) von der Universität Dortmund (Fakultät Raumplanung, Fachgebiet Soziologische Grundlagen) geführt. Die letztliche Standortwahl fiel auf folgende Standorte, wobei teilweise Kompromisse zwischen beiden Auswahlmethoden der Standorte geschlossen werden mußten:

- Brückstraße
- Kleppingstraße
- Ecke Hansaplatz/Alter Markt
- Krüger-Passage
- Platz von Leeds
- Alter Markt
- Corso-Passage
- Petrikirchhof

Aufgrund der Vorweihnachtszeit und des gleichzeitig stattfindenden Weihnachtsmarktes wird vermutet, daß die Zahl der Jugendlichen, die die Chance hatten, an der Befragung teilzunehmen, höher als zu anderen Zeiten des Jahres war. Andererseits hatten diese Ereignisse wahrscheinlich einen, nicht quantifizierbaren, Einfluß auf das Antwortverhalten bei bestimmten Fragen. Aus Sicht des Verfassers zählt hierzu die zweite Frage des Fragebogens sowie die Frage nach der Verkehrsmittelwahl für den Weg in die Innenstadt (s. Fragebogen im Anhang D).³⁰

Auswertung der Befragungsergebnisse

Die Befragung wurde EDV-gestützt unter Zuhilfenahme des Programms SPSS für Windows, Version 6.1.2 ausgewertet. Dazu wurden alle aus den Fragebögen eingelesenen Antworten in einem Fehlerdurchlauf einer Konsistenzprüfung unterzogen. Auffälligkeiten wurden anhand der Fragebögen kontrolliert und etwaige Dateneingabefehler bereinigt. Bereits bei der Fragebogenkonstruktion wurden die einzelnen Antwortvorgaben kodiert. Die während der Befragung angewendete 5-stufige Ratingskala wurde bei der Auswertung größtenteils in drei Klassen zusammengefaßt.³¹ Sie wurde angewandt, um der Tendenz der mittleren Antwort zu begegnen (EISENSTEIN 1997, mdl.) Alle offenen Fragen wurden anhand eines Kodierplans geschlossen. Die einzelnen Kategorien wurden dabei theoriegeleitet gewählt. Die Zusammenfassung der Antworten stellt einen Informationsverlust dar, der teilweise durch die Auflistung der

³⁰ Aufgrund der Vorweihnachtszeit und des Weihnachtsmarktes war ein allgemein größeres Verkehrsaufkommen zu verzeichnen. Dies kann sich auf die Wahl des Verkehrsmittels in die Innenstadt oder aber auch auf die Einstellungen zu den einzelnen Verkehrsarten und deren Förderungswürdigkeit ausgewirkt haben.

³¹ Die Ratingskalen umfassen die verbalen Marken „trifft voll zu“, „trifft zu“, „teils/teils“, „trifft nicht zu“ und „trifft gar nicht zu“; „sehr interessant“, „interessant“, „teils/teils“, „uninteressant“ und „sehr uninteressant“ sowie „(fast) immer“, „häufig“, „selten“, „(fast) nie“ und „nie“. Bei den ersten beiden Ratingskalen wurde folgende Zusammenfassung gemacht: erste und zweite Kategorie = Zustimmung, teils/teils blieb unverändert und vierte und fünfte Kategorie = Ablehnung. Bei der dritten Skala wurde „(fast) immer“ und „häufig“ in Pkw-Verfügbarkeit und die anderen drei Kategorien in keine Pkw-Verfügbarkeit zusammengefaßt.

klassifizierten Antworten im Anhang ausgeglichen wird. Bei zwei offenen Fragen (Frage 18 und 24, s. Fragebogen im Anhang I) wurden ca. fünf bis zehn Antworten der Jugendlichen einer anderen Frage zugeordnet, da die Antwort inhaltlich nicht stimmte.

Neben den univariaten Ergebnissen (Häufigkeitsverteilungen) für alle Variablen, wurden theoriegeleitet ausgewählte Kreuztabellen erstellt, um vermutete Zusammenhänge zu überprüfen (bivariate Zusammenhänge). Ob ein inhaltlicher Zusammenhang tatsächlich statistisch bedeutsam wird, wurde mittels Chi-Quadrat-Tests überprüft. Multivariate statistische Analysemethoden wurden nicht eingesetzt. Von folgender Anwendungsvoraussetzung wurde ausgegangen (vgl. SAURWEIN/HÖNEKOPP 1992, S. 187-203 und S. 329-334; in Anlehnung an REUTTER/ REUTTER 1996, S. 18): bei den Tabellen dürfen in maximal 20,0% der Felder erwartete Häufigkeiten kleiner als 5 und keine darf kleiner als 1 sein. Als Signifikanzniveau, das die Wahrscheinlichkeit beschreibt, mit der ein Irrtum in Kauf genommen wird, also eine an sich richtige Nullhypothese fälschlicherweise verworfen wird (Alpharisiko), wurde $\alpha = 0,05$ als „signifikant“ und $\alpha = 0,01$ als „hochsignifikant“ vorgegeben. Bei einem niedrigeren Signifikanzniveau wäre das Risiko größer, tatsächlich vorhandene Unterschiede nicht nachweisen zu können (Betarisiko). Um den Umfang der Arbeit in entsprechendem Maß zu halten, werden nur die interessantesten Ergebnisse präsentiert.

5.2 Objektive Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl

Die Hauptergebnisse der nachfolgenden Ausführungen beruhen auf der quantitativen Beschreibung und Analyse der Daten einer, nach dem Quota-Verfahren gezogenen Stichprobe von 304 Jugendlichen. Die Ergebnisse der „objektiven Einflußgrößen“ werden in direktem Bezug zu Ergebnissen anderer Untersuchungen gestellt.

Demographische Einflüsse (Alter, Geschlecht, Ausbildung, Nationalität; „personenbezogene Determinanten“)

Wie bereits bei der Darstellung des gewählten Auswahlverfahrens gezeigt, wird die Stichprobe hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Nationalität beschrieben. Die Geschlechter- und Altersverteilung entspricht annähernd den prozentualen Anteilen der Geburtsjahrgänge 1976 bis 1984 der Dortmunder Bevölkerungsstatistik. Abweichend von der ursprünglichen Stichprobenplanung wurde das Quotierungsmerkmal Nationalität nicht erfüllt. Allerdings ist die Abweichung von 3,7% nach unten nicht so erheblich, daß auch bei diesem Merkmal von einer Erfüllung ausgegangen wird. Innerhalb des Befragungszeitraumes wurde deutlich, daß dieses Merkmal für die Interviewer nicht, wie angenommen, leicht abschätzbar ist. Viele Jugendliche, die „ausländisch aussahen“, wurden angesprochen, es stellte sich jedoch teilweise heraus, daß sie keine ausländische Staatsbürgerschaft hatten bzw. nicht mehr hatten. Die Schulform (= Bildungsniveau) wurde, nach längerem Abwägungsprozeß, nicht als Quotierungsmerkmal herangezogen. Eine Frage nach der Schulform wurde dennoch in den Fragebogen integriert. Interessen, Einstellungen, Ressourcen und Aktivitäten variieren mit der Bildung - und indirekt vermittelt - mit der sozialen Herkunft. Dies hat, so wird vermutet, Einfluß auf das Verkehrsmittelwahlverhalten der Jugendlichen. Interessanterweise ergeben sich nahezu identische Werte in der Stichprobe wie in der Grundgesamtheit, obwohl auf das Bildungsniveau nicht explizit bei der Auswahl der Befragten geachtet wurde. Vergleichswerte liegen nur für die allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulen vor. Bei den allgemeinbildenden weiterführenden Schulen ist zu beachten, daß in der amtlichen Schulstatistik Jugendliche enthalten sind, die 22 Jahre oder älter sind sowie eine kleinere Gruppe nicht in Dortmund wohnender Schüler.

Tabelle 7: Anteil der befragten Jugendlichen nach Schulformen (= Bildungsniveau)

	Stichprobe	Grundgesamtheit
Hauptschule	13,0%	12,3%
Realschule	18,3%	16,3%
Gesamtschule	16,8%	16,6%
Gymnasium	31,7%	24,2%
Berufsschule	20,2%	28,7%

Quelle: STADT DORTMUND 1997a; eigene Erhebung (n = 262)

In der Stichprobe sind weiterhin 11,8% Studierende der Universität oder Fachhochschule Dortmund enthalten (n = 297). Aus diesen Ergebnissen ist ersichtlich, daß 7,5% mehr Gymnasiasten, allerdings 8,5% weniger Berufsschüler befragt wurden. Obwohl NEUMANN (vgl. 1992, S. 79ff.) feststellt, daß sich die Fußgängerzone in der Dortmunder Innenstadt außer bei Gymnasiasten und teilweise Realschülern allgemeiner Beliebtheit erfreut, wurde die Quote der Gymnasiasten übererfüllt.

Lebenssituation sowie soziale und ökonomische Lebensbedingungen der Befragten (Einkommens- und Wohnsituation, Haushaltsgröße; „personenbezogene Determinanten“)

Da das Verkehrsmittelwahlverhalten von Jugendlichen nur einen Teilausschnitt der gesamten und komplexen Lebenssituation Jugendlicher darstellt, „ist die Einbeziehung wichtiger demographischer Daten (Alter, Geschlecht, Nationalität, angestrebtes Ausbildungsziel) ebenso bedeutsam für das Verständnis der Befragungsergebnisse wie die ansatzweise Darstellung der materiellen Lage“ (NEUMANN 1992, S. 13) und der Lebensverhältnisse der Jugendlichen. Die Lebensverhältnisse und materielle Lage beeinflussen in unterschiedlicher Weise die Möglichkeiten und Grenzen der Mobilität und der Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen. Hierzu gehören sowohl die eigenen Wohnverhältnisse und die Anzahl der Personen im Haushalt, in dem die Jugendlichen leben, als auch die wirtschaftliche Situation der Eltern und die den Jugendlichen zur Verfügung stehenden Geldmittel. Es wurde auf eine Frage nach dem Einkommen der Eltern verzichtet, da viele Jugendliche voraussichtlich nicht über die Höhe des Einkommens ihrer Eltern Bescheid wissen. Die Wohnsituation der befragten Jugendlichen ist in Tabelle 8 dargestellt. Hiernach leben nahezu sieben von Zehn bei den Eltern (68,1%). Fast ein Fünftel der Befragten (17,7%) leben mit einem alleinerziehenden Elternteil zusammen, wobei der überwiegende Anteil alleinerziehender Mütter (16,4%) auffällt. Vergleichszahlen für Dortmund liegen nicht vor, die Studie von NEUMANN (1992, S. 17) enthält jedoch Werte für die Altersgruppe der 13- bis 19jährigen.

Tabelle 8: Wohnformen der befragten Jugendlichen

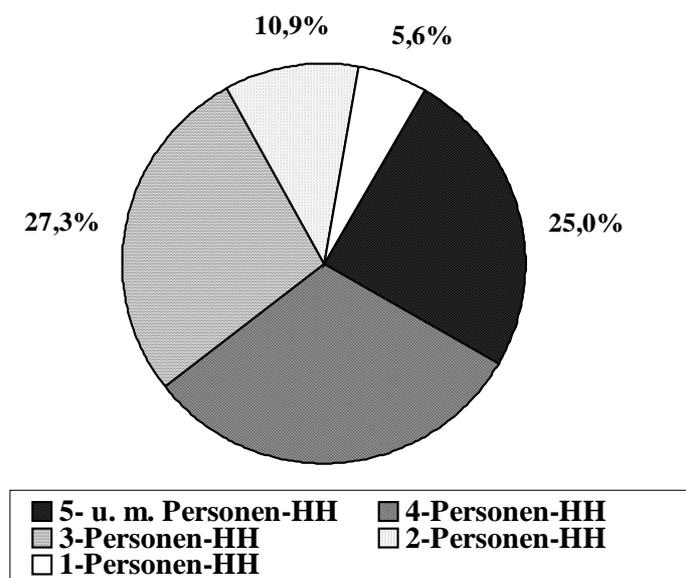
	Stichprobe	Studie von NEUMANN 1992
bei den Eltern	68,1%	82,5%
bei der Mutter	16,4%	10,6%
in einer Wohngemeinschaft (WG)	5,6%	0,3%
allein in eigener Wohnung	4,6%	2,0%
mit Freund/in in einer Wohnung	2,0%	keine Angabe
beim Vater	1,3%	2,5%
Sonstiges ³²	2,0%	2,2%

Quelle: NEUMANN 1992, S. 17; eigene Erhebung (n = 304)

Eine gesonderte Auswertung der über 18jährigen Befragten ergibt, daß ca. 14,0% in einer WG wohnen und ca. 12,0% eine eigene Wohnung haben. Dies wird voraussichtlich auf die Verselbständigung mit Abschluß der Schule bzw. Ausbildung oder dem Beginn eines Studiums zurückzuführen sein. Fast 70,0% leben aber immer noch bei ihren Eltern (55,8%), bei der Mutter (9,2%) oder beim Vater (2,5%). Wie nach den Ergebnissen der Wohnverhältnisse zu erwarten, nehmen die 3- und 4-Personenhaushalte den größten Stellenwert ein. Aber auch die 5- und mehr Personenhaushalte stellen ein Viertel aller Haushalte (25,0%).³³

³² Sonstiges umfaßt in der Stichprobe Wohnheime und bei Großeltern und bei NEUMANN bei Pflegefamilien, bei Verwandten, im Heim oder bei Freunden/Bekanntnen.

³³ 5-Personen-HH 15,8%, 6-Personen-HH 4,6%, 7-Personen-HH 2,3%, 8-Personen-HH 1,6%, 10- und 16-Personen-HH je 0,3%

Abbildung 7: Anzahl der Personen im Haushalt der befragten Jugendlichen

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Die meisten Befragten, insbesondere die unter 18jährigen, leben im Haushalt der Eltern, der Mutter oder des Vaters, so daß sie von ihrem Wohnstatus her noch nicht selbständig sind. Da die Mehrzahl der unter 18jährigen eine allgemeinbildende Schule besucht oder eine Berufsausbildung absolviert, ist bei ihnen von einer weitgehenden finanziellen Abhängigkeit auszugehen. Die meisten Jugendlichen scheinen ihren Lebensunterhalt bzw. zusätzliche (Freizeit-)Ausgaben aus mehreren Quellen zu bestreiten. Das verfügbare Einkommen wurde nicht quantitativ durch die Angabe des verfügbaren Geldes abgefragt. Hierdurch sollte verhindert werden, daß zum Schluß der Befragung eine negative Stimmung erzeugt wird. Aus anderen Untersuchungen (vgl. z. B. SCHMIDT-FREITAG 1996, S. 15) ist bekannt, daß mit zunehmendem Alter das verfügbare Monatseinkommen steigt. Nach NEUMANN (1992, S. 20ff.) verfügen die jüngeren Jahrgänge (13- bis 16jährige) in Dortmund über Beträge bis zu 50 DM, die mittleren Jahrgänge (16- bis 19jährige) und in größerem Umfang die älteren Jugendlichen haben monatlich Beträge zwischen 100 und 500 DM zur freien Verfügung.

Tabelle 9: Einnahmequellen der Jugendlichen (Mehrfachnennungen möglich)

	alle Befragten	13 bis 15 Jahre	16 bis 18 Jahre	19 bis 21 Jahre
Staatliche Mittel	7,9%	1,0%	3,8%	19,6%
Lohn aus fester Erwerbstätigkeit	9,6%	4,0%	9,5%	15,5%
Ausbildungsvergütung	17,2%	1,0%	20,0%	30,9%
Geld aus fester Erwerbstätigkeit	46,2%	46,5%	43,8%	48,5%
Taschengeld von Eltern/Verwandten	72,9%	96,0%	75,2%	46,4%

Quelle: eigene Erhebung (n = 303)

Die Angaben von NEUMANN können durch die vorliegenden Ergebnisse gestützt werden. Mit zunehmenden Alter sinkt die Einnahmequelle Taschengeld (von 96,0% bei den 13- bis 15- auf 46,4% bei den 19- bis 21jährigen), wohingegen Ausbildungsvergütung, Staatliche Mittel und Lohn aus fester Erwerbstätigkeit auffällig steigen. Da das Taschengeld von den Eltern in den

meisten Fällen niedriger als die anderen Einnahmequellen ist, kann von ähnlichen Relationen bei den Beträgen, wie oben genannt, ausgegangen werden. Viele der befragten Jugendlichen bessern ihr Einkommen durch unregelmäßige Jobs aus. Nicht nur die älteren Jugendlichen, sondern in fast allen Altersklassen liegt der Anteil bei nahezu der Hälfte der Befragten. Entscheidend für Jugendliche ist die Verfügung über Geld dahingehend, daß der Gebrauch bzw. Besitz eines Fahrzeugs jeglicher Art bzw. der Gebrauch von Öffentlichen Verkehrsmitteln in den meisten Fällen mit Kosten verbunden ist. Insbesondere für die Entscheidung speziell auf Jugendliche ausgerichtete Tarif- bzw. Transportangebote ist es notwendig, die besondere Einkommenssituation Jugendlicher zu kennen und zu berücksichtigen.

Räumliche, zeitliche und sächliche Restriktionen („objektive Handlungsmöglichkeiten“)

Wichtig für die Teilnahme an räumlicher Mobilität und für die Verkehrsmittelnutzung ist die Verfügbarkeit bzw. der Besitz von Verkehrsmitteln sowie, falls notwendig, der Besitz eines Führerscheins. In diesem Abschnitt sind die wichtigsten mobilitätsbezogenen Rahmendaten für die Verkehrsmittelwahl bei Jugendlichen dargelegt. Hiermit wird vor allem der Einflußgrößenkomplex „objektive Handlungsmöglichkeiten“ erläutert, der im Kapitel 5.5 (s. S. 110ff.) mit als Grundlage für die Erklärung von Zusammenhängen zwischen der Verfügbarkeit bzw. dem Besitz von Verkehrsmitteln und der Verkehrsmittelwahl dient. Da davon auszugehen ist, daß aufgrund der besonderen finanziellen Situation von Jugendlichen ein Fahrzeug nicht immer im Besitz dieser ist, sie es aber trotzdem nutzen, wird Besitz und Verfügbarkeit eines Verkehrsmittels unterschieden. Insbesondere beim Pkw sind Unterschiede wahrscheinlich. Jugendliche werden zudem um so eher über einen Wagen verfügen können, desto höher die Anzahl der Autos in einem Haushalt ist. Wie bereits eingangs der Arbeit dargelegt, besitzen Öffentliche Verkehrsmittel für Jugendliche einen großen Stellenwert. Durch den Besitz einer Zeitkarte können Jugendliche den ÖV ohne Aufwand jederzeit nutzen. Mit zunehmendem Alter, so wird erwartet, sinkt der Anteil an Zeitkartenbesitzer, da stärker motorisierte Verkehrsmittel nachgefragt werden. Einen großen Einfluß wird die Tatsache haben, daß eine Schülermonatskarte ab der 11. Klasse bzw. in Berufsschulen nur noch ab 5 km Entfernung „Schule - Wohnort“ kostenlos ausgegeben wird und somit eine Zeitkarte erworben werden muß. Da die Verfügbarkeit von Individualverkehrsmitteln vom Führerscheinbesitz der Jugendlichen sowie vom Besitz eines eigenen Fahrzeugs bzw. bei Pkw-Besitz des Haushaltes auch darüber verfügen zu können, abhängt, werden zunächst diese Charakteristika betrachtet.

(a) Führerscheinbesitz

Von den befragten Jugendlichen über 15 Jahre besitzen ca. die Hälfte keinen Führerschein (51,4%). Somit hat jeder Zweite (48,6%) eine oder mehrere Führerscheinklassen. Von den Führerscheinklassen nimmt die Klasse 3 die dominante Stellung ein.

Tabelle 10: Führerscheinklassen der Befragten über 15 Jahren (Mehrfachnennungen möglich)³⁴

keinen Führerschein	51,4%
Klasse 1	1,6%
Klasse 1a	2,0%
Klasse 1b	6,8%
Klasse 2	0,4%
Klasse 3	34,9%
Klasse 4	2,4%
Mofabescheinigung	6,0%

Quelle: eigene Erhebung (n = 249)

Eine Betrachtung der über 18jährigen zeigt, daß 71,7% einen Führerschein der Klasse 3 haben. Nach einer bundesweiten Erhebung von 1991 (vgl. VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 130f.) besitzen 76,0% der 18- bis 19jährigen einen Pkw-Führerschein und 88,0% der 20- bis 24jährigen. Die in der Stichprobe erreichten Werte entsprechen fast diesen Werten. Von Bedeutung sind neben dem Pkw-Führerschein die Führerscheinklassen 1b (= „große“ Roller, Leichtkrafträder 125 ccm, max. 15 PS; Mindestalter 16 Jahre) und die Mofabescheinigung (= Mofa, max. 50 ccm, nur einsitzig, Mindestalter 15 Jahre). Von den über 16jährigen besitzen 7,4% einen Führerschein der Klasse 1b und von den über 15jährigen besitzen 6,0% eine Mofabescheinigung. Zwar nehmen diese Führerscheinklassen einen größeren Stellenwert als die übrigen Klassen ein, sie sind jedoch nicht von so großer Bedeutung wie der Pkw-Führerschein.

(b) Besitz eines eigenen Fahrzeugs

Der Besitz eines eigenen Fahrzeugs, so wird zumindest in anderen Untersuchungen (z. B. HAUTZINGER et al. 1994, S. 42ff.) für Erwachsene konstatiert, und die damit zusammenhängende Verfügbarkeit ist eine zentrale Bestimmungsgröße des individuellen Verkehrsmittelwahlverhaltens. Jugendliche werden eher „preiswerte“ Fahrzeuge wie Fahrräder oder Mofas besitzen als ein Auto, da sich zum einen die Einkommenssituation besonders darstellt und zum anderen erst im Jugendalter aus dem ursprünglichen Spielzeug Rad mehr und mehr das Verkehrs- und Transportmittel Rad wird (vgl. LIMBOURG 1997, S. 35).

Knapp neun von zehn Jugendlichen (88,8%) besitzen ein eigenes und lediglich 11,2% besitzen kein eigenes Fahrzeug.³⁵

Tabelle 11: Fahrzeugbesitz der Jugendlichen (Mehrfachnennungen möglich)

Fahrrad	82,9%
Auto	16,1%
Moped 25er	4,6%
Moped 50er	3,0%
Moped 80er	2,6%
Motorrad	2,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

³⁴ Die Führerscheinklassen 4 und 5 sollten nur aufgenommen werden, wenn sie nicht automatisch in der Klasse 3 integriert waren. Zwei Befragte unter 18 Jahren gaben an, daß sie einen Pkw-Führerschein haben, den sie in den USA gemacht haben.

³⁵ Drei Jugendliche haben während der Befragung angegeben, daß sie bereits ein eigenes Auto haben, obwohl sie erst 17 Jahre alt sind

Das Fahrrad ist bei den befragten Jugendlichen ein weit verbreitetes Verkehrsmittel (82,9% besitzen ein Rad). Dies bestätigt die Annahme, daß Jugendliche eher „preiswerte“ Fahrzeuge in Besitz haben. Zwei von fünf Jugendlichen (39,2%) über 18 Jahre geben an, ein eigenes Auto zu besitzen. Alle anderen motorisierten Verkehrsmittel spielen bei den befragten Jugendlichen eine eher untergeordnete Rolle. Eine Betrachtung der über 15jährigen zeigt, daß fast genauso viele ein Mofa besitzen wie Jugendliche einen Führerschein haben (5,6% zu 6,0%). Hiernach ist offenbar der Führerscheinwerb in direktem Zusammenhang mit dem Einstieg ins motorisierte Alter zu sehen. Nach den angeführten Ergebnissen könnte das Fahrrad ein wichtiges (Alltags-) Verkehrsmittel für Jugendliche sein und die motorisierten Zweiräder dürften eine untergeordnete Rolle einnehmen. Bei den über 18jährigen nimmt das Auto zwar eine bedeutende Rolle ein, das Fahrrad ist aber noch im großem Umfang vorhanden.

(c) Vorhandensein eines Autos im Haushalt/Anzahl der Autos im Haushalt

Neben dem Pkw-Besitz ist für Jugendliche die Anzahl der Autos im Haushalt relevant, um über einen Pkw verfügen zu können. Wie bereits erwähnt, werden Jugendliche um so eher einen Pkw zur Verfügung haben, desto mehr Autos im Haushalt vorhanden sind. Ebenfalls für Jugendliche unter 18 Jahre hat die Anzahl der Autos im Haushalt bzw. die Tatsache, ob überhaupt ein Auto vorhanden ist, eine besondere Relevanz. Sofern kein Auto vorhanden ist, können (meistens) die Eltern keine „Taxidienste“ zur Schule, zu Freizeittreffpunkten u. ä. tätigen. Die Erfahrungen mit dem MIV und somit die Verkehrssozialisation werden in diesen Haushalten voraussichtlich in anderem Maße vonstatten gehen als in Haushalten mit einem oder mehreren Autos. Von den befragten Jugendlichen geben 91,4% an, daß in ihrem Haushalt mindestens ein Auto vorhanden ist. Demnach lebt weniger als einer von zehn Jugendlichen (8,6%) in Haushalten ohne Auto. Nach REUTTER/REUTTER (1996, S. 12 und 22) liegt der Durchschnitt der autofreien Haushalte in Dortmund bei 31,6%. Als Vergleichswert kann der Anteil der Menschen in autofreien Haushalten im Jahr 1992 herangezogen werden. Hiernach leben 8,3% der Altersgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 15 und 25 Jahren in autofreien Haushalten.

Aufgrund der besonderen finanziellen Situation von alleinerziehenden Elternteilen und Jugendlichen, die erst seit kurzer Zeit selbständig leben (z. B. Studierende), ist davon auszugehen, daß mit Zunahme der Personenzahl die Wahrscheinlichkeit steigt, daß ein Auto im Haushalt vorhanden ist. Mit Hilfe folgender Ergebnisse kann dies bestätigt werden. Hauptsächlich die 1-Personenhaushalte besitzen kein Auto (35,3%) und auch die 2-Personenhaushalte stellen einen überdurchschnittlichen Anteil der Haushalte, die kein Auto besitzen (21,2%; = statistisch hochsignifikant). Insbesondere die Jugendlichen, die noch zu Hause wohnen, erleben anscheinend das Auto eher als alltägliches Verkehrsmittel und werden mit Erreichen des 18. Lebensjahres über ein Auto verfügen können. Die Anzahl der Autos in den Haushalten der befragten Jugendlichen ist folgendermaßen verteilt: Über ein Auto verfügen fast vier von zehn Haushalten (39,1%), über zwei Autos 36,5% der Haushalte und über drei und mehr Autos fast jeder sechste Haushalt (15,8%).³⁶ In über der Hälfte der Haushalte (52,3%) sind demnach zwei und mehr Autos vorhanden. Es ist davon auszugehen, daß hierdurch die Pkw-Verfügbarkeit der über 18jährigen entscheidend beeinflußt wird und somit deren Verkehrsmittelwahl. Viele Eltern

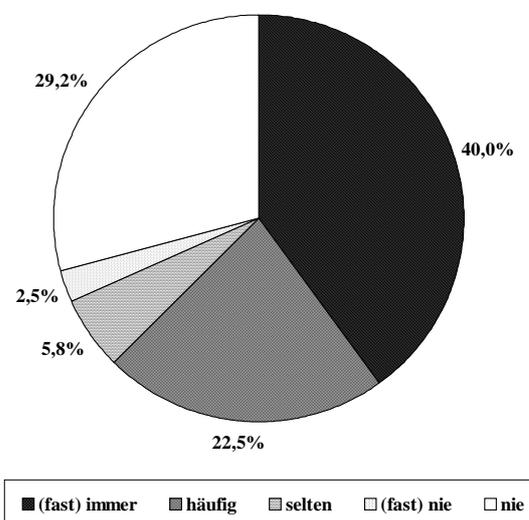
³⁶ 3 Autos im Haushalt 10,9%, 4 Autos im Haushalt 3,3%, 5 Autos im Haushalt 1,0%, 6 Autos im Haushalt 0,7%

können ihre Kinder aller Altersstufen mit „Taxidiensten“ unterstützen, da ein Zweitwagen vorhanden ist.

(d) Verkehrsmittelverfügbarkeit

Bei der Pkw-Verfügbarkeit werden nur die Jugendlichen betrachtet, die 18 Jahre und älter sind. Nur bei diesen ist tatsächlich die Möglichkeit gegeben, bei der Verkehrsmittelwahl auf einen Pkw zurückzugreifen. Zwei von fünf Jugendlichen (40,0%) geben an, daß sie „(fast) immer“ über einen Pkw verfügen können. Dies entspricht annähernd dem Wert des eigenen Besitzes eines Autos (39,2%). Weitere 22,5% geben an „häufig“, über einen Pkw verfügen zu können, wohingegen fast ein Drittel der Jugendlichen (28,3%) angibt, „nie“ über einen Pkw verfügen zu können. Dies entspricht wiederum dem Wert derjenigen, die keinen Führerschein der Klasse 3 besitzen (28,3%). Der Anteil Jugendlicher, der angibt „selten“ oder „(fast) nie“ über einen Pkw zu verfügen, ist relativ gering. Hieraus kann geschlußfolgert werden, daß offenbar mit dem Besitz eines Führerscheins dieser in den meisten Fällen benutzt werden kann. Die Jugendlichen werden durch den Führerscheinwerb zur Pkw-Nutzung motiviert (vgl. Ansätze abgestufter Wahlmöglichkeiten, s. S. 26f.). Das Erlangen der Fahrerlaubnis stellt eine Qualifizierung dar, durch die man eine spezifische Handlungskompetenz erwirbt, die gesellschaftlich hoch angesehen ist. Qualifikationen werden erworben, um sie zu nutzen. „Somit kann diskutiert werden, ob der Erwerb der Fahrerlaubnis nicht bereits die Kategorialeentscheidung für den motorisierten Individualverkehr ausmacht.“ (HEINE 1995, S. 373)

Abbildung 8: Pkw-Verfügbarkeit der über 18jährigen Befragten



Quelle: eigene Erhebung (n = 120)

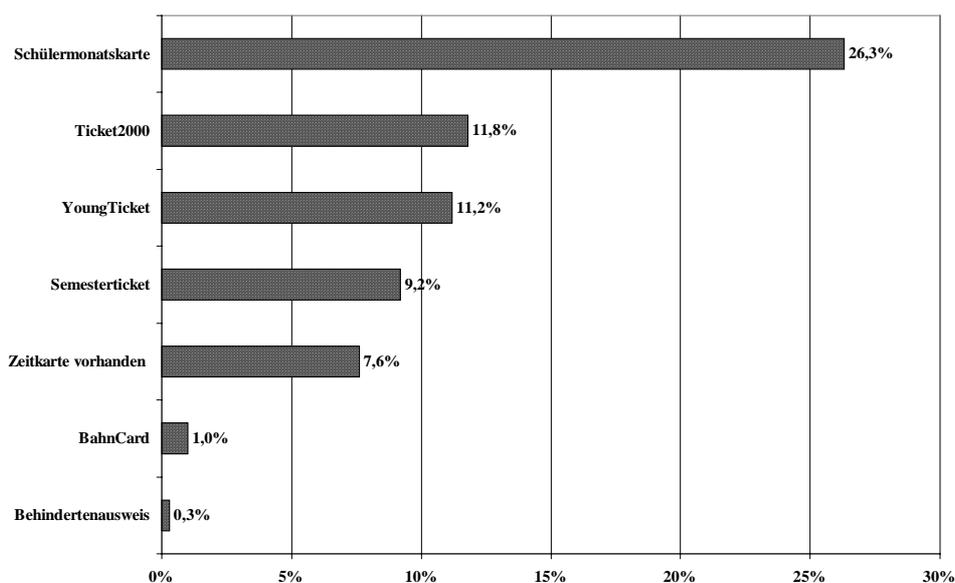
Die Vermutung, daß Jugendliche keinen eigenen Wagen besitzen, aber über einen verfügen können, kann mit diesen Ergebnissen bestätigt werden. Viele Jugendliche teilen sich offenbar einen Wagen mit Geschwistern oder einem Elternteil und greifen bei Bedarf auf diesen zurück oder nutzen den Wagen der Eltern mit. Die Chance über einen Wagen zu verfügen, steigt mit der Anzahl der Autos im Haushalt. Sofern drei oder mehr Autos im Haushalt vorhanden sind, können neun von zehn 18jährige und ältere Jugendliche (91,7%) über einen Pkw „(fast) immer“ oder „häufig“ verfügen (= Pkw-Verfügbarkeit). Sofern zwei Autos vorhanden sind, können

sieben von zehn (72,7%) und sofern ein Auto im Haushalt vorhanden ist, fast fünf von zehn Jugendlichen (46,5%) über einen verfügen (= statistisch hochsignifikant). Immerhin einer von zehn Jugendlichen (8,3%) gibt an, eine Pkw-Verfügbarkeit zu haben, obwohl kein Auto im Haushalt vorhanden ist. Hier muß die Bereitschaft von Freunden vorhanden sein, ein Auto zu verleihen oder die Jugendlichen leihen sich ein Auto bei den Eltern, wohnen jedoch alleine und besitzen selbst kein Auto. Diese Ergebnisse legen die Annahme nahe, daß der Pkw zumindest bei den Freizeitwegen, die abends, nachmittags oder am Wochenende getätigt werden, einen größeren Anteil an der Verkehrsmittelnutzung haben könnte als bei den sogenannten „notwendigen“ Wegen (Berufs- und Ausbildungsverkehr). Hier werden Jugendliche in geringerem Maße über einen Pkw verfügen können, da die Eltern den jeweiligen Pkw selbst nutzen. Besitz und Verfügbarkeit der anderen abgefragten Verkehrsmittel Fahrrad, Moped und Motorrad variiert nur um drei bis vier Prozentpunkte. Auf eine Darstellung der Prozentangaben wird verzichtet, da Besitz und Verfügbarkeit nahezu identisch sind.

(e) Zeitkartenbesitz

Der ÖPNV hat bei Jugendlichen für die Bewältigung ihrer Mobilitätswünsche eine große Bedeutung. Eine wesentliche Grundvoraussetzung für die häufige und problemlose Inanspruchnahme des ÖPNV ist der Besitz einer Zeitkarte. Nach den Ergebnissen der Befragung können etwa ein Drittel der Befragten (32,6%) Busse und Bahnen nicht nutzen, ohne viel über Tarife oder Kosten nachdenken zu müssen, da sie keine Zeitkarte besitzen. Den größten Anteil an Zeitkarten nimmt, wie nach den Ergebnissen des Schülerverkehrs (s. S. 56) zu vermuten, die Schülermonatskarte ein (vgl. Abbildung 9). Gut jeder vierte Befragte (26,3%) besitzt dieses kostenlose Ticket, das für den Schulweg und in der Freizeit genutzt werden kann. In etwa gleichem Umfang geben die Jugendlichen an, ein Ticket2000 (11,8%), ein YoungTicket (11,2%) oder ein Semesterticket (9,2%) zu besitzen. Da es sich beim Ticket2000 um ein übertragbares Ticket handelt, stellt sich ebenso wie beim Pkw die Frage nach der tatsächlichen Verfügbarkeit.

Abbildung 9: Zeitkartenbesitz der befragten Jugendlichen



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Diese ersten Ergebnisse scheinen die Annahme (s. S. 77) zu stützen, daß mit zunehmenden Alter und dem nicht mehr kostenlosen Erhalt der Schülermonatskarte der Zeitkartenbesitz, also

die Bereitschaft eine Zeitkarte zu erwerben, sinkt. Eine Betrachtung der über 18jährigen zeigt die geringer werdende Bedeutung von Zeitkarten mit Erlangung der Möglichkeit über einen Pkw zu verfügen. Besitzen drei Viertel der 18jährigen und älteren Befragten (75,6%) eine Zeitkarte, die keine Pkw-Verfügbarkeit haben, so sind es bei denjenigen mit Pkw-Verfügbarkeit nahezu 20,0% weniger (56,0%) (= statistisch signifikant). Daß insbesondere die Zeitkarte, die speziell für Jugendliche vom VRR entwickelt wurde, nur nahezu jeder zehnte Jugendliche besitzt (11,2%), zeigt, daß das YoungTicket nicht in dem Maße erfolgreich ist, wie es zu wünschen wäre. Hinzu kommt die relativ hohe Anzahl Jugendlicher (32,6%), die überhaupt keine Zeitkarte besitzt. Ein Drittel der Befragten sind möglicherweise keine oder seltene ÖV-Nutzer, da für sie kein ansprechendes (Zeitkarten-) Tarifangebot vorhanden ist. Aber gerade für Jugendliche müssen entsprechende Tarifangebote entwickelt werden, um sie an den ÖPNV binden zu können. Diese Angebote müssen über die Leistungen des YoungTickets hinausgehen und die Einkommenssituation von Jugendlichen berücksichtigen.

Verkehrliche Umwelt („objektive Handlungsmöglichkeiten“)

(a) Verkehrsangebot

Mit Hilfe einer Fahrplananalyse können Qualitätsunterschiede im ÖPNV-Angebot in Dortmund hinsichtlich der Betriebszeiträume und des Fahrtaktangebotes zu verschiedenen Tageszeiten und an verschiedenen Wochentagen aufgezeigt werden. Hierbei wird auf die Analyse von REUTTER/REUTTER (1996, S. 102f.) des Dortmunder Stadtfahrplanes von 1994/95 zurückgegriffen.³⁷ Nach Aussagen der DSW (1997, mdl.) sind die Fahrplanänderungen der letzten drei Jahren nicht gravierend, so daß von einer weitgehenden Vergleichbarkeit mit dem heutigen Angebot ausgegangen werden kann. Die Fahrplananalyse zeigt, daß an Werktagen, von Montag bis Freitag, das ÖPNV-Angebot vor allem auf den morgendlichen Frühverkehr und den Tagesverkehr ausgelegt ist. Neun von zehn ÖPNV-Linien nehmen bis 6.00 Uhr ihren Betrieb auf. Tagsüber (bis 19.00 Uhr) wird das ÖPNV-Angebot nahezu vollständig aufrechterhalten. Rund die Hälfte aller ÖPNV-Linien werden mit relativ dichten Taktfolgen betrieben: Sie fahren mindestens im 20-Minutentakt. Ein Siebtel der Linien fahren sogar im 10-Minutentakt. Ein Fünftel fährt im 30-Minutentakt und rund ein Drittel nur im 60-Minutentakt. In den Abendstunden ist der werktägliche ÖPNV-Verkehr gegenüber dem Tagesverkehr deutlich reduziert. Mehr als ein Fünftel der Linien werden zwischen 18.00 und 20.00 Uhr eingestellt. Nach 22.00 Uhr sind noch knapp zwei Drittel aller ÖPNV-Linien im Einsatz und nach Mitternacht wird das Linienangebot weiter eingeschränkt. Im wesentlichen endet der Betrieb der ÖPNV-Linien um ein Uhr nachts. Eine Verbesserung seit 1994/95 sind die NachtExpress-Linien, die von Montag bis Freitag um 0.45 Uhr ab der Reinoldikirche fahren und von freitags auf samstags zusätzlich um 2.00 und 3.15 Uhr. Trotz dieser Verbesserung werden die Angebote des ÖPNV von den befragten Jugendlichen werktags nach 19.00 Uhr zum größeren Teil als unzureichend beurteilt. Für knapp jeden zweiten (54,3%) sind die Angebote nach 19.00 Uhr für seine Zwecke unzureichend. Der Früh- und Tagesverkehr wird dagegen überwiegend positiv gesehen. Sieben von zehn Jugendlichen (71,7%) beurteilen den Frühverkehr als ausreichend und nahezu acht von zehn (78,9%) den Tagesverkehr zwischen 9.00 bis 19.00 Uhr.

³⁷ Dieser Fahrplan enthält das komplette ÖPNV-Angebot des VRR für Dortmund, unabhängig von der Trägerschaft des ÖPNV durch die DB AG, die DSW oder ÖPNV-Anbieter aus den Nachbarstädten.

An Samstagen ist laut REUTTER/REUTTER das ÖV-Angebot in Dortmund vor allem auf den Vormittag von 9.00 Uhr bis 14.00 Uhr ausgelegt. Der Tagesverkehr (bis 19.00 Uhr) wird überwiegend aufrechterhalten. Der Fahrtdichtenvergleich zeigt, daß an den Vormittagen sechs der 70 an Werktagen betriebenen ÖPNV-Linien nicht bedient werden. Hinzu kommt, daß jede fünfte Linie im Vergleich zum Tagesverkehr an den Werktagen nur mit einem ausgedünnten Taktangebot befahren wird. Im Samstagnachmittagverkehr ist die Fahrtdichte demgegenüber schlechter. Auf fast einem Viertel der ÖPNV-Linien ist der Takt gegenüber dem Fahrtdichte am Samstagvormittag ausgedünnt. In den frühen Abendstunden ist das Angebot deutlich reduziert. Im Vergleich zum ÖV-Angebot, das an Werktagen im Tagesverkehr betrieben wird, sind am Samstagabend ab 20.00 Uhr nur noch drei Viertel aller Linien im Einsatz. Bei der Hälfte der Linien, die abends überhaupt betrieben werden, ist der Fahrtdichte gegenüber dem Vormittagsverkehr ausgedünnt. In den Nachtstunden des Samstags ist das Angebot besser als an den Werktagen. Zusätzlich zu den genannten Linien fährt um 4.30 Uhr ein NachtExpress. Von den Jugendlichen wird dieses insgesamt schlechtere ÖV-Angebot am Samstag geringfügig schlechter als das Angebot an Werktagen beurteilt. Das Angebot zwischen 9.00 und 19.00 Uhr erhält eine überwiegend positive Beurteilung. 64,5% schätzen das Angebot in dieser Zeit als für ihre Zwecke ausreichend ein, während der samstäglich Frühverkehr nahezu ausgeglichen beurteilt wird (55,9% ausreichend, 44,1% unzureichend). Obwohl durch den NachtExpress das ÖPNV-Angebot am Wochenende deutlich besser als unter der Woche ist, reicht das Angebot knapp sieben von zehn befragten Jugendlichen (68,1%) nicht aus. Offenbar kann der NachtExpress die Ausdünnung der ansonsten betriebenen Linien nicht ausgleichen, oder das Angebot an sich ist noch nicht allen bekannt.

An Sonn- und Feiertagen ist das ÖPNV-Angebot tagsüber gegenüber dem Angebot an Werktagen erheblich eingeschränkt. Es werden nur 60 der insgesamt 70 an Werktagen betriebenen Linien angeboten. Bis 19.00 Uhr wird dieses Angebot zum überwiegenden Teil aufrechterhalten. Der Fahrtdichtenvergleich zeigt aber, daß im Tagesverkehr die überwiegende Mehrheit der sonn- und feiertags betriebenen ÖPNV-Linien nur mit einem ausgedünnten Taktangebot befahren werden. In den Abend- und Nachtstunden nach 19.00 Uhr ist das Angebot genauso schlecht wie werktags. Wurde von den befragten Jugendlichen der ÖPNV an Werktagen und Samstagen hauptsächlich in den Abend- und Nachtstunden als unzureichend beurteilt, so werden die sonntäglichen Angebote durchweg als unzureichend angesehen. Sieben von zehn Jugendlichen (71,4%) sehen das Angebot nach 19.00 Uhr an Sonntagen als unzureichend, 55,0% das Angebot von 9.00 bis 19.00 Uhr und 60,2% den Frühverkehr am Sonntag vor 9.00 Uhr.

Hauptsächlich das ÖPNV-Angebot an den Tagen Samstag und Sonntag bzw. zu den Tageszeiten (nach 19.00 Uhr), an denen Jugendliche Freizeitziele bzw. -aktivitäten aufsuchen, wird von ihnen als unzureichend beurteilt. Jugendliche sehen sich daher größeren Problemen ausgesetzt, wenn sie Freizeitziele am Wochenende mit Öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen wollen. Eine Ausnahme im Freizeitverkehr sind die werktäglichen Nachmittagsstunden. Das ÖPNV-Angebot ist in dieser Zeit mit am weitesten ausgebaut und gibt Jugendlichen die Möglichkeit, Freizeitaktivitäten mit dem ÖPNV aufzusuchen. Die ihnen hier angebotenen Möglichkeiten werden auch positiv beurteilt. Jugendliche nehmen das ÖPNV-Angebot scheinbar sehr differenziert wahr und beurteilen es dementsprechend. Bei der Erstellung des

Fragebogens wurde bereits vermutet, daß insbesondere die Angebote in den Abend- und Nachtstunden von Jugendlichen als unzureichend angesehen werden. Diesem Tatbestand wurde dahingehend Rechnung getragen, daß ein Statement formuliert wurde, das speziell die Angebotssituation zu diesen Zeiten abfragt („Abends/nachts vermisse ich spezielle Angebote für Jugendliche.“). Sieben von zehn Jugendlichen (70,3%) stimmen dieser Aussage zu und weitere 12,9% sehen immerhin einen teilweisen Ausbau als notwendig, indem sie „teils/teils“ antworten. Nur 16,9% der befragten Jugendlichen sehen in einem Ausbau des Angebotes in den Abend- bzw. Nachtstunden keine Notwendigkeit.

(b) Lage und Ausstattung der Haltestellen

Auch die Lage und Ausstattung der Haltestellen wurde als Einflußgröße herausgearbeitet. Da nicht nach dem Wohnstandort der Jugendlichen gefragt wurde und dieser nicht, wie bei einer telefonischen Befragung, ermittelbar ist, kann nur die Ausstattung der Haltestellen und nicht deren Lage betrachtet werden. Mit Hilfe des Statements „An den Bahnhöfen/Haltestellen fehlen mir Möglichkeiten, um die Wartezeiten zu überbrücken“ wurde ermittelt, ob die Ausstattung der Haltestellen (z. B. Informationscomputer/Unterhaltungsangebote) zur Überbrückung der Wartezeit für die Jugendlichen von Bedeutung ist. Das Ergebnis ist eindeutig: Knapp sieben von zehn Jugendlichen (69,2%) fehlen Möglichkeiten, um die Wartezeiten zu überbrücken und weitere 14,2% sind zum Teil dieser Meinung („teils/teils“-Antwort). Nur 16,6% sind nicht der Meinung. Vorwiegend junge Leute zwischen 13 und 15 Jahren sind der abgefragten Ansicht (77,0%).

Mit zunehmendem Alter sinkt das Interesse an Möglichkeiten, die Wartezeiten zu überbrücken (65,7% 16- bis 18jährige; 64,9% 19- bis 21jährige; = statistisch signifikant). Vielleicht hängt dies mit der geringer werdenden Nutzung des ÖPNV zusammen oder damit, daß ältere Jugendliche eher mit Freunden unterwegs sind und durch den Kontakt mit den Gleichaltrigen die Wartezeit verkürzt wird. Mittels neuer Technologien sollte es möglich sein, (nicht nur) jungen Leute die Wartezeiten zu verkürzen. Die DB AG setzt z. B. seit kurzem sogenannte „DB Plus Punkte“ ein. Diese multifunktionalen Pavillons bieten neben dem Wetterschutz eine Reihe von Informationsmöglichkeiten, Telefon mit Notruffunktion und Fahrscheinautomaten an. Solche Einrichtungen könnten an exponierten Haltestellen in Dortmund stehen.

(c) Infrastruktur (Qualität des Verkehrsnetzes)

Eine weitere untersuchte Determinante der Verkehrsmittelwahl ist die Qualität des Verkehrsnetzes (= Infrastruktur). Neben den Betriebszeiten und Fahrtakten ist für Jugendliche wichtig, ob sie zu den für sie relevanten Zielen gelangen. Anscheinend ist dies für den überwiegenden Teil der Befragten der Fall. 45,8% sind der Meinung, daß das Dortmunder Liniennetz im ÖV alle für sie relevanten Ziele miteinander verbindet. Weitere 29,0% sehen zumindest teilweise ihre Ziele als miteinander verbunden an. Für ein Viertel der Jugendlichen (25,2%) werden durch das Liniennetz in Dortmund jedoch nicht alle Ziele miteinander verbunden.

Welche Ziele bzw. Stadtteile, Einrichtungen o. ä. dies sind, wurde nicht erhoben.³⁸ Mit zunehmendem Alter reicht das Dortmunder Liniennetz, wie aus Tabelle 12 ersichtlich, immer weniger den Mobilitätsansprüchen der befragten Jugendlichen.

³⁸ Neben dem Dortmunder Liniennetz ist das regionale und überregionale ÖV-Netz für Jugendliche bedeutsam.

Tabelle 12: Das Dortmunder Liniennetz verbindet alle relevanten Ziele nach Alter

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
13 bis 15 Jahre	17,5%	36,1%	46,4%
16 bis 18 Jahre	23,5%	28,4%	48,0%
19 bis 21 Jahre	35,1%	22,3%	42,6%

Quelle: eigene Erhebung (n = 293)

Dem mit zunehmendem Alter größer werdenden Aktionsraum von Jugendlichen (vgl. Umweltpsychologie, S. 29), wird das Dortmunder Liniennetz nicht gerecht. Die Zustimmung der Jugendlichen, daß alle relevanten Ziele miteinander verbunden werden, variiert nur in geringfügig zwischen 42,6% und 48,0%. Hauptsächlich die „teils/teils“-Antworten wechseln mit zunehmendem Alter in eine Ablehnung. Für mehr als ein Drittel der befragten Jugendlichen (35,1%) zwischen 19 und 21 Jahren verbindet das Dortmunder Liniennetz nicht alle relevanten Ziele miteinander (= statistisch signifikant).

Sowohl die Betrachtung der Betriebszeiträume und Fahrtaktangebote als auch die Betrachtung des Dortmunder Liniennetzes legt Schwächen in der Angebotsplanung für Jugendliche offen. Hauptsächlich bei der Freizeitgestaltung werden die vorhandenen Angebote den Mobilitätswünschen von Jugendlichen nicht gerecht. Die Verkehrsmittelwahl wird hierdurch beeinflusst sein. Außerdem können Jugendliche mit zunehmendem Alter nicht mehr die Ziele mit dem ÖV aufsuchen, die für sie relevant sind. Eine weiterführende Untersuchung könnte hierauf Bezug nehmen und offen legen, welche Ziele dies sind. Mit flexiblen Angeboten, z. B. Freizeitbusse, die die ermittelten Ziele von Jugendlichen abfahren, könnte ein entsprechendes Angebot geschaffen werden.

(d) Kenntnis der Angebote des ÖPNV in Dortmund

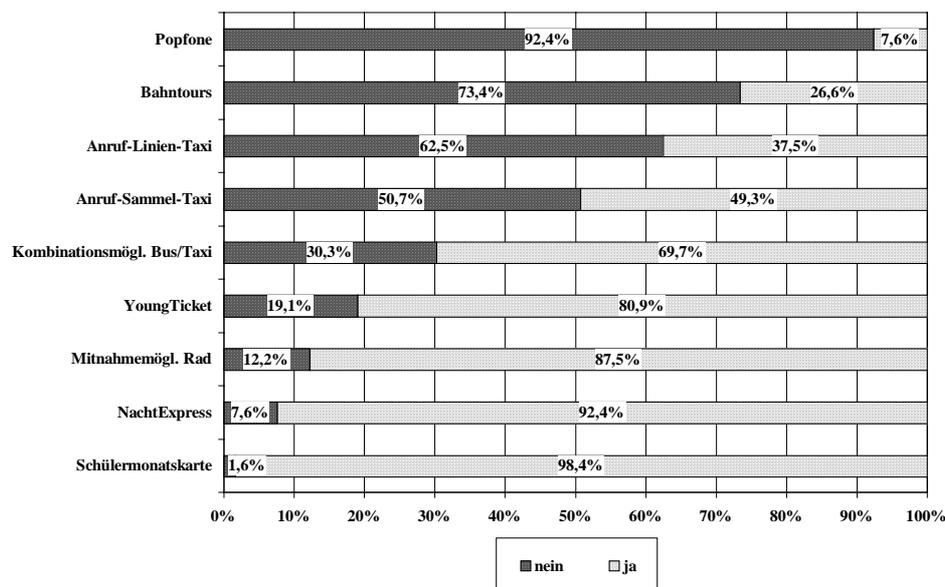
In Zusammenhang mit den in den vorherigen Abschnitten dargelegten Ergebnissen steht die Kenntnis der Angebote des ÖPNV in Dortmund. Nur bei Kenntnis ihrer Möglichkeiten können Jugendliche diese nutzen, ihre Mobilitätswünsche erfüllen und lernen, sich im ÖV zu bewegen. Die in Kapitel 4.3 (s. S. 52 ff.) herausgearbeiteten Angebotsformen der DSW und der DB AG, die speziell für Jugendliche entwickelt wurden bzw. ihren Mobilitätswünschen entsprechen, wurden auf ihre Bekanntheit abgefragt.³⁹ Der Großteil der Angebote ist bei den befragten Jugendlichen bekannt. Die speziell für Mobilitätsbedürfnisse von Jugendlichen konzipierten Angebote (NachtExpress, Schülermonatskarte) sind nahezu umfassend bekannt. Nur 1,6% der befragten Jugendlichen geben an, daß sie die Schülermonatskarte und 7,6%, daß sie den NachtExpress nicht kennen. Die Kombinationsmöglichkeit von Bus und Taxi ist bei sieben von zehn Jugendlichen (69,7%) bekannt und die Mitnahmemöglichkeit des Fahrrades in Fahrzeugen des ÖV kennen annähernd neun von zehn (87,5%). Die relativ neu geschaffenen Angebote Anruf-Sammel-Taxi (AST) und Anruf-Linien-Taxi (ALT), die nur räumlich begrenzt angeboten werden, sind in geringerem Umfang bekannt. Während das AST fast der Hälfte bekannt ist (49,3%), kennen 37,5% das ALT. Am wenigsten sind die Angebote seitens der DB AG bekannt. Beinahe drei Viertel der Jugendlichen (73,4%) kennen die Möglichkeiten von

Vielfach wird von Jugendlichen der ÖPNV deswegen schlecht bewertet, weil er für gelegentliche Ausflüge in den ländlichen Raum unbrauchbar erscheint. Durch die Begrenzung auf den Planungsraum Stadt Dortmund wurde beim Fragebogen auf eine entsprechende Frage verzichtet.

³⁹ Leider wurde die Nutzung dieser Angebote nicht in den Fragebogen integriert.

Bahntours in Kombination mit 1Live zu Großevents (Popkomm, Loveparade u. a.) oder Kurztrips zu weiteren Sport- und Musikveranstaltungen nicht. Nur 7,6% aller befragten Jugendlichen kennen das Popfone. Diese Ergebnisse bestätigen die von der DB AG geäußerten Bedenken, daß sie im Nahverkehr die Gruppe der Jugendlichen nur sehr schwer mit Hilfe von Kommunikationsmaßnahmen ansprechen (vgl. Kapitel 4.3, s. S. 57).

Abbildung 10: Kenntnis der Angebote für Jugendliche im ÖV durch die Befragten



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Vorwiegend die älteren Jugendlichen kennen den NachtExpress umfassend. 98,0% der 19- bis 21jährigen und 96,2% der 16- bis 18jährigen geben an, den NachtExpress zu kennen. Nur bei der Altersklasse der 13- bis 15jährigen sind es 16,8% der Jugendlichen, die den NachtExpress nicht kennen (= statistisch hochsignifikant). Die oben geäußerte Vermutung (s. S. 83), daß das ÖPNV-Angebot in den Abend- und Nachtstunden als unzureichend beurteilt wird, weil der NachtExpress nicht bekannt ist, kann nicht bestätigt werden. Ein weiteres speziell für Jugendliche entwickelte Angebot, das YoungTicket, ist bei knapp einem von fünf Jugendlichen nicht bekannt (19,1%). Vor allem die Hauptzielgruppe der 16- bis 18jährigen sind über das Angebot informiert; neun von zehn kennen es (90,5%; = statistisch hochsignifikant). Bei den 13- bis 15jährigen sind es 77,2% und bei den 19- bis 21jährigen 74,5%. Die meisten Jugendlichen kennen das YoungTicket, genutzt wird es jedoch nicht in einem wünschenswerten Umfang, wie im Abschnitt Zeitkartenbesitz gezeigt werden konnte. Hier müssen Strategien gefunden werden, die über die Möglichkeiten informieren und zur Nutzung animieren.

Nach den vorliegenden Ergebnissen kennen die meisten Jugendlichen ihre Möglichkeiten im ÖPNV in Dortmund. Die neu eingeführten Angebote der DSW und DB AG sind am wenigsten bekannt, was jedoch nicht erstaunlich ist. Das AST und das ALT gibt es nur in einigen Stadtteilen von Dortmund und ein Angebot wie das Popfone oder die Bahntours bundesweit einzuführen, bedarf einer längeren Anlaufphase. Insbesondere die Kombinationsmöglichkeit von Bus und Taxi und das YoungTicket bedürfen ergänzende Informationsmaßnahmen. Bei der Möglichkeit sich ein Taxi an eine Haltestellen zu bestellen, sollte überlegt werden, ob, vor dem

Hintergrund der Sicherheit von Jugendlichen und der Einkommenssituation Jugendlicher, nicht speziell für sie der Preis reduziert werden kann.

5.3 Subjektive Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl

Die Erläuterung und Darstellung der subjektiven Einflußgrößen steht im Vordergrund dieses Abschnittes. Um herauszufinden, ob für bestimmte soziodemographische Merkmale Jugendlicher spezielle subjektive Einflußgrößen besonders zutreffen, wurden statistisch (hoch-)signifikante Zusammenhänge zwischen diesen überprüft.

Informationen über die verkehrliche Umwelt („subjektive Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“)

Umfassende und gute Informationen haben eine bedeutende Stellung in der Verkehrsplanung und bei der Verkehrsmittelwahl. Hierauf wurde z. B. im Kapitel 4 (s. S. 48 und 62) hingewiesen. Die Kenntnis der Möglichkeiten im ÖPNV und die Erleichterung der Benutzung kann vor allem durch eine hohe Informations- und Beratungsqualität erreicht werden. Je besser die Jugendlichen über das vorhandene ÖPNV-Angebot (Fahrplan, Linien u. ä.) informiert sind, desto größer sind ihre subjektiven Auswahlmöglichkeiten. „Je besser sie über die externen Rahmenbedingungen, die ihnen der ÖPNV bietet, Bescheid wissen, desto besser können sie sich individuell auf diese Rahmenbedingungen einstellen und desto mehr steigt ihre persönliche Unabhängigkeit von diesen Rahmenbedingungen.“ (REUTTER/REUTTER 1996, S. 98)

(a) Informationsqualität

Bei den befragten Jugendlichen besteht keine eindeutige positive oder negative Einschätzung bezüglich der Informationsqualität. Jeweils ca. ein Drittel stimmt der abgefragten Aussage „Ich habe den Eindruck, daß die DSW sich bemühen, mich über ihre Angebote zu informieren“ zu (33,9%), „teils/teils“ zu (32,2%) und nicht zu (29,3%). Dieses relativ ausgeglichene Ergebnis kann nicht ausreichend interpretiert werden. Somit wird genauer zu ermitteln sein, ob die herausgearbeiteten Informationsangebote (u. a. InfoLinie und Servicetelefon, vgl. S. 62f.) bei den Jugendlichen bekannt sind und genutzt werden. Lediglich einem von zehn Befragten ist das Informationsangebot InfoLinie (11,2%) in der Presse aufgefallen und kennt es dementsprechend. 6,9% geben an, die InfoLinie „teils/teils“ zu kennen, 4,3% haben keine Einschätzung abgegeben und der überwiegende Anteil (77,4%) gibt an, sie nicht zu kennen. Circa einer von zwanzig hat darüber hinaus die Angebote der InfoLinie schon einmal genutzt (4,6%). 87,8% haben die Info Linie noch nie genutzt, 3,6% „teils/teils“ und 3,9% geben keine Einschätzung ab. Auch die neue Nummer des Servicetelefons der DSW ist nur bei wenigen Befragten bekannt. Einer von zwanzig (4,8%) hat durch die Angabe einer Nummer seine Kenntnis zum Ausdruck gebracht.⁴⁰

(b) Beratungsqualität

Die zweite Stütze der DSW, ihre Angebote Jugendlichen zu vermitteln und die Benutzung zu vereinfachen, ist eine gute Beratung. Im Gegensatz zur Informationsqualität fällt die Einschätzung eindeutig aus. Fast zwei Drittel befragten Jugendlichen (62,5%) fühlen sich schlecht von den Dortmunder Stadtwerken beraten, 37,5% dagegen gut. Insbesondere die Jugendlichen zwischen 16 und 21 Jahren konstatieren eine schlechte Beratungsqualität (67,7% 16 bis 18

⁴⁰ Es ist zu bedenken, daß wahrscheinlich mehr Jugendliche das Servicetelefon kennen, die Nummer aber nicht auswendig wußten. Im Fragebogen hätte der Frage nach der Nummer des Servicetelefons eine Frage nach der „einfachen“ Kenntnis vorweg gestellt werden müssen.

Jahre und 68,4% 19 bis 21 Jahre; = statistisch signifikant). Die 13- bis 15jährigen geben eine ausgeglichene Einschätzung ab (52,5% schlechte und 48,5% gute Beratungsqualität). Die Jugendlichen fühlen sich von der DSW offenbar nicht in dem Maße wahrgenommen, wie sie es sich wünschen würden. Insbesondere dann, wenn die Jugendlichen nicht mehr automatisch eine Schülermonatskarte erhalten und sich selbst ein Ticket kaufen müssen und zudem ihr Aktionsraum größer wird, scheinen sie sich allein „auf weiter Flur zu fühlen“. Erste Ansätze jugendspezifische Medien zu nutzen und Informationen jugendgerecht zu vermitteln, werden seitens der DSW bereits gemacht (s. S. 62f.). Hieran muß angeknüpft werden.

Einstellungen/Orientierungen („Einstellungen und Motive“)

(a) Einstellungen

Die Einstellungen zu den Verkehrsmitteln bzw. vier Fortbewegungsarten zu Fuß, Fahrrad, Auto/Motorrad und ÖV wurden durch Statements, die die Förderungswürdigkeit der einzelnen Verkehrsmittel zum Inhalt haben, erfaßt. Am deutlichsten wird von den befragten Jugendlichen der Ausbau der Radwege gefordert, gefolgt vom Ausbau des ÖPNV. Daß der Ausbau der Radwege nach Auffassung der Befragten am notwendigsten ist, impliziert, daß die gegenwärtige Situation als schlecht empfunden und somit verbesserungswürdig angesehen wird. Diese implizierte schlechte Beurteilung der Radwege, könnte eine Einschränkung bei der Nutzung des Fahrrades bedeuten. Jugendliche sehen die Verbesserung der Möglichkeiten, zu Fuß gehen zu können, als weniger wichtig als alle anderen Verkehrsarten an. Fast die Hälfte der Befragten stimmt dem Statement „Die Möglichkeiten, zu Fuß gehen zu können, müssen verbessert werden“ nicht zu (44,4%). Dieses Ergebnis wirft die Frage auf, ob Jugendliche die Verkehrsart zu Fuß gehen nicht als solche wahrnehmen (wollen) und tagtäglich unliebsame Erfahrungen (z. B. zugeparkte Gehwege, lange Ampelwartezeiten) als unabweisbar hinnehmen? Vielleicht herrschen in den Augen der Jugendlichen aber auch einfach optimale Bedingungen in Dortmund.

Obwohl die Verkehrsarten Fahrrad und Öffentlicher Verkehr förderungswürdig eingestuft werden, sollen auch die Möglichkeiten, mit dem Auto bzw. Motorrad fahren zu können, verbessert werden. Gut vier von zehn Jugendlichen (43,7%) stimmen einer Verbesserung des MIV zu, und weitere 16,4% sind für eine teilweise Verbesserung. Dies ist um so erstaunlicher, als daß vor allem Kinder und Jugendliche diejenigen sind, die die vielfältigen Nachteile des MIV (Unfallgefährdung, Schadstoffbelastung u. ä.) zu spüren bekommen. Eine Erklärung der positiven Einstellung gegenüber der Verbesserung für Autos und Motorräder kann sein, daß Jugendliche diese Verkehrsarten als erstrebenswert ansehen. Denn sie erfahren tagtäglich von ihren Bezugspersonen oder erleben selbst, daß im Staustehen und überfüllte Parkhäuser Streß bedeuten. Die Verbesserung dieser Situation ist somit aus Sicht der Jugendlichen ein sinnvolles Ziel.

Tabelle 13: Einstellungen zu den Verkehrsarten

	Möglichkeit zu Fuß gehen zu können, müssen verbessert werden	Möglichkeiten Auto/Motorrad zu fahren, sind zu verbessern	Angebot ÖV muß ausgebaut werden	Radwege müssen ausgebaut werden
Zustimmung	33,3%	43,7%	59,2%	65,8%
teils/teils	20,1%	16,4%	22,7%	8,2%

Ablehnung	44,4%	30,9%	16,7%	17,5%
keine Einschätzung	2,3%	8,9%	1,3%	8,6%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

(b) Zukunftsvorstellungen

Obwohl das Fahrrad und der ÖV (s. oben) positiver und damit förderungswürdiger als das Auto bzw. Motorrad eingeschätzt werden, zählen die motorisierten Verkehrsmittel in der zukünftigen, vorgestellten Verkehrsmittelnutzung der befragten Jugendlichen zu den wichtigsten Verkehrsmitteln. Auch die zum Pkw-Gebrauch notwendige Voraussetzung des Führerscheinerwerbes scheint für den Großteil der Jugendlichen eindeutig zu sein. „Dem Erwerb des Führerscheins kommt für zeitgenössische Jugendliche als ‘Initiationsritus‘ größere Bedeutung zu als dem Erreichen von Großjährigkeit und Wahlalter.“ (MITTERAUER 1986, S. 51; zitiert nach PROJEKTGRUPPE ÖKOLOGIE et al. 1997, S. 7) Von den unter 18jährigen wollen neun von zehn Jugendlichen (90,2%) mit 18 ihren Autoführerschein machen. Nur 5,4% werden aller Voraussicht nach keinen Führerschein der Klasse 3 ablegen, 2,7% wissen es noch nicht genau und 1,6% haben keine Einschätzung abgegeben. Hiernach wäre der Führerscheinbesitz bei Jugendlichen in wenigen Jahren weiter verbreitet, als er es heute ohnehin schon ist.

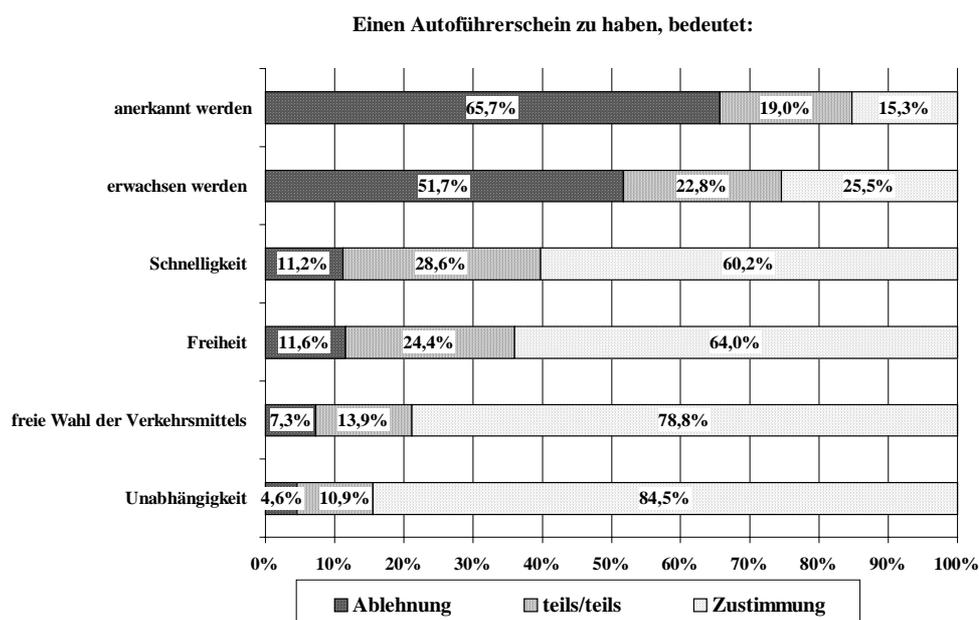
Neben dem voraussichtlichen Führerscheinerwerb sollten die Jugendlichen ihre Einschätzung zum zukünftigen Fahrzeugerwerb geben. Erwartungsgemäß wollen sich die unter 18jährigen mit 18 eher ein Auto als ein Motorrad kaufen. Jeder zweite Jugendliche ist sich schon relativ sicher, daß er mit 18 Jahren ein Auto erwerben werden will. Weitere 19,0% sind sich noch nicht ganz sicher und nur 22,8% (plus 4,9% die keine Einschätzung abgeben) wollen sich mit 18 Jahren kein Auto zulegen. Da davon auszugehen ist, daß vorwiegend die Eltern ihren Kindern bei der Anschaffung eines Autos mit finanzieller Hilfe zur Seite stehen, wird sicherlich der Großteil der Jugendlichen tatsächlich einen eigenen Wagen mit 18 Jahren oder kurze Zeit später erwerben. Hieraus können Veränderungen in der Verkehrsmittelnutzung resultieren. Ein Teil der Jugendlichen wollen sich zusätzlich oder ausschließlich ein Motorrad kaufen. Immerhin knapp einer von sechs Jugendlichen (17,4%) will mit 18 Jahren ein Motorrad erwerben. 65,2% werden sich wahrscheinlich kein Motorrad kaufen (plus 5,4% die keine Einschätzung abgeben) und 12,0% sind sich noch nicht sicher („teils/teils“-Antworten).

In der vorgestellten Zukunft scheinen die 13- bis 17jährigen Jugendlichen den ÖV und den Verkehrsarten zu Fuß und Fahrrad als mögliche Verkehrsmittel deutlich weniger in Betracht zu ziehen. Fast die Hälfte der Befragten ist der Auffassung, daß das Auto unangefochten das hauptsächliche Verkehrsmittel sein wird. Die Betrachtung der Aussage „Ich werde ab 18 hauptsächlich mit dem Auto fahren“ bestätigt dies: 48,9% stimmen ihr zu, 31,5% antworten „teils/teils“ und nur 18,0% lehnen diese Aussage ab. Für gut drei Viertel der Jugendlichen (77,4%) gehört das Auto im Erwachsenenalter vermutlich mehr oder weniger zu den Selbstverständlichkeiten im Lebensalltag, sofern die Jugendlichen nicht stärker als bisher an die Nutzung des ÖV nach dem 18. Lebensjahr gebunden werden können.

Motive („Einstellungen und Motive“)

Mit Hilfe von sechs „extra-motives“ wurde die Bedeutung des Autoführerscheins für Jugendliche getestet.⁴¹ Hintergrund ist der Gedanke, daß der Führerschein Klasse 3 für Jugendliche eine große Bedeutung einnimmt und für viele mit erfolgreicher Ablegung der Führerscheinprüfung „endlich“ die Jugendphase vorbei ist. Vier der sechs getesteten Motive haben für die befragten Jugendlichen eine sehr große Relevanz. „Freie Wahl des Verkehrsmittels“ und „Unabhängigkeit“ haben offensichtlich die größte Bedeutung für Jugendliche. Fast 85,0% aller Befragten sehen in einem Autoführerschein „Unabhängigkeit“ und 78,8% sind der Meinung, daß sie durch einen Autoführerschein eine „freie Wahl des Verkehrsmittels“ haben. Auch „Schnelligkeit“ (60,2%) und „Freiheit“ (64,0%) wird mit einem Autoführerschein im großem Umfang verbunden. Hierbei nimmt die teilweise Zustimmung bzw. Ablehnung („teils/teils“-Antworten 28,6% bzw. 24,4%) allerdings eine größere Rolle als bei den meist genannten Motiven ein. Lediglich die beiden Motive „anerkannt werden“ und „erwachsen werden“, werden von den Jugendlichen als weniger bedeutsam eingestuft. Ein Viertel der Jugendlichen (25,5%) verbindet mit einem Autoführerschein „erwachsenen werden“ und 15,3% „anerkannt werden“.

Abbildung 11: Einschätzung der Befragten, was ein Autoführerschein für sie bedeutet



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Mit zunehmendem Alter nimmt die Zustimmung bei den beiden Motiven „anerkannt werden“ und „erwachsen werden“ ab (= statistisch hochsignifikant). Hauptsächlich Jugendliche im Alter von 13 bis 15 Jahren sind der Meinung einen Autoführerschein zu haben, bedeutet „anerkannt werden“ oder „erwachsen werden“. Für Jugendliche die bereits einen Führerschein der Klasse 3 besitzen (dürfen), sind diese beiden Motive nicht (mehr) relevant. Die niedrige Ausprägung

⁴¹ Bis auf „freie Wahl des Verkehrsmittel“ sind alle Motive den Ergebnissen der Literaturrecherche entnommen.

über alle Befragten kann damit zusammenhängen, daß Jugendliche diese Motive während einer Befragung im geringeren Umfang zugeben.

Tabelle 14: „Einen Autoführerschein zu haben, bedeutet erwachsen werden (1)/ anerkannt werden (2)“ nach Alter

	Ablehnung		teils/teils		Zustimmung	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
13 bis 15 Jahre	35,0%	54,0%	29,0%	26,0%	36,0%	20,0%
16 bis 18 Jahre	51,9%	61,5%	20,2%	21,2%	27,9%	17,3%
19 bis 21 Jahre	68,4%	82,3%	19,4%	9,4%	12,2%	8,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 302 (1) bzw. 300 (2))

Das Motiv „anerkannt werden“ ist nicht nur vom Alter abhängig. Auch die Geschlechtszugehörigkeit hat einen Einfluß. Wie zu erwarten, sind es eher männliche Jugendliche, für die „anerkannt werden“ bedeutsamer ist. Nur knapp eine von zehn weiblichen Befragten (8,6%) verbindet mit einem Autoführerschein „anerkannt werden“, allerdings fast jeder vierte männliche (22,3%; = statistisch hochsignifikant). Beim Motiv „Schnelligkeit“ sind es wiederum die männlichen Jugendlichen, die eher zustimmen, daß einen Autoführerschein zu haben, „Schnelligkeit“ bedeutet. Nahezu sieben von zehn männlichen Befragten (68,0%) verbinden mit einem Pkw-Führerschein „Schnelligkeit“, während es bei den weiblichen nur circa jede zweite ist (52,6%; = statistisch signifikant). Diese Ergebnisse lassen vermuten, daß für männliche Jugendliche ein Autoführerschein und somit die Benutzung eines Autos eher die Zugehörigkeit zum Freundes- bzw. Bekanntenkreis unterstreicht und der „Geschwindigkeitsrausch“ bzw. das Erproben der eigenen Grenzen durch schnelle Fahrweise für sie wichtiger ist. Diesen Motiven mit Argumenten für den ÖV zu begegnen, erscheint schwierig. Wieso sollte Jugendlichen jedoch nicht die Technik der Fahrzeuge, deren PS-Werte, deren Höchstgeschwindigkeit u. ä. vermittelt werden, um auch diese Motive anzusprechen?

Neben einer Alters- bzw. Geschlechterdifferenzierung scheint von Interesse, ob das Vorhandensein eines Autos im Haushalt der befragten Jugendlichen einen Einfluß auf die Bedeutungszuweisung einzelner Motive besitzt. Bei zwei der sechs Motive ist dies der Fall (Freiheit und freie Wahl des Verkehrsmittels). Es wird nur auf das Motiv „Freiheit“ eingegangen. Annähernd einer von drei Jugendlichen (30,8%), der ohne Auto im Haushalt lebt, assoziiert mit dem Autoführerscheinbesitz keine „Freiheit“. Jugendliche, die mit Auto im Haushalt leben, verbinden nur zu einem zehntel (9,7%) keine „Freiheit“ mit einem Autoführerschein (= statistisch hochsignifikant). Anscheinend sehen sich die Jugendlichen, die ohne Auto im Haushalt leben, weniger in ihrer Freiheit durch die ÖV eingeschränkt als solche, die mit Auto im Haushalt leben. Somit ist die Motivation, einen Führerschein zu machen bzw. zu haben, aufgrund einer möglichen, umfassenderen Freiheit mit einem Auto, geringer ausgeprägt. Eine andere Erklärung kann darin liegen, daß diese Jugendlichen nicht zugeben in ihrer „Freiheit“ eingeschränkt zu sein, da sie sonst zugeben würden, diese „Freiheit“ nicht zu besitzen.

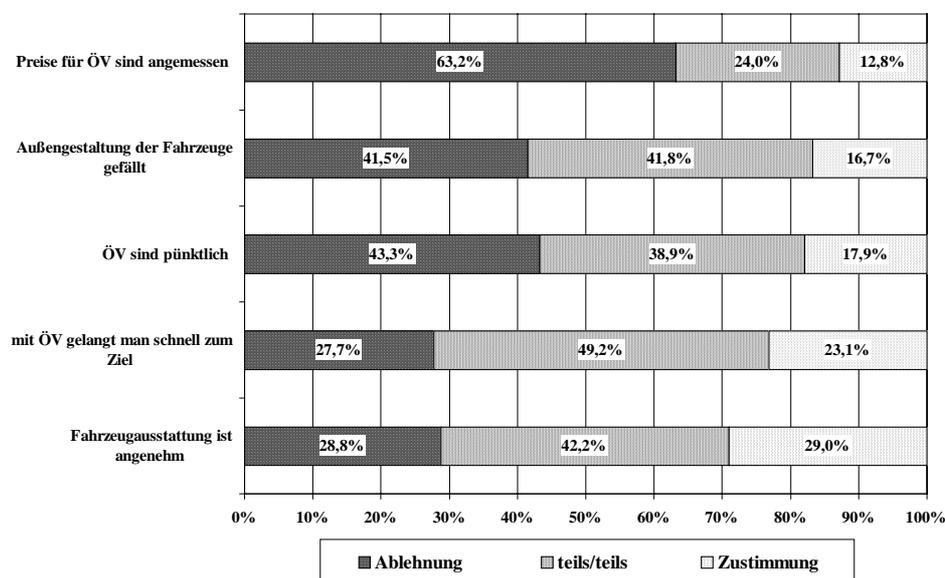
Ein weiteres Extramotiv der Verkehrsmittelwahl ist der soziale Kontakt (Gespräche, mit anderen zusammensein u. ä.). Dieses Motiv wurde anhand des Statements „Bei Fahrten in Bus/Bahn möchte ich zusammen mit Freunden sitzen, reden und Spaß haben“ untersucht. Hiermit sollte ermittelt werden, wie wichtig Jugendlichen der soziale Kontakt bei einer

Nahverkehrsfahrt ist, und ob für sie das Gruppenerlebnis von Bedeutung ist. Neun von zehn Befragten (90,1%) geben an, daß sie zusammen mit Freunden sitzen möchten, reden und Spaß haben wollen. Weitere 6,6% Prozent antworten mit „teils/teils“ und nur 3,3% lehnen diese Aussage ab. Hierdurch wird ersichtlich, daß nahezu alle Jugendliche dem sozialen Kontakt in Bus und Bahn eine hohe Bedeutung zumessen. Fraglich ist in diesem Zusammenhang, inwieweit Jugendliche sozialen Kontakt in dieser Form in Fahrzeugen des ÖPNV gegenwärtig erleben können. Jugendspezifische Verhaltensweisen (laut reden, Musik hören u. ä.) werden von Mitfahrern größtenteils als störend empfunden. Ein Lösungsweg, um dem sozialen Kontakt in Bus und Bahn für Jugendliche zu verbessern, ist das von der DB AG entwickelte Konzept des Jugendzuges (vgl. Kapitel 4.3, S. 57). Dieses die Motivstruktur von Jugendlichen ansprechende Angebot wurde neben anderen (neuen) Angeboten getestet. Die Ergebnisse werden im Kapitel 6 vorgestellt.

Wahrnehmung der verkehrlichen Umwelt („subjektive Wahrnehmung der Handlungsmöglichkeiten“)

Merkmale der „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“ (Kosten, Pünktlichkeit, Design, Ausstattung, Reisegeschwindigkeit) und der „Wahrnehmung des Klimas“ (Image, Werbung) wurden mittels Statements abgefragt.⁴² Die verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften sind in folgender Abbildung ausgewiesen.

Abbildung 12: Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften durch die Befragten



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Die subjektiven Einflußgrößen der Verkehrsmittelwahl, die zur Beschreibung der „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“ herangezogen wurden, werden im überwiegenden Teil negativ beurteilt. Bei fast allen nimmt darüber hinaus die Antwortkategorie „teils/

⁴² „Die Preise im Öffentlichen Verkehr halte ich für angemessen.“ = Kosten; „Die Ausstattung der Fahrzeuge ist angenehm.“ = Ausstattung; „Öffentliche Verkehrsmittel sind pünktlich.“ = Pünktlichkeit; „Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel.“ = Reisegeschwindigkeit; „Mir gefällt die Außengestaltung der Fahrzeuge des Öffentlichen Verkehrs.“ = Design

teils“ einen großen Prozentsatz ein. Kaum ein Jugendlicher hält die Preise im ÖPNV für angemessen. Gerade einmal einer von zehn (12,8%) befragten Jugendlichen stimmt der Aussage „Die Preise im Öffentlichen Verkehr halte ich für angemessen“ zu. Weitere 24,0% stimmen teilweise zu, der überwiegende Anteil (63,2%) ist mit den Kosten des ÖV jedoch unzufrieden.

Bei altersspezifischer Auswertung wird deutlich, daß ältere Jugendliche in stärkerem Maße mit den Kosten unzufrieden sind als jüngere (= statistisch hochsignifikant). Drei Viertel der Befragten zwischen 19 und 21 Jahren (74,5%) sind nicht mit den Preisen im ÖV einverstanden. Dagegen liegt der Anteil bei den Jugendlichen zwischen 13 und 15 Jahren bei 50,0%. Die Ergebnisse können so interpretiert werden, daß vor allem die, die keine Schülermonatskarte oder sonstige kostengünstige Fahrkarte (z. B. Semesterticket) erhalten, nicht mit den Kosten für den ÖV einverstanden sind. Insbesondere bei den älteren Jugendlichen wird durch unterschiedliche Ergebnisse deutlich, daß sie nicht mit dem Tarifangeboten bzw. Preisen für ihre Altersgruppe zufrieden sind. Hier scheint dringender Handlungsbedarf vorzuherrschen, will man die Jugendlichen nicht mit dem 18. Lebensjahr als ÖV-Kunden verlieren.

Tabelle 15: „Die Preise im ÖV halte ich für angemessen“ nach Alter

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
13 bis 15 Jahre	50,0%	28,0%	22,0%
16 bis 18 Jahre	65,7%	22,5%	11,8%
19 bis 21 Jahre	74,5%	21,3%	4,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 296)

Das Design der Fahrzeuge scheint, wie bei den „Planerischen Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl“ aufgezeigt, bisher eine geringe Rolle in Dortmund einzunehmen. Vom gegenwärtigem Design werden Jugendliche nicht angesprochen. 16,7% der Befragten gefällt die Außengestaltung der Fahrzeuge, und jeweils knapp vier von zehn Jugendlichen gefällt das Design nicht (41,5%) bzw. sie sind unentschiedener Meinung (41,8%). Lifestyle-Werbung bzw. eine jugendgerechte „Verpackung“ wie bereits beim NachtExpress geschehen, könnte zur Attraktivierung des ÖV beitragen. Neben der Außengestaltung ist die Innengestaltung bzw. Ausstattung der Fahrzeuge für ein ansprechendes Erscheinungsbild der Fahrzeuge entscheidend. Die Ausstattung der Fahrzeuge schneidet bei den hier abgefragten Merkmalen am positivsten ab. Jeweils fast ein Drittel der Jugendlichen (29,0%) empfindet die Ausstattung der Fahrzeuge als angenehm, 28,8% unangenehm. Die restlichen Jugendlichen geben keine eindeutige Meinung ab („teils/teils“-Antworten). In einer gesonderten Frage wurden Wunschvorstellungen hinsichtlich der Gestaltung von Fahrzeugen des Öffentlichen Verkehrs abgefragt. Dies wird zu einem späteren Zeitpunkt genauer erläutert (s. S. 126).

Pünktlichkeit ist eine der grundlegendsten Voraussetzungen, wenn der Öffentliche Verkehr mit motorisierten und anderen Individualverkehrsmitteln erfolgreich konkurrieren möchte. Nur wenn man sich auf die Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit des ÖV verlassen kann, werden positive Erfahrungen möglich. Ein noch so umfangreiches Fahrplanangebot und jugendgerechte Tarif- und sonstige Angebote erreichen wenig, wenn die Benutzung des ÖV nicht mit Pünktlichkeit gleichgesetzt werden kann. Bei der Befragung ist annähernd einer von fünf Jugendlichen (17,9%) der Meinung, daß der ÖV pünktlich ist. Weitere 38,9% sind der Meinung, daß Öffentliche Verkehrsmittel nicht immer pünktlich sind („teils/teils“-Antworten“),

und gut zwei von fünf Jugendlichen (43,3%) bescheinigen dem ÖV Unpünktlichkeit. Dieses Ergebnis ist vor dem Hintergrund des immer größer werdenden Verkehrsaufkommens nicht erstaunlich. Technische und bauliche Maßnahmen zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl (vgl. Kapitel 4.3, S. 58f.) mit dem Hauptzweck der baulichen Neuordnung der Verkehrsflächen zur Optimierung der Reisegeschwindigkeit sprechen die Einhaltung von Fahrzeiten und damit die Pünktlichkeit an. Die Einhaltung der Fahrzeiten kann gar nicht ernst genug genommen werden, unabhängig vom Alter der Zielgruppe. Die Reisegeschwindigkeit wird von den Jugendlichen geringfügig positiver als die Pünktlichkeit bewertet. Das Statement „Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel“ erfährt von knapp jedem zweiten der Befragten die Antwort „teils/teils“ (49,2%). Die Ablehnung (27,7%) fällt in geringem Maße höher als die Zustimmung (23,1%) aus. Sicherlich ist die Reisegeschwindigkeit vor den Fahrzielen und dem damit in Verbindung stehenden Liniennetz des ÖV zu sehen. Wie bereits angeführt, ist das Dortmunder Liniennetz eher für die älteren Jugendlichen unzureichend, um deren Mobilitätswünschen zu entsprechen. So ist es nicht verwunderlich, daß altersspezifische Unterschiede bei der Beurteilung der Reisegeschwindigkeit festzustellen sind (= statistisch signifikant).

Tabelle 16: „Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel“ nach Alter

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
13 bis 15 Jahre	22,8%	46,5%	30,7%
16 bis 18 Jahre	25,0%	51,0%	24,0%
19 bis 21 Jahre	35,7%	50,0%	13,4%

Quelle: eigene Erhebung (n = 303)

Da davon ausgegangen wird, daß die notwendigen Wege (Schul- und Ausbildungswege) starken Reglementierungen unterworfen sind (= autoritären Charakter; Hypothese 5, S. 63) und die negative Wahrnehmung auf das Image des ÖV abfärbt, wurde mit Hilfe eines Statement zum Image („Mit Bus und Bahn zu fahren, finde ich cool“) versucht, dieses zu ermitteln. Ein Viertel der Befragungsteilnehmer (24,5%) stimmt dem Statement zu und weitere 40,1% geben „teils/teils“ an. Die restlichen 35,4% verbinden ein negatives Image mit Öffentlichen Verkehrsmitteln. Über alle Befragten hinweg ist ein relativ positives Image des ÖV zu verzeichnen. Ältere Jugendliche werden eher ein negatives Image mit Öffentlichen Verkehrsmitteln verbinden, da für sie Freizeit mehr und mehr zum „wahren“ Lebensinhalt wird und das Auto an Bedeutung gewinnt. In der Freizeit können motorisierte Verkehrsmittel eher die Wünsche nach Selbstbestimmung, Spontanität, Unverbindlichkeit u. a. ermöglichen.

Tabelle 17: „Mit Bus und Bahn fahren ist cool“ nach Alter

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
13 bis 15 Jahre	28,0%	30,0%	42,0%
16 bis 18 Jahre	38,2%	47,1%	14,7%
19 bis 21 Jahre	40,2%	43,3%	16,5%

Quelle: eigene Erhebung (n = 299)

Tatsächlich wird das Image mit zunehmendem Alter negativer bewertet (= statistisch hochsignifikant). Sowohl die Altersklasse der 16- bis 18jährigen als auch die der 19- bis 21jährigen bescheinigt dem ÖPNV ein eher schlechtes Image. Bei beiden Gruppen fällt der hohe Anteil an „teils/teils“-Antworten auf. Anscheinend wissen viele um die (ökologischen) Vorteile des ÖV,

identifizieren können sie sich mit ihm aber nicht. Interessant an den vorliegenden Ergebnissen ist, daß insbesondere die Jüngeren, die wahrscheinlich oft mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zur Schule fahren und somit am ehesten den angesprochenen Reglementierungen unterworfen sind, dem ÖV (noch) positiv gegenüber eingestellt sind. Dieses positive Image bei der jüngeren Altersgruppe gilt es mit entsprechenden Maßnahmen zu erhalten, da sich über die Gestaltung des Images gezielt Verkehrsmittel fördern lassen. Hier kann nach Ansicht des Autors der sich abzeichnende Wertewandel beim Fahrrad als Beispiel herangeführt werden (vgl. HILGERS 1994, S. 7).

Zur Erhöhung des Images und der Nutzung des ÖV kann Werbung beitragen. Hinsichtlich der gegenwärtigen Werbewirksamkeit ist jedoch ein eindeutig negatives Votum festzustellen. Nur einer von zehn Jugendlichen (10,2%) gibt an, daß die Werbung für den Öffentlichen Verkehr ihn anspricht und drei von zehn (29,5%) sind der Meinung, daß sie „teils/teils“ angesprochen werden. Der überwiegende Anteil von 60,4% wird nicht durch die Werbung angesprochen. Hier scheint es tatsächlich, wie die DB AG bereits festgestellt hat (s. S. 57), schwierig zu sein, jugendspezifische Werbebotschaften zu finden und anzubringen. Dieses eindeutig negative Urteil wird damit zusammenhängen, daß in Dortmund kaum jugendspezifische Werbung, außer für den NachtExpress und das YoungTicket, stattgefunden hat.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, daß die Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften bisher wenig dazu beiträgt, daß Jugendliche positive Erfahrungen mit Öffentlichen Verkehrsmitteln machen. Die Ergebnisse lassen den Schluß zu, daß die hier abgefragten subjektiven Einflußgrößen eine große Bedeutung für Jugendliche haben, bisher allerdings zu wenig berücksichtigt werden. Die durchweg eher negative Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften wird mit zu dem festgestellten negativem Image des ÖV bei älteren Befragten beitragen.

Verkehrssozialisation („zurückliegendes Verhalten“)

Als Grundlage für das beobachtbare Mobilitätsverhalten, das Verkehrsmittelwahlverhalten und der Meinungen und Einstellungen von Jugendlichen wird der Verkehrssozialisation große Bedeutung zugemessen. In einer quantitativen Erhebung ist es schwierig, die Verkehrssozialisation in umfassender Form zu untersuchen. Trotzdem wurde im Rahmen der Befragung versucht, mit Hilfe von Statements, die sich auf die Verkehrssozialisation beziehen, hierzu Ergebnisse zu erlangen. Viele Kinder und Jugendliche erleben ihre Eltern zumeist als Autofahrer. Die Resultate aus den Abschnitten „Vorhandensein eines Autos im Haushalt und die Anzahl der Autos im Haushalt“ (s. S. 79) unterstreichen dies. Von Interesse ist, ob die befragten Jugendlichen ihre Eltern trotzdem als Nutzer des ÖPNV erleben und von ihnen die Nutzung erlernen können. Darüber hinaus ist von Interesse, ob Jugendliche mit dem Auto zur Schule, zum Sport, zu Freunden o. ä. gefahren werden. Wenn dies der Fall ist, fehlen ihnen Möglichkeiten zur Selbständigkeitsentwicklung auch im Bereich der Nutzung und des Ausprobierens des ÖV. Solche Bewegungsmuster haben Sozialisationscharakter und werden die Jugendlichen bei ihren zukünftigen Verhaltensweisen beeinflussen.

(a) Verkehrsmittelwahl von Bezugspersonen

Nahezu ein Fünftel der Jugendlichen (18,2%) gibt an, daß ihre Eltern oft mit Öffentlichen Verkehrsmitteln fahren und 13,9% geben die Antwortkategorie „teils/teils“ an. Mit gut zwei Drittel (67,9%) erlebt der überwiegende Teil der Jugendlichen seine Eltern so gut wie nicht als ÖV-Nutzer. Viele Eltern, die selten oder gar nicht den ÖPNV nutzen, haben keine ausreichenden Kenntnisse, um ihre Kinder zu souveränen, selbständigen Nutzern des ÖPNV zu erziehen. Die im Kapitel 4.2 (s. S. 50f.) angeführten „Learning-by-doing-Strategien“ werden dementsprechend für einen gewissen Teil der Jugendlichen bedeutend sein. Die Jugendlichen, die nicht auf die Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel zur Schule angewiesen sind oder von ihren Eltern zur Schule gefahren werden, kennen möglicherweise die wichtigsten Grundvoraussetzungen für die Nutzung des ÖPNV auch für die Freizeit nicht. Diese können sie mit Hilfe der angeführten Strategie erlernen.⁴³

(b) „Taxidienste“ der Eltern

Die Begleitung der Eltern („Taxidienste“) wurde in der Befragung nur für den Freizeitbereich mittels eines Statements erfragt. Gut zwei von zehn Jugendlichen (21,5%) geben an, daß sie von ihren Eltern oft in der Freizeit mit dem Auto gefahren werden, da der ÖV keine Alternative ist. Zusätzliche 23,8% sind zumindest teilweise auf die Begleitung der Eltern in ihrer Freizeit angewiesen, da für sie der ÖPNV keine Alternative ist. Mehr als die Hälfte der Befragten (54,7%) erledigt ihre Mobilität größtenteils unabhängig von den Eltern. Wie aus der Tabelle 18 ersichtlich, gibt es altersspezifische Unterschiede in der Begleitung der Eltern (= statistisch hochsignifikant).

Tabelle 18: „Taxidienste der Eltern in der Freizeit, da ÖV keine Alternative“ ist nach Alter

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
13 bis 15 Jahre	38,4%	31,3%	30,3%
16 bis 18 Jahre	56,2%	25,7%	18,1%
19 bis 21 Jahre	70,2%	13,8%	16,0%

Quelle: eigene Erhebung (n = 298)

Verwunderlich ist, daß 12,0% der Befragten ohne Auto im Haushalt angeben, daß ihre Eltern sie in der Freizeit oft mit dem Auto fahren und weitere 8,0% hin und wieder gefahren werden („teils/teils“-Antworten; = statistisch signifikant). Die dargestellten Ergebnisse bezüglich der „Taxidienste“ der Eltern werden voraussichtlich in der Verkehrsmittelwahl der Jugendlichen ihren Ausdruck finden. Ein attraktiver ÖV kann die Jugendlichen unabhängig(er) von den Bring- und Holddiensten motorisierter Erwachsener werden lassen.

Exkurs: Gründe für ein eigenes Auto

In einer weiteren Frage sollten die Jugendlichen Gründe für ein eigenes Auto angeben. Mit der offenen Beantwortung von „Welche Gründe sprechen Deiner Meinung nach für ein eigenes Auto?“ wurde gezielt auf die Motivstruktur der Jugendlichen eingegangen. Wie die Ergebnisse und die Anzahl der Angaben (95,1% haben mindestens einen Grund angegeben) verdeutlichen, ist dies gelungen. Fast sieben von zehn Jugendlichen (67,4%) geben „extra motives“ als Gründe für ein eigenes Auto an, womit sie den größten Anteil der Nennungen einnehmen. Eine große

⁴³ Im Probedurchlauf wurden die Jugendlichen gefragt, ob sie Interesse an einem ÖV-Spiel (z.B. „Wo ist der Fuchs“)

haben. Diese Frage wurde nicht in den Fragebogen aufgenommen, weil sich im Probedurchlauf gezeigt hat, daß lange Erklärungen notwendig waren und somit die Befragung unnötig verlängert worden wäre.

Bedeutung hat neben diesen Motiven die „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“. Mehr als die Hälfte (54,6%) der Befragten nennen Gründe, die sich hierzu zuordnen lassen. Gründe, die das „Verkehrssystem“ (11,5%), das „Aktivitätenprogramm“ (8,2%), die „Wahrnehmung der Verkehrsmittelnutzung“ (6,9%) oder „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Infrastruktur“ (1,6%) betreffen, sind vergleichsweise gering. Die einzelnen Angaben und deren Anteile sind im Anhang zu finden. Die Tabelle 19 zeigt die für die Jugendlichen bedeutendsten Gründe für ein eigenes Auto.

Tabelle 19: Gründe für ein eigenes Auto (Mehrfachnennungen möglich)⁴⁴

„extra motives“		Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften	
Unabhängigkeit	23,0%	Reisegeschwindigkeit	15,1%
Mobilität	11,2%	Bequemlichkeit	14,5%
Bewegungsfreiheit	9,7%	Flexibilität	10,2%
Unabhängigkeit von Zeit	7,6%	Bequemlichkeit (nicht mehr laufen)	4,0%
Schnelligkeit	3,0%	Fahrzeugausstattung	2,0%
Selbständigkeit	3,0%	Pünktlichkeit	2,0%
Freiheit	2,3%	Kosten (Auto günstiger)	1,3%
Bewegungsfähigkeit	2,0%	Erreichbarkeit	1,3%
sozialer Kontakt	2,0%	individuelle Atmosphäre	1,0%
Status	2,0%	Transportmöglichkeit	1,0%
Rumheizen können	0,7%	Entfernung zur Haltestelle	1,0%
Image	0,3%	Personenmitnahme	1,0%
technische Faszination	0,3%	Zuverlässigkeit	0,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304; die weiteren Nennungen sind im Anhang III Tabelle 1 zu finden sind)

Motive wie Geschwindigkeitsfreude/-rausch, Sportlichkeit, technische Faszination, Status oder Angstlust u. ä. sind für die befragten Jugendliche anscheinend nicht in dem Umfang von Bedeutung wie in anderen Untersuchungen ermittelt wurde und auch in dieser Arbeit für die Jugendlichen vermutet wurde. Die primären Extramotive sind Unabhängigkeit, gefolgt von Mobilität und Bewegungsfreiheit. Räumlich, zeitlich und sozial gegenüber den Öffentlichen Verkehrsmitteln unabhängig sein zu können, das macht die Attraktion des Autos aus. Man kann mit dem Auto mehr machen als, von A nach B zu fahren. Es ist ein Mittel, um Autonomie- und Unabhängigkeitsgefühle zu erleben und bietet Entfaltungsmöglichkeiten, was gerade in der Ablösungsphase von den Eltern ein aktuelles Thema ist und wie gezeigt ebenfalls bei der Mobilität der Jugendlichen eine Rolle spielt (vgl. FLADE 1992, S. 9). Bei den verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften sind Bequemlichkeit und eine hohe Reisegeschwindigkeit bedeutend, gefolgt von Flexibilität. Neben den schon von HELD (1982, s. S. 31) konstatierten wichtigsten Einflußgrößen Zeit (Reisegeschwindigkeit), Unabhängigkeit und Bequemlichkeit, sind bei Jugendlichen die Bewegungsfreiheit bzw. Mobilität an sich und die Flexibilität von großer Bedeutung. Es ist sicherlich schwierig die ermittelten Gründe, insbesondere die Extramotive, die seitens der Jugendlichen für ein eigenes Auto genannt werden, mit dem ÖV anzusprechen. Lösungsansätze sollten jedoch versuchen, die psychologische Bedeutung des Pkw zu

⁴⁴ Bei diesen Ergebnissen ist zu beachten, daß die Frage zu den Gründen für ein eigenes Auto (Frage 16) vor der Einschätzung der Aussagen zu den „extra motives“ des Autoführerscheins (Frage 17) im Fragebogen gestellt wurde.

berücksichtigen. Erste Ansätze werden im Kapitel 6 „Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung“ vorgestellt.

5.4 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Ein Führerschein ist eng mit dem erwachsen werden der Jugendlichen verknüpft. Bereits jeder zweite über 15 Jahre besitzt einen Führerschein und bei den über 18jährigen gehört der Pkw-Führerschein scheinbar zum Einstieg in die Erwachsenenwelt dazu. Sieben von zehn Jugendlichen über 18 Jahre haben erfolgreich die Fahrprüfung für den Pkw-Führerschein abgelegt und werden durch diesen Erwerb zur Pkw-Nutzung motiviert. Das Fahrrad ist unter den Jugendlichen trotz dieses Einstiegs in die „motorisierte Gesellschaft“ weit verbreitet, so daß es als (Alltags-) Verkehrsmittel eine bedeutende Stellung einnehmen könnte. Hierauf wird bei der Betrachtung der Verkehrsmittelwahl zu achten sein. In neun von zehn Haushalten ist mindestens ein Auto vorhanden und in über der Hälfte der Haushalte sind es zwei oder mehr Autos. Hierdurch wird die Pkw-Verfügbarkeit der 18jährigen und älteren Jugendlichen und die Verkehrssozialisation nahezu aller entscheidend beeinflusst. Ein Großteil der Eltern (zumeist Mütter) haben ganztägig ein Auto zur Verfügung, mit dem sie ihre Kinder zur Schule oder zu Freizeitzielen fahren können („Taxidienste“). Da davon auszugehen ist, daß die Verfügung eines Pkws bei vielen Jugendlichen von der Absprache mit den Eltern o. a. bedingt wird, werden die über 18jährigen eher ein Auto für Freizeitwege in Abend- bzw. Nachtstunden oder an Wochenenden nutzen können. Eine häufige und problemlose Inanspruchnahme des Öffentlichen Verkehrs in Dortmund ist für ein Drittel der befragten Jugendlichen nicht möglich, da sie keine Zeitkarte besitzen. Sie greifen entweder auf teure Einzel- und Mehrfachtickets zurück oder nutzen den ÖV nicht (mehr). Das speziell für Jugendliche entwickelte YoungTicket ist weitgehend bekannt, genutzt wird es jedoch nur von relativ wenigen Jugendlichen. Dem Zeitkartenbesitz wird jedoch (nicht nur) bei Jugendlichen eine große Bedeutung für die Nutzung des ÖV zugesprochen. Tarifangebote müssen besser auf die Bedürfnisse und besondere Einkommenssituation von Jugendlichen abgestimmt werden. Insbesondere die jüngeren Befragten müssen mit niedrigeren Beträgen auskommen, aber auch die Älteren verfügen größtenteils nicht über solche Beträge, wie sie Erwachsene haben. Attraktive Tarif- und Transportangebote scheinen folglich sehr wichtig zu sein.

Jugendliche sind in ihrer Freizeitplanung von einem guten Angebot und Liniennetz des Öffentlichen Verkehrs abhängig, sollen sie ihre Freizeit problemlos mit ÖV bewältigen können. Das ÖV-Angebot wird von den Jugendlichen sehr differenziert wahrgenommen. Am Wochenende und abends/nachts sind die vorhandenen ÖV-Angebote schlechter als werktags bzw. tagsüber. Genau diese Zeiten werden von den Jugendlichen am schlechtesten beurteilt. Dem mit zunehmenden Alter größer werdenden Aktionsraum von Jugendlichen, wird das Dortmunder Liniennetz anscheinend nicht gerecht, denn es wird mit zunehmendem Alter schlechter beurteilt. Hauptsächlich bei der Freizeitgestaltung entsprechen die vorhandenen Angebote (Linien bzw. Betriebszeiträume/Fahrtaktangebote) nicht den Mobilitätswünschen. Die Verkehrsmittelwahl wird somit durch die vermeintlich höhere Pkw-Verfügbarkeit der über 18jährigen und bei allen Jugendlichen durch die in der Freizeit von Jugendlichen als schlecht empfundenen Angebote beeinflusst.

Die Beurteilungen der subjektiven Einflußgrößen „extra-motives“, „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“, „Wahrnehmung des „Klimas“ für bestimmte Verkehrsmittel“ und „Informations- und Beratungsqualität“, welche mittels Statements abgefragt wurden, sind, nach Wichtigkeit geordnet, in nachstehender Tabelle zusammengefaßt.

Tabelle 20: Subjektive Einflußgrößen nach Wichtigkeit geordnet

	Ablehnung	teils/teils	Zustimmung
Bei Fahrten in Bus/Bahn mit Freunden zusammen sitzen, reden und Spaß haben (= sozialer Kontakt)	3,3%	6,6%	90,1%
Autoführerschein bedeutet Unabhängigkeit	4,6%	10,9%	84,5%
Autoführerschein bedeutet freie Wahl des Verkehrsmittels	7,3%	13,9%	78,8%
Autoführerschein bedeutet Freiheit	24,4%	11,6%	64,0%
Autoführerschein bedeutet Schnelligkeit	11,2%	28,6%	60,2%
Beratungsqualität der DSW gut	62,5%		37,5%
Informationsqualität der DSW gut	29,3%	32,2%	33,9%
Ausstattung der Fahrzeuge ist angenehm (= Fahrzeugausstattung/Bequemlichkeit)	28,8%	42,2%	29,0%
Autoführerschein bedeutet erwachsen werden	51,7%	22,8%	25,5%
Bus/Bahn fahren ist cool (= Image)	35,4%	40,1%	24,5%
Mit ÖV gelangt man schnell zum Ziel (= Reisegeschwindigkeit)	27,7%	49,2%	23,1%
ÖV sind pünktlich (= Pünktlichkeit)	43,3%	38,9%	17,9%
Außengestaltung der Fahrzeuge gefällt mir (= Design)	41,5%	41,8%	16,7%
Autoführerschein bedeutet anerkannt werden	65,7%	19,0%	15,3%
Preise sind angemessen (= Kosten)	63,2%	24,0%	12,8%
Werbung spricht an (= Werbung)	60,4%	29,5%	10,2%

Quelle: eigene Erhebung

Die Datenanalyse läßt erkennen, daß diejenigen Einflußgrößen besonders im Vordergrund stehen, die unmittelbar mit der spezifischen Motivstruktur der Jugendlichen in Zusammenhang stehen und mit dem Autoführerschein zu verbinden sind. Nur die Möglichkeit der Pflege sozialer Kontakte mit Freunden in Bus/Bahn wird als zutreffender beurteilt als die vier „extra-motives“ Unabhängigkeit, freie Wahl des Verkehrsmittels, Freiheit und Schnelligkeit. Gerade in der gemeinsamen Fahrt mit Freunden, in der Anreise an sich liegt ein zusätzliches Erlebnismoment, das nach den Ergebnissen von fast allen Jugendlichen als bedeutsam erachtet wird. Es sollten dementsprechend Angebote geschaffen werden, bei denen diese Gruppenzugehörigkeit im Vordergrund steht bzw. ermöglicht wird. Dies können preisliche Angebote und Angebote sein, die Jugendlichen sozialen Kontakt ermöglichen (eigenes Abteil/Wagen). Weiterhin läßt die Datenanalyse erkennen, daß der Großteil der Eigenschaften der Öffentlichen Verkehrsmittel von den Jugendlichen eher negativ wahrgenommen wird und diese Eigenschaften auf vielfältige Weise verbesserungswürdig sind. Die vermuteten Motive für ein eigenes Auto (Geschwindigkeit, Sportlichkeit, Status o. ä.) wurden nur von wenigen Jugendlichen genannt. Dagegen sind Unabhängigkeit, Mobilität und Bewegungsfreiheit von ausschlaggebender Wichtigkeit. Diese Motive sind anscheinend für den Ablösungsprozeß von den Eltern am ehesten geeignet.

5.5 Verkehrsmittelwahl von Jugendlichen in Dortmund

Im folgenden wird die Verkehrsmittelnutzung der befragten Jugendlichen bei verschiedenen Wegezwecken dargestellt. Der Zusammenhang zwischen ausgewählten objektiven und subjektiven Einflußgrößen und der Verkehrsmittelwahl wird, sofern ein statistisch nachweisbarer Zusammenhang festgestellt wird, erläutert. Von den objektiven Einflußgrößen wurden folgende Determinanten ausgewählt: Alter, Geschlecht, Nationalität, Bildungsniveau, Haushaltsgröße, Auto im Haushalt, Autos pro Haushalt, Zeitkartenbesitz, Infrastruktur, Verkehrsangebot (abends/nachts), Ausstattung der Haltestellen sowie für über 15jährige die Mofa-Verfügbarkeit und über 18jährige die Pkw-Verfügbarkeit. Die getesteten subjektiven Einflußgrößen sind die Statements der Frage 17 (s. S. 90 Abschnitt „Motive“) und 23 (s. S. 92 Abschnitt „Wahrnehmung der verkehrlichen Umwelt“) des Fragebogens. Bei den subjektiven Einflußgrößen konnte teilweise kein Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl festgestellt werden, da Zellen unterbesetzt sind. Dies ist auf die weitgehende Einigkeit aller Befragten über die Einschätzung der betreffenden Determinanten zurückzuführen. Allein anhand der Häufigkeitsverteilungen dieser Statements erkennt man die Wichtigkeit dieser Einflußgrößen für die Befragten (z. B. „sozialer Kontakt“ 90,1% Zustimmung).

Sowohl bei den subjektiven als auch bei den objektiven Einflußgrößen muß bei der Darstellung der Ergebnisse eine Auswahl getroffen werden, um den Rahmen dieser Arbeit zu wahren. Bei der folgenden Darstellung zu den Zusammenhängen zwischen Einflußgrößen und Verkehrsmittelwahl werden nur die Öffentlichen Verkehrsmittel (Bus/Bahn = ÖV-Nutzer) und die motorisierten Individualverkehrsmittel (Auto als Selbstfahrer, Auto als Mitfahrer, Motorrad/ Moped = MIV-Nutzer) betrachtet. Insbesondere die subjektiven Einflußgrößen, die mit Hilfe der Statements operationalisiert wurden, beziehen sich inhaltlich auf die Verkehrsmittel Bus/Bahn und motorisierte Individualverkehrsmittel (s. Fragebogen im Anhang D). Eine Unterscheidung von Bus und Bahn in Stadtbahn/Straßenbahn, Bus sowie S-Bahn hat sich bereits beim Probendurchlauf als nicht durchführbar erwiesen. Die Testpersonen konnten diese detaillierte Unterscheidung nicht vornehmen, so daß die Kategorie Bus/Bahn gebildet wurde. Die im Fragebogen möglichen Antwortkategorien „zu Fuß“, „Fahrrad“, „InLineSkates“, „Taxi“ und „trifft nicht zu“ werden bei den Zusammenhangstests nicht betrachtet. Bei der Darstellung der Häufigkeiten werden die Kategorien „zu Fuß“ und „Fahrrad“ allerdings ausgewiesen, um ein differenzierteres Bild der Verkehrsmittelnutzung zu erhalten.

Alle ausgewiesenen Werte beziehen sich immer auf den Hin- und Rückweg zusammen und das hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel, d. h. Kombinationen von Verkehrsmitteln sind ausgeschlossen. Da es sich um Angaben handelt, die auf Einschätzungen der Jugendlichen beruhen und die Befragung im Winter durchgeführt wurde, ist es denkbar, daß andere Ergebnisse entstanden sind, als wenn die Befragung im Sommer stattgefunden hätte. Für die vorliegende Arbeit ist dieser Einfluß jedoch nicht quantifizierbar.⁴⁵ Da zur Vereinfachung keine Wegeketten

⁴⁵ Beispielsweise variiert bei einer Untersuchung von FLADE/LIMBOURG (1997, S. 37) beim Schulweg die Verkehrsmittelwahl. Im Winter ist in zwei Ruhrgebietsstädten (Bottrop und Oberhausen) der ÖV mit Abstand das wichtigste Verkehrsmittel (41,0%). Im Sommer rückt dagegen das Fahrrad in den Vordergrund (43,0%). Allerdings handelt es sich bei der Stichprobe hauptsächlich um 11- bis 15jährige.

erfaßt wurden, können keine Aussagen gemacht werden, wie viele Jugendliche z. B. auf dem Weg von der Schule zu Freunden oder Bekannten fahren bzw. gehen und, welchen Einfluß dies auf die Verkehrsmittelwahl haben könnte.

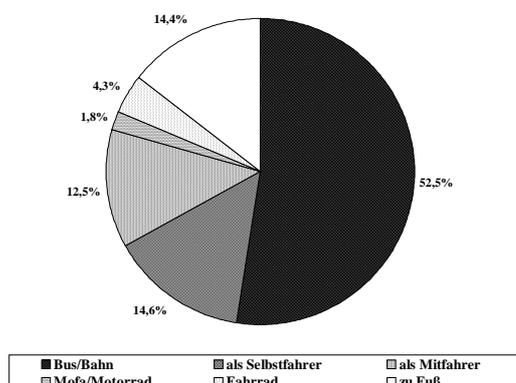
Von der üblichen Differenzierung der Wegezwecke in sechs Kategorien (vgl. VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 212f.) wurden vier in die Befragung aufgenommen. Dies sind der Berufsverkehr (Weg zur Arbeit), der Ausbildungsverkehr (Weg zur Schule, Berufsschule, Universität), der Einkaufsverkehr (Weg in die Innenstadt und zum Einkaufen) und der Freizeitverkehr (Weg zu Freunden/Bekanntem, zum abendlichen Freizeittreff, zum Ausflugsziel am Wochenende und zu Großveranstaltungen). Der Geschäfts- und Dienstreiseverkehr ist für den größten Teil der Befragten (noch) nicht relevant, und der Urlaubsverkehr wurde aufgrund der Begrenzung der Untersuchung auf den städtischen Raum nicht integriert. Da anzunehmen ist, daß für Jugendliche der Weg zum Einkaufen und in die Innenstadt eher mit Schaufensterbummeln und zum Treffen mit Gleichaltrigen gleichgesetzt wird als mit „alltägliche Zwangsaktivität zur notwendigen Reproduktion des Haushalts“ (REUTTER/REUTTER 1996, S. 123), werden diese Wege zwar unter dem Begriff Einkaufsverkehr betrachtet, der klassische Einkaufsverkehr trifft bei vielen Jugendlichen jedoch nicht zu. Bei der Betrachtung der Verkehrsmittelwahl liegt der Schwerpunkt auf dem Freizeitverkehr. Hiermit wird der Tatsache Rechnung getragen, daß für Jugendliche das „wahre“ Leben in der Freizeit stattfindet und, wie bereits in der Einleitung gefordert, den Jugendlichen besonders im Freizeitverkehr eine größere Bedeutung als bisher beigemessen werden muß (vgl. Hypothese 5 S. 63).

Tabelle 21: Personenverkehr nach Verkehrszwecken in Westdeutschland im Jahr 1992

Verkehrszwecke	Verkehrsaufkommen (Anteil der Wege in %)	Verkehrsleistung (Anteil der Wegekilometer in %)
Beruf	19,9	19,9
Ausbildung	7,0	4,3
Geschäfts- und Dienstreisen	8,7	17,1
Einkauf	26,5	10,6
Freizeit	37,7	39,5
Urlaub	0,2	8,6

Quelle: VERKEHR IN ZAHLEN 1994, S. 219; in Anlehnung an REUTTER/REUTTER 1996, S. 119

Wie aus Tabelle 21 ersichtlich, werden in Westdeutschland annähernd vier von zehn Wegen im Freizeitverkehr zurückgelegt, auf die gleichfalls 40 Prozent der Verkehrsleistung entfällt. Bevor die Verkehrsmittelanteile und die Zusammenhänge der subjektiven und objektiven Einflußgrößen mit der Verkehrsmittelwahl für die einzelnen Wegezwecke aufgezeigt werden, werden zur Orientierung die Durchschnittswerte über alle Verkehrsmittel dargestellt. Diese Werte können (vom Leser) bei den folgenden Darstellungen als Vergleich herangezogen werden.

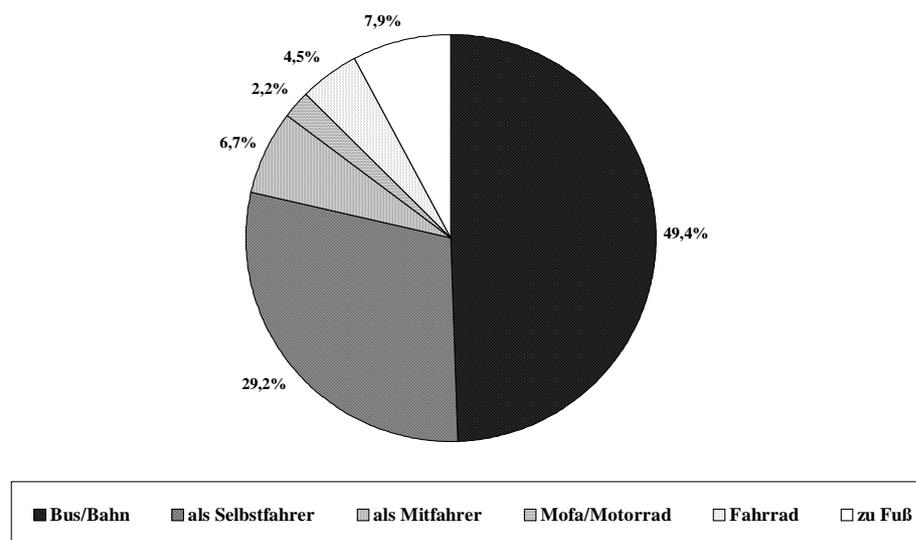
Abbildung 13: Durchschnittswerte der Verkehrsmittelanteile über alle Wege

Quelle: eigene Erhebung

Berufsverkehr

In der verkehrswissenschaftlichen Literatur wird häufig davon ausgegangen, daß die meisten Wege und Fahrten aus beruflichen Gründen zurückgelegt werden, obwohl aus Tabelle 21 ersichtlich ist, daß der Anteil des Berufsverkehrs am Verkehrsaufkommen an dritter Stelle liegt. Nicht alle Jugendliche nehmen verständlicherweise am Berufsverkehr teil. Dementsprechend nimmt der Berufsverkehr bei den Jugendlichen einen geringen Stellenwert ein. Knapp ein Drittel (29,3%) der Befragten haben Angaben zur Verkehrsmittelnutzung beim Weg zur Arbeit gemacht. „Der *Berufsverkehr* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) umfaßt alle Fahrten bzw. Wege zwischen Wohnung und Arbeitsstätte, bei denen Hin- und Rückfahrt oder -weg innerhalb eines Zeitraumes von 24 Stunden liegen, jedoch nicht die von der Arbeitsstätte ausgehenden beruflich bedingten Fahrten oder Wege innerhalb der Arbeitszeit. Fahrten oder Wege von Wochenendpendlern werden dem Freizeitverkehr zugeordnet.“ (VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 212f.) Im Berufsverkehr überwiegen regelmäßige Verkehrsbeziehungen mit immer gleichen Ausgangs- und Zielstandorten, Zeitrhythmen und starker Bündelung zwischen den Wohn- und Arbeitsschwerpunkten (vgl. MONHEIM/MONHEIM-DANDORFER 1990, S. 117). Somit kommt dem Arbeitsweg eine besondere Bedeutung zu. Wird für diesen Wegezweck ein Auto eingesetzt, kann es schnell zum gewohnheitsmäßigen Verkehrsmittel werden und ebenfalls bei anderen Wegen stark genutzt werden.

Auffallend an den Ergebnissen in Abbildung 14 ist der hohe Anteil an MIV-Nutzern. Gut ein Drittel der Arbeitswege (38,1%) werden von den Befragungsteilnehmern mit Verkehrsmitteln des motorisierten Individualverkehrs zurückgelegt. Als Selbstfahrer im Auto ist hierbei deutlich von größerer Bedeutung (29,2%) als die Kategorie als Mitfahrer im Auto (6,7%) und Motorrad/Moped (2,2%). Beim Weg zur Arbeit werden die höchsten Anteile der Kategorie als Selbstfahrer im Auto von allen untersuchten Wegen ermittelt. Mit Bus/Bahn fahren fast die Hälfte der Jugendlichen (49,4%). Zu Fuß (7,9%) oder mit dem Fahrrad (4,5%) werden von den Befragten nur relativ wenig Arbeitswege zurückgelegt. Eine Erklärung kann darin liegen, daß, aufgrund des angespannten Arbeitsmarktes, die Arbeitsplatzwahl nicht einfach ist und die Arbeitsplätze seltener in nahegelegener, fußläufig oder mit dem Fahrrad gut erreichbarer Entfernung liegen.

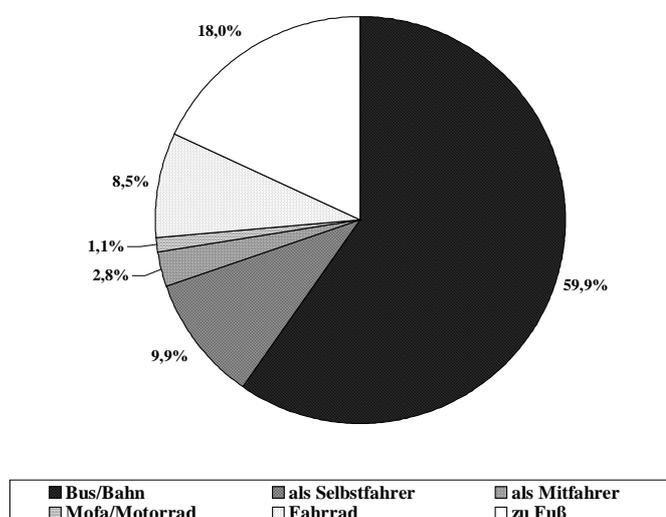
Abbildung 14: Verkehrsmittelanteile beim Weg zur Arbeit

Quelle: eigene Erhebung (n = 89)

Ausbildungsverkehr

Der Schulweg ist in ähnlicher Weise wie der Arbeitsweg ein Pflichtweg, der über viele Jahre hinweg allmorgendlich und mittags bzw. nachmittags zurückgelegt werden muß. Die Route ist darüber hinaus weitgehend durch den Standort der Schule festgelegt. „Im *Ausbildungsverkehr* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) sind alle Fahrten oder Wege zwischen Wohnung und Schule zusammengefaßt.“ (VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 213) In dieser Arbeit sind unter Ausbildungswege die Wege zur Schule, Berufsschule und Universität gefaßt. Hierdurch konnten Lehrlinge sowohl beim Weg zur Arbeit als auch bei Ausbildungswegen Angaben machen. Insgesamt 93,7% der befragten Jugendlichen gaben für den Weg zur Ausbildungsstätte das hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel an.

Busse und Bahnen sind, wie aus Abbildung 15 ersichtlich, die meist genutzten Verkehrsmittel auf dem Ausbildungsweg. Sechs von zehn Jugendlichen (59,9%) fahren mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zur Schule, Berufsschule oder Universität. Der Fußverkehr bildet die zweitwichtigste Verkehrsart, zu Fuß gehen fast ein Fünftel (18,0%) der Jugendlichen. Die Anteile des MIV und des Fahrrades sind mit 13,8% und 8,5% vergleichbar gering, das Fahrrad hat im Vergleich mit den anderen Wegezwecken beim Ausbildungsverkehr jedoch die größte Bedeutung. Das Gros des MIV nimmt das Auto ein. Ein Zehntel der Befragten (9,9%) fährt selbst mit dem Auto, 2,8% werden als Beifahrer mitgenommen und Motorrad/Moped haben mit einem Anteil von 1,1% einen geringen Stellenwert. Beim Ausbildungsverkehr hat der MIV den geringsten Anteil aller untersuchten Wege, und auch der Mitfahreranteil ist erstaunlich gering. Im Gegensatz zu der verschiedentlich geäußerten These, daß Eltern ihre Kinder mit dem Auto zur Schule fahren und hierdurch Sicherheitsprobleme und Staus vor den Schulen entstehen, nehmen beim Ausbildungsverkehr die „Taxidienste“ der Eltern eine geringe Bedeutung ein. Der ausgewiesene Mitfahreranteil stellt den niedrigsten aller Wegezwecke dar.

Abbildung 15: Verkehrsmittelanteile beim Weg zur Schule/Berufsschule/Universität

Quelle: eigene Erhebung (n = 284)

Erwartungsgemäß variieren die Verkehrsmittelanteile für den Ausbildungsverkehr erheblich mit den Altersgruppen der befragten Jugendlichen (= statistisch hochsignifikant). Während in der Altersgruppe der 13- bis 15jährigen (1,5% MIV-Anteil) und zum größten Teil in der der 16- bis 18jährigen (15,5% MIV-Anteil) der motorisierte Individualverkehr eine geringe Rolle spielt, steigt der MIV in der Altersgruppe der 19- bis 21jährigen rapide an. Fast zwei von fünf Befragten (38,0%) zwischen 19 und 21 Jahren ist mit MIV zur Ausbildungsstätte unterwegs.

Schulwege bieten Gelegenheiten zur Kommunikation und ermöglichen den täglichen Sozialkontakt mit Gleichaltrigen, mit denen man sich austauschen und Kontakte knüpfen kann. „Die damit verbundenen angenehmen Gefühle könnten eine gute Grundlage für den Aufbau einer positiven Einstellung zum Zufußgehen und zur ÖPNV-Nutzung sein.“ (FLADE/LIMBOURG 1997, S. 104) Die positiven Erlebnisse werden teilweise jedoch z. B. durch schlechte ÖV-Verbindungen, überfüllte (Schul-)Busse (= faktisch autoritärer Charakter) und psychologisch erlebten autoritären Charakter (z. B. Tarife, Beförderungsbestimmungen, Rauchverbot = Bevormundung) beeinträchtigt, wodurch die positiven Erfahrungen überdeckt werden. Durch solche negativen Erfahrungen können negative Einstellungen aufgebaut werden, die zur MIV-Orientierung führen bzw. diese verstärken können. Es muß daher versucht werden, die „Wahrnehmungsschwelle“ der Jugendlichen zu durchbrechen und ihnen diese Vorteile des ÖV auf dem Schulweg zu vermitteln. Hiermit kann ebenfalls das Image positiv unterstützt werden.

Einkaufsverkehr

„Als *Einkaufsverkehr* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) gelten alle Fahrten oder Wege, deren Zweck der Einkauf von Gütern oder der Besuch von Ärzten, Behörden, Dienstleistungsbetrieben u. ä. ist.“ (VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 213) Wie bereits angedeutet sind, Einkaufswege nicht für alle Jugendliche Wege, um Waren oder Güter, speziell täglich benötigte Lebensmittel, für sich oder ihren Haushalt einzukaufen. Vor allem das Einkaufen in der Innenstadt wird oft mit Bummeln oder „sehen was so läuft“ verbunden. Die

Fahrten in die City sind oft gleichgesetzt mit Freizeit und Vergnügen bzw. bei diesen Wegen werden Einkaufszwecke mit Freizeitzielen kombiniert (vgl. REUTTER/REUTTER 1996, S. 126). Im Rahmen der empirischen Untersuchung wird der Einkaufsverkehr zum einen als Weg in die Innenstadt am Stichtag der Befragung und zum anderen als Weg zum Einkaufen erfaßt. D. h., beim Weg in die Innenstadt gaben die Befragten das tatsächlich genutzte Verkehrsmittel an, während bei allen anderen Wegen die berichtete, vorgestellte Verkehrsmittelnutzung ermittelt wurde.

Mehr als zwei Drittel der Befragten (68,6%) legten den Weg in die Innenstadt mit Bus/Bahn zurück. Der motorisierte Individualverkehr bildet die zweitwichtigste Verkehrsart. 17,5% gelangten mit motorisierten Verkehrsmitteln in die City, das Gros bildete dabei das Auto. Fahrer (7,9%) und Mitfahrer im Auto (7,6%) waren in etwa gleich bedeutend. Motorrad/Moped hatten mit 2,0% eine geringe Bedeutung. Anders sah es beim Fußverkehr aus: gut einer von zehn Jugendlichen (12,9%) gelangte zu Fuß in die Innenstadt. Der Anteil des Radverkehrs war mit 1,0% sehr niedrig. Hierfür könnten die Witterungsverhältnisse während der Befragung ein möglicher Grund sein. Bei der Verkehrsmittelwahl sind in vergleichbarer Weise altersspezifische Unterschiede wie für den Ausbildungsweg festzustellen (= statistisch hochsignifikant).

Tabelle 22: Verkehrsmittelanteile beim Weg in die Innenstadt nach Alter

	Bus/Bahn	MIV
13 bis 15 Jahre	90,8%	9,2%
16 bis 18 Jahre	86,2%	13,8%
19 bis 21 Jahre	60,0%	40,0%

Quelle: eigene Erhebung (n = 261)

Die Verkehrsmittelanteile beim Weg zum Einkaufen, welcher am ehesten mit der oben angeführten Definition deckungsgleich ist, wird von den hohen Anteilen des Fußverkehrs (35,8%) geprägt. Die Wege zum Einkaufen legen fast genauso viele befragte Jugendliche zu Fuß wie mit dem ÖPNV (40,9%) zurück. Der hohe Anteil der zu Fuß gehenden, kann mutmaßlich auf Einkaufswege zurückgeführt werden, die im Nahbereich der Wohnung stattfinden. Somit werden die Einkaufswege fast ausschließlich mit den Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (zu Fuß, Bus/Bahn, Fahrrad (5,0%)) zurückgelegt. Gut vier von fünf Jugendlichen (81,1%) benutzen eine dieser Verkehrsarten. Der motorisierte Individualverkehr nimmt mit 19,0% eine nahezu identischen Stellenwert wie beim Weg in die Innenstadt ein (Selbstfahrer 12,3%, Mitfahrer 5,0% und Motorrad/Moped 1,7%). Die oft von Vertretern des Einzelhandels geforderte erste Priorität von Autokunden, d.h. die Forderung alles Erdenkliche für die Anreise sowie Parkmöglichkeiten zu tun, scheint vor dem Hintergrund der Zielgruppe Jugendliche nicht gerechtfertigt. Nicht nur bei den Verkehrsunternehmen sind die Jugendlichen die Kunden von morgen. Auch die Einzelhändler sollten, vor dem Hintergrund Jugendliche als Kunden für morgen zu behalten, heute für einen attraktiven Öffentlichen Verkehr und bessere Geh- und Radwege eintreten. Der hohe Anteil von ÖV-Nutzern kann sicherlich auf die hohe Mobilität von Jugendlichen zurückgeführt werden, die Einkaufswege in umliegende Städte machen.

Bemerkenswert sind die altersspezifischen Unterschiede bei der Verkehrsmittelnutzung für die Einkaufswege (= statistisch hochsignifikant). Von Altersgruppe zu Altersgruppe gibt es eine Verdoppelung des MIV-Anteils. Auch zwischen männlichen und weiblichen Befragten sind

unterschiedliche Verhaltensweisen festzustellen (= statistisch hochsignifikant). Fast doppelt so viele männliche Jugendliche fahren mit motorisierten Individualverkehrsmitteln zum Einkaufen wie weibliche Jugendliche (40,6% zu 21,4%). Entsprechend ist der ÖV-Anteil bei den weiblichen Jugendlichen mit 78,6% erheblich höher als bei den männlichen mit 59,4%. Möglicherweise orientieren sich weibliche Jugendliche eher an Standorte, die leichter mit Bus/Bahn zu erreichen sind oder setzen Einkaufen mit Bummeln und Freizeitbeschäftigung gleich (= Innenstadt als Einkaufsort und Treffpunkt).

Tabelle 23: Verkehrsmittelanteile beim Weg zum Einkaufen nach Alter

	Bus/Bahn	MIV
13 bis 15 Jahre	87,3%	12,7%
16 bis 18 Jahre	75,4%	24,6%
19 bis 21 Jahre	47,1%	52,9%

Quelle: eigene Erhebung (n = 180)

Freizeitverkehr

Der Freizeitverkehr ist der häufigste Verkehrszweck überhaupt, sein Mobilitätsvolumen übersteigt den Berufs-, Einkaufs- und Ausbildungsverkehr. „Im *Freizeitverkehr* (Hervorhebung im Original, d. Verf.) sind alle übrigen Fahrten oder Wege erfasst, die nicht den anderen fünf Fahrt- bzw. Wegezwecken zuzuordnen sind, also z. B. Wochenenderholungsfahrten, Verwandten- und Bekanntenbesuche, Besuch kultureller Veranstaltungen, Fahrten oder Wege in Ausübung eines Hobbys.“ (VERKEHR IN ZAHLEN 1997, S. 213) Nach HILGERS (vgl. 1994, S. 11f.) sind drei Formen der Freizeitmobilität zu unterscheiden:

- (Tages-)Ausflüge zu Freizeitaktivitäten wie Besuch von öffentlichen Veranstaltungen, Konzerten, Kneipen, Sportveranstaltungen oder zu Orten eigener sportlicher Aktivitäten u. ä.
- Kurztrips, zu wohnortnahen wie extrem entfernten Ziele über Wochenende, Feiertage oder für wenige Tage bis zu zwei Wochen.
- Jahresurlaube, mit einer Reisedauer von zwei und mehr Wochen.

Durch den rapiden Anstieg des Freizeitbudgets in den letzten Jahren ist die Bedeutung der Beteiligung Jugendlicher am Verkehr zu Freizeitzielen kontinuierlich gewachsen. Der gesellschaftliche Wandel⁴⁶ der vergangenen Jahrzehnte hat auch auf die Mobilität von Jugendlichen deutliche Auswirkungen hinterlassen. Die Freizeitinfrastruktur und mit ihr das Freizeitverhalten hat sich stark gewandelt: „Es sind vollkommen neue Freizeitmöglichkeiten entstanden, die ... aus dem unmittelbaren Wohnumfeld heraus verlagert wurden und von den unterschiedlichen Gruppen junger Leute in unterschiedlichem Maße qualitativ und quantitativ genutzt werden.“ (SCHULZE 1996, S. 12) Jugendliche stellen somit eine sehr mobile Gruppe dar, die ihre Freizeit mit einer Vielzahl von Aktivitäten ausfüllt.⁴⁷ In der vorliegenden Arbeit wird die Verkehrsmittelwahl bei zwei Freizeitaktivitäten, die täglich unternommen werden (können) (Weg zu Freunden/Bekanntem und zum abendlichen Freizeittreff, d. h. Kneipe, Kino, Disco), eine Freizeitaktivität, die am Wochenende unternommen werden kann (Weg zum Ausflugsziel

⁴⁶ Hierzu wird auf die Ausführungen bei HAUTZINGER 1997, S. 54ff. und MONHEIM/MONHEIM-DANDORFER 1990, S. 132ff. verwiesen.

⁴⁷ In der bereits angeführten Studie „Freizeitverhalten von Dortmunder Jugendlichen“ von NEUMANN (1992) werden die Freizeitbeschäftigungen der Dortmunder Jugendlichen beschrieben.

am Wochenende) und einer Freizeitaktivität, die eher sporadisch unternommen wird (Weg zu Großveranstaltungen, wie z. B. Konzerte, Fußballspiele, Loveparade), untersucht. Die unterschiedlichen Anteile der einzelnen Verkehrsmittel weisen auf interessante, aktivitätenspezifische Muster der Verkehrsmittelnutzung bei den Freizeitwegen hin (vgl. Tabelle 24).

Tabelle 24: Verkehrsmittelanteile in der Freizeit

	zu Fuß	Fahrrad	Motorrad/ Moped	Bus/Bahn	Mitfahrer im Auto	Selbstfahrer im Auto
Weg zu Freunden/ Bekanntem (1)	18,1%	6,6%	3,0%	47,0%	8,2%	17,1%
Weg zum abendlichen Freizeittreff (2)	15,5%	5,4%	1,4%	53,7%	11,1%	12,8%
Weg zum Ausflugsziel am Wochenende (3)	4,4%	2,7%	1,7%	38,4%	34,7%	18,2%
Weg zu Großver- anstaltungen (4)	3,1%	0,3%	1,0%	62,1%	23,9%	9,6%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304 (1); n = 296 (2); n = 297 (3); n = 293 (4))

Der ÖV hat zwar bei allen Aktivitäten die höchsten Anteile, auffallend ist aber vor allem der relativ geringe Stellenwert bei den Wegen zum Ausflugsziel am Wochenende (38,4%) und der hohe Anteil bei den Wegen zu Großveranstaltungen (62,1%). Bei Aktivitäten am Wochenende, die insbesondere von den jüngeren Befragten oft mit den Eltern verbracht werden, nimmt der Anteil der Mitfahrer im Auto (34,7%) nahezu den gleichen Wert wie die ÖV-Nutzung ein. Dies unterstreicht die Bedeutung des Autos der Eltern bei dieser Freizeitaktivität. Weitere 18,2% fahren selbst mit dem Auto, so daß gut jeder zweite Jugendliche (52,9%) mit dem Auto am Wochenende zum Ausflugsziel fährt. Eine Erklärung kann darin liegen, daß viele Freizeitgebiete dort beginnen, wo der ÖPNV aufhört und die Erwachsenen stark aufs Auto fixiert sind. Es ist also nicht verwunderlich, daß im Zeichen steigender Motorisierung der ÖV Aufkommensanteile gegenüber dem Auto verliert (vgl. HAUTZINGER 1994, S. 60). Die geringeren ÖV-Anteile beim Weg zum Ausflugsziel am Wochenende werden ebenso auf die, von den Jugendlichen als unzureichend beurteilten, Angebote des ÖPNV am Wochenende in Dortmund zurückzuführen sein (vgl. Verkehrsangebot S. 82). Insbesondere das ÖPNV-Angebot am Wochenende und nach 19.00 Uhr an allen Tagen wurde von den Jugendlichen als unzureichend beurteilt. Dies schlägt sich zum Teil stark (Weg zum Ausflugsziel am Wochenende) und zum Teil weniger stark in der Verkehrsmittelwahl nieder. Die hohen Mitfahreranteile bei den Freizeitwegen sind mit den Ergebnissen der „Taxidienste“ der Eltern deckungsgleich (s. S. 96).

Auch bei den Wegen zu Großveranstaltungen nimmt das Auto einen großen Stellenwert ein, Nahezu jeder dritte befragte Jugendliche fährt entweder als Mitfahrer (23,9%) oder Selbstfahrer (9,6%) mit dem Auto. Anscheinend wird bei Wegen zu Sportveranstaltungen, Konzerten und anderen Sport- und Musikgroßevents (z. B. Popkomm) dem ÖV jedoch eine größere Bedeutung als beim Ausflug am Wochenende zugemessen. Die Jugendlichen wollen möglicherweise schon auf der Fahrt zu diesen Großveranstaltungen mit ihren Freunden zusammensein (insbesondere bei größeren Gruppen ist dies im Auto nicht möglich), feiern und Spaß haben sowie den Ärgernissen der üblicherweise bei diesen Veranstaltungen auftretenden Verkehrsproblemen ausweichen. Da diese Wege eher selten zurückgelegt werden, scheint es sinnvoll den Jugendlichen einen attraktiven ÖV zu bieten, so daß auch die Jugendlichen, die sonst eher zu den

selteneren Nutzern von Bus/Bahn gehören, die Vorteile des ÖV erleben können. Sofern Jugendliche nur wenige Male mit Öffentlichen Verkehrsmitteln fahren, kommt es insbesondere bei diesen wenigen Fahrten darauf an, daß für sie das Bus- und/oder Bahnfahren mit angenehmen Erlebnissen verbunden bleibt (vgl. Extramotiv „sozialer Kontakt“, S. 91). Diese Forderung bedeutet jedoch nicht, daß Strecken, die ein geringes Fahrgastaufkommen haben, attraktiv gestaltet werden sollen. Hier ist an eine gezielte Förderung von Strecken oder Fahrten gedacht, die zu bestimmten Großveranstaltungen als „Sonderfahrten“ bezeichnet werden können.

Sowohl beim Weg zu Großveranstaltungen als auch beim Weg zum Ausflugsziel am Wochenende haben zu Fuß gehen, Fahrrad und Motorrad/Moped fahren eine geringe Bedeutung. Ganz anders sieht es dagegen bei den Freizeitaktivitäten aus, die sich vorzugsweise im weiteren Wohnumfeld der Jugendlichen abspielen, d. h. bei Wegen zu Freunden/Bekanntem und zum abendlichen Freizeittreff. Hier bilden die Verkehrsarten zu Fuß und Fahrrad sehr wohl eine wichtige Rolle. Mit Motorrad/Moped gelangen zwar 3,0% der befragten Jugendlichen zu Freunden/Bekanntem, was den größten Anteil von allen Wegezwecken ausmacht, insgesamt gesehen, haben sie ebenfalls bei den Freizeitwegen eine geringe Bedeutung. Knapp jeder fünfte Jugendliche (18,1%) gelangt zu Fuß zu Freunden/Bekanntem und jeder sechste zum abendlichen Freizeittreff (15,5%). Aber auch bei diesen Freizeitaktivitäten erlangt das Auto eine größere Relevanz als beim Ausbildungsweg oder den Einkaufswegen. Der Anteil der Autonutzer ist mit ca. einem Viertel (25,3% bei Freunden/Bekanntem und 23,9% beim abendlichen Freizeittreff) aller Verkehrsmittel annähernd identisch. Unterschiede sind jedoch hinsichtlich der Kategorien Mitfahrer und Selbstfahrer im Auto zu verzeichnen. Bei den Wegen zu Freunden/Bekanntem ist der Anteil der Selbstfahrer um 4,3% höher als beim Weg zum abendlichen Freizeittreff und auch die Motorrad-/Moped-Fahrer sind höher (3,0% zu 1,4%). Im Gegensatz hierzu nehmen die ÖV-Nutzer und die Mitfahrer im Auto beim Weg zum abendlichen Freizeittreff höhere Werte ein. Diese Ergebnisse lassen den Schluß zu, daß wahrscheinlich zugunsten eines möglichen Alkoholkonsums motorisierte Verkehrsmittel im geringeren Maße genutzt werden. Weitere Gründe, die für eine Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel sprechen, sind beispielsweise die Parksituation in Innenstädten (Parkflächen sind besetzt oder Parkhäuser machen eher zu, als man nach Hause will) und die insbesondere bei Großparkplätzen vor Discotheken vorherrschende Angst des Autoaufbruchs.

Eine These, die verschiedentlich geäußert wird (vgl. INFAS 1994, S. 19), geht davon aus, daß sich die Verkehrsmittelnutzung insbesondere in der Freizeit verschiebt, sobald die Jugendlichen die Möglichkeit zur Teilnahme am motorisierten Individualverkehr haben. Altersspezifische Unterschiede werden bei den Wegen, die sich vorzugsweise im Wohnumfeld abspielen, zusammen betrachtet, so daß mit diesem Vergleich neben den signifikanten Zusammenhängen auch Unterschiede betrachtet werden können.

Mit den Ergebnissen aus der Befragung kann die genannte These bestätigt werden. Sowohl für den Weg zu Freunden als auch zum abendlichen Freizeittreff verdoppeln sich fast die MIV-Anteile mit Erreichen des 19. Lebensjahrs im Vergleich mit der Altersklasse der 16- bis 18jährigen. Diese nutzen wiederum zu einem erheblich größeren Anteil motorisierte Verkehrs-

mittel als die 13- bis 15jährigen (= bei beiden Wegen statistisch hochsignifikant). So lang Jugendliche darauf angewiesen sind, von anderen, vorzugsweise den Eltern im Auto mitgenommen zu werden, liegt das Niveau des MIV bei ca. 12,0 bis 13,0%. Mit zunehmendem Alter, also mit Eröffnung der Möglichkeit, ein Moped bzw. Auto zu führen und größerem räumlichen Aktionsradius nimmt der MIV-Anteil eine mehr als doppelt so große Stellung ein. Offenbar kann der Öffentliche Verkehr, in den Augen der Jugendlichen, dann immer weniger ihren Bedürfnissen entsprechen oder die MIV-Orientierung nimmt zu. Die Ergebnisse des Abschnittes „Zukunftsvorstellungen“ (vgl. S. 89) lassen vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse den Schluß zu, daß mit Erreichen des notwendigen Alters die hier festgestellte Zuwendung zum MIV in der Freizeit in naher Zukunft für die Altersgruppen der 16- bis 18jährigen und auch für die der 13- bis 15jährigen gelten wird. Fast neun von zehn (87,1% bzw. 87,5%) der 13- bis 15jährigen fährt Bus/Bahn, aber mit 19 bis 21 Jahren fahren gerade noch einmal zwei von fünf (40,2%) Wege zu Freunden/Bekanntem und knapp jeder zweite (48,3%) Wege zu einem abendlichen Freizeittreff hauptsächlich mit Öffentlichen Verkehrsmitteln. Die insgesamt geringeren Anteile des MIV beim Weg zum abendlichen Freizeittreff kann auf die bereits genannten Gründe des Alkoholkonsums u. ä. zurückgeführt werden.

Tabelle 25: Verkehrsmittelanteile beim Weg zu Freunden/Bekanntem und zum abendlichen Freizeittreff nach Alter

	Weg zu Freunden/Bekanntem (1)		Weg zum abendlichen Freizeittreff (2)	
	Bus/Bahn	MIV	Bus/Bahn	MIV
13 bis 15 Jahre	87,1%	12,9%	87,5%	12,5%
16 bis 18 Jahre	67,5%	32,5%	73,5%	26,5%
19 bis 21 Jahre	40,2%	59,8%	48,3%	51,7%

Quelle: eigene Erhebung (n = 229 (1) und n = 234 (2))

Wie bereits angeführt, nutzen die befragten Jugendlichen beim Weg zum Ausflugsziel am eindeutigsten den MIV. Bei Jugendlichen zwischen 19 und 21 Jahren greifen gerade einmal noch drei von zehn Jugendlichen (29,7%) auf Bus/Bahn zurück (= statistisch signifikant). Über 70,0% fahren mit motorisierten Verkehrsmitteln. Auch bei den beiden anderen Altersgruppen nimmt, nach den oben angeführten Ergebnissen der hohen Mitfahrerwerte erklärbar, der MIV hohe Anteile ein (51,1% bei den 13- bis 15 und 54,8% bei den 16- bis 18jährigen). Interessanterweise gibt es beim Weg zu Großveranstaltungen keine feststellbaren altersspezifischen Unterschiede in der Verkehrsmittelwahl bei den Jugendlichen. Dafür sind eindeutige geschlechtsspezifische Unterschiede zu verzeichnen. Insbesondere männliche Jugendliche geben an, Bus/Bahn zu Großveranstaltungen stärker zu nutzen als weibliche Jugendliche (= statistisch hochsignifikant). Gut sieben von zehn männlichen Jugendlichen (72,1%) nutzen Bus/Bahn, knapp 15,0% weniger weibliche Jugendliche. Die ansonsten eher auf das Auto fixierten männlichen Jugendlichen geben bei Großveranstaltungen dem ÖV den Vorzug.

Zusammenhang zwischen objektiven Einflußgrößen und der Verkehrsmittelwahl

Im folgenden werden für den Zeitkartenbesitz, die Pkw-Verfügbarkeit, die Anzahl der Autos im Haushalt und das Bildungsniveau ihr Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl aufgezeigt. Bei allen Betrachtungen werden nur die Anteile der Bus/Bahn-Nutzer ausgewiesen. Da es sich um eine bivariate Betrachtung handelt, sind die bis zu 100 Prozent fehlenden Anteile die Nutzer des motorisierten Individualverkehrs.

Der ÖV-Anteil hat bei den Jugendlichen mit Zeitkarte, bis auf den Weg zum Ausflugsziel am Wochenende, im Vergleich mit dem MIV klar die überwiegende Bedeutung. Bei den Jugendlichen ohne Zeitkarte hat der MIV bei drei Wegen (Weg zur Ausbildung, zum Einkaufen und zu Freunden/Bekanntem) knapp die bedeutenderen Anteile und bei zwei Wegen (Weg zur Arbeit und zum Ausflugsziel am Wochenende) eindeutig die größere Bedeutung. Aus der Abbildung 16 ist desweiteren ersichtlich, daß bei allen Wegen mehr Jugendliche mit Zeitkarte den ÖV nutzen als solche ohne Zeitkarte.⁴⁸ Sowohl bei den Ersteren als auch bei den Letzteren gibt es jedoch erhebliche Unterschiede bei der Verkehrsmittelwahl bei den einzelnen Wegezwecken.

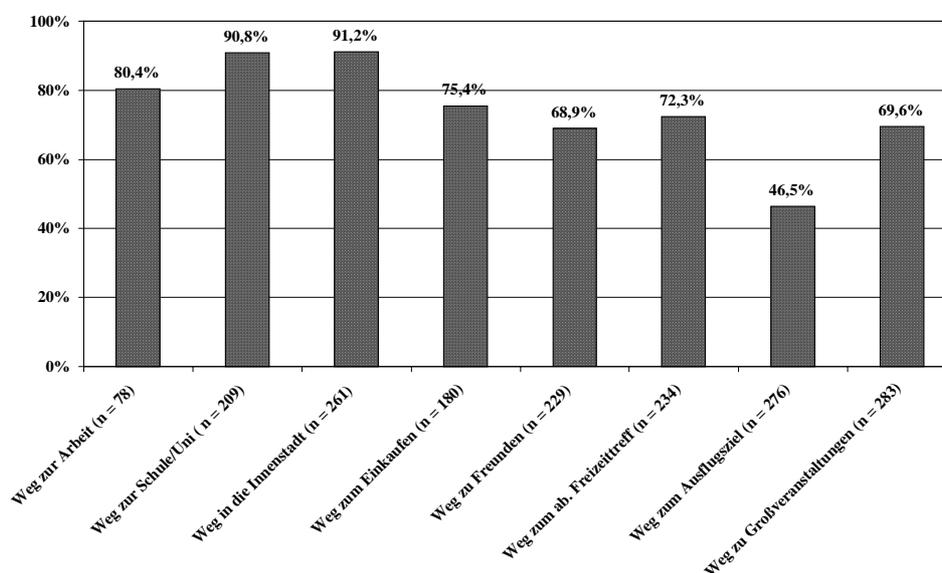
Am deutlichsten ist der Unterschied beim Weg zur Arbeit. Fast viermal so viele Jugendliche mit Zeitkarte nutzen Bus/Bahn im Vergleich zu den Jugendlichen ohne Zeitkarte (80,4% zu 21,9%; = statistisch hochsignifikant). Während beim größten Teil der Wege nahezu die Hälfte der Jugendlichen (zwischen 47,1 und 58,7%) ohne Zeitkarte hauptsächlich Öffentliche Verkehrsmittel nutzen, ist es beim Weg zur Arbeit nur einer von fünf Jugendlichen (21,9%). Speziell beim Weg zur Arbeit scheint sich die auch sonst schon abzeichnende Motorisierung durchzusetzen. Die Jugendlichen, die zur Arbeit fahren (müssen), werden sich am ehesten einen eigenen Wagen leisten können und werden nicht von der Verfügbarkeit vom Auto der Eltern abhängig sein. Dies spiegelt sich unmittelbar in der Verkehrsmittelnutzung wider. Eine weitere Besonderheit ist der Weg zum Ausflugsziel am Wochenende. Obwohl die Jugendlichen mit Zeitkartenbesitz den ÖV auch zum wochenendlichen Ausflug nutzen können, nutzen diese Möglichkeit relativ wenige Jugendliche. Aufgrund des dargestellten hohen Mitfahreranteils wird verständlich, daß der ÖV-Anteil mit 46,5% bzw. 30,3% vergleichsweise niedrig ist. Ein Großteil der Jugendlichen ist am Wochenende mit den Eltern unterwegs und diese nutzen ohnehin zumeist das Auto, so daß die Jugendlichen ebenfalls mit dem Auto fahren.

Beim Weg zur Schule, Berufsschule oder zur Universität und in die Innenstadt scheint der Zeitkartenbesitz von fast allen Jugendlichen mit der Nutzung des ÖV gleichgesetzt zu werden. Neun von zehn Jugendlichen (90,8% Weg zur Schule/Berufsschule/Uni bzw. 91,2% Weg in die City) nutzen ihre Zeitkarte, indem sie Bus/Bahn fahren. Diese Werte stellen die höchsten Anteile über alle Wege dar. Mögliche Erklärungen dieser Gleichsetzung von Zeitkartenbesitz mit ÖV-Nutzung sind die Häufigkeit der Absolvierung dieser Wege, die Kenntnis der Gegebenheiten auf der Strecke bzw. vor Ort und die Kenntnis der Fahrzeiten bzw. Takte, um

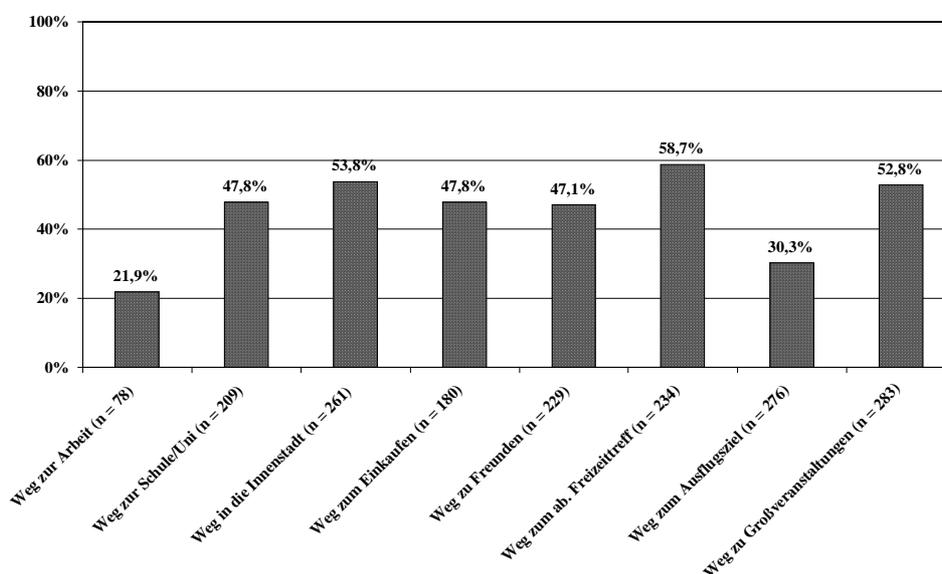
⁴⁸ Bei den hier ausgewiesenen Ergebnissen muß beachtet werden, daß nicht eindeutig geklärt werden kann, welche die abhängige und welche die unabhängige Variable ist. Jugendliche, die eine Präferenz für den Öffentlichen Verkehr haben, werden auch eher eine Zeitkarte besitzen als solche die keine Präferenz für den ÖV haben. Es wird davon ausgegangen, daß der Zeitkartenbesitz die unabhängige Variable ist.

mit Bus/Bahn fahren zu können. Zeitkartenbesitz und eine gleichzeitig gute Informationslage und Kenntnis scheinen bei den Jugendlichen sehr wichtig zu sein. Beispielsweise sind Einkaufswege in nicht näher bekannte Stadtteile von Dortmund, in umliegende Städte oder in Einkaufszentren an Stadtrand sicherlich einfacher mit motorisierten Individualverkehrsmitteln als mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen, wenn man die Linien, die Abfahrtszeiten, die Lage der Haltestellen u. ä. nicht kennt. Insbesondere bei den Jugendlichen mit Zeitkartenbesitz sind die ÖV-Anteile bei den Freizeitwegen geringer als bei den „notwendigen“ Wegen (zur Schule, Berufsschule oder Universität und zur Arbeit) und Einkaufswegen. Befragte ohne Zeitkarte legen die Wege zum abendlichen Freizeittreff bzw. zu Großveranstaltungen demgegenüber geringfügig stärker mit Bus und Bahn zurück. Ein möglicher Alkoholkonsum bzw. der Spaß und das Zusammensein bereits auf der Fahrt können hier ebenfalls als Begründungen herangezogen werden.

Abbildung 16: ÖV-Nutzung bei unterschiedlichen Wegzwecken mit (oben) und ohne (unten) Zeitkartenbesitz

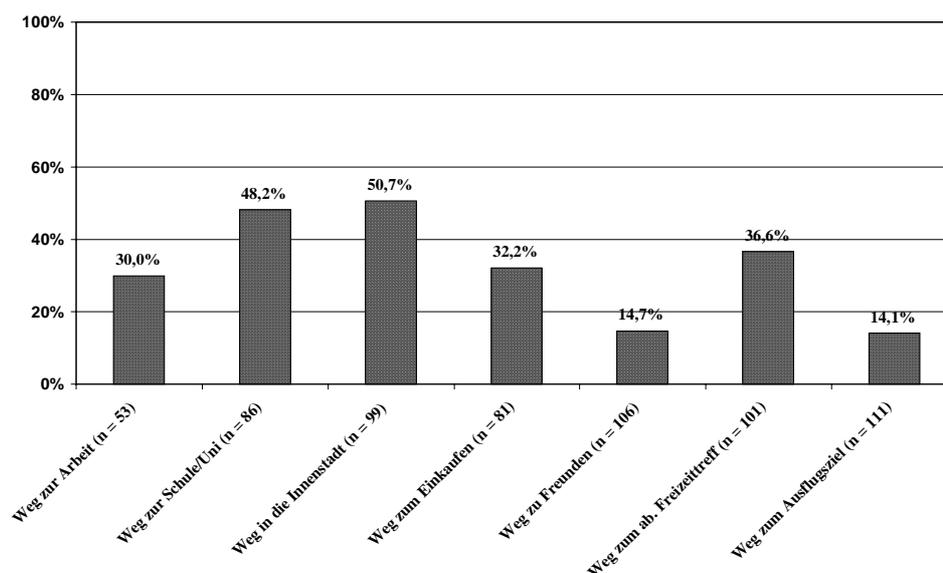


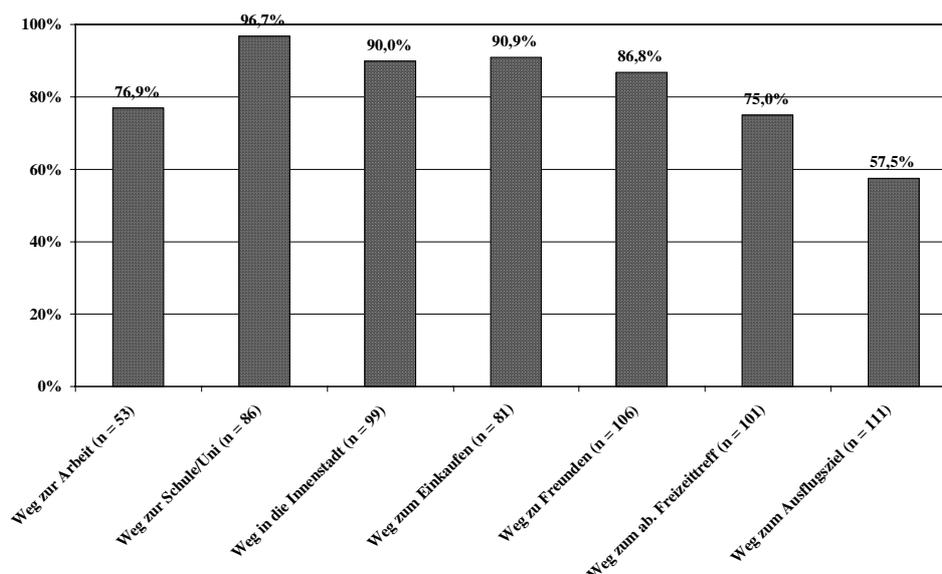
Quelle: eigene Erhebung



Wie zu erwarten, sind die ÖV-Anteile bei den über 18jährigen Jugendlichen höher, die angeben über keinen Pkw zu verfügen als bei denen mit Pkw-Verfügbarkeit. Allerdings variieren die ÖV-Anteile nicht nur bei den Jugendlichen ohne Pkw-Verfügbarkeit erheblich. Es sind Unterschiede von bis zu 39,2 Prozentpunkte zu verzeichnen (Weg zur Ausbildung 96,7% und Weg zum Ausflugsziel am Wochenende 57,5%). Nutzt etwa die Hälfte der Jugendlichen mit Pkw-Verfügbarkeit beim Weg zur Ausbildung (48,2%) und beim Weg in die Innenstadt (50,7%) den ÖV, so sind es bei den Freizeitwegen zu Freunden/Bekanntem bzw. zum Ausflugsziel am Wochenende nur 14,7% bzw. 14,1%. Anscheinend können viele Jugendliche zwar größtenteils über einen Pkw verfügen, sie können ihn jedoch nicht zu den routinemäßigen Wegen wie zur Schule, Berufsschule oder Universität nutzen. Hiermit kann die im Abschnitt Pkw-Verfügbarkeit aufgestellte Annahme (s. S. 80f.) bestätigt werden. Insbesondere zu Zeiten, in denen die Eltern den jeweiligen Pkw weniger selbst nutzen, können die Jugendlichen über einen Pkw verfügen. Bis auf den Weg zum abendlichen Freizeittreff wird der Pkw bei den Freizeitwegen auch in sehr großem Umfang genutzt. Sowohl bei der Betrachtung nach Zeitkartenbesitz als auch nach Pkw-Verfügbarkeit nimmt der Weg zum abendlichen Freizeittreff eine besondere Stellung ein. Der mögliche Alkoholkonsum und die damit in Zusammenhang stehenden Erlebnisse und Ausdrucksweisen des erwachsen werdens, sind für die Jugendlichen ohne Zweifel ein triftiger Grund für eine ÖV-Nutzung. Bei den Jugendlichen ohne Pkw-Verfügbarkeit fällt insbesondere der im Vergleich mit den anderen Wegen geringe ÖV-Anteil beim Weg zum Ausflugsziel am Wochenende und der fast 100%ige ÖV-Anteil beim Weg zur Ausbildung auf. Vorwiegend am Wochenende sind die gegenwärtigen ÖV-Angebote für die Erfordernisse des Freizeitverkehrs nicht ausreichend, so daß auf motorisierte Verkehrsmittel zurückgegriffen wird.

Abbildung 17: ÖV-Anteile bei unterschiedlichen Wegezwecken mit (oben) und ohne (unten) Pkw-Verfügbarkeit





Quelle: eigene Erhebung

Mit Zunahme der Anzahl der Autos im Haushalt sinkt der Anteil der Befragten, die Öffentliche Verkehrsmittel bei den ausgewiesenen Wegezwecken nutzen (außer beim Weg zum Ausflugsziel statistisch signifikante Zusammenhänge). Auffallend an den vorliegenden Ergebnissen ist, daß statistische Zusammenhänge für alle Freizeitwege nachweisbar sind. Insgesamt gesehen, lassen die vorliegenden Ergebnisse den Schluß zu, daß nicht nur die Jugendlichen, die über 18 Jahre sind und selbst ein Auto fahren dürfen, verstärkt den motorisierten Individualverkehr nutzen. Auch die Jugendlichen unter 18 Jahren nutzen durch das Vorhandensein eines Autos im Haushalt stärker den MIV. Insbesondere beim wochenendlichen Ausflug scheint das Vorhandensein eines Autos im Haushalt ein ausschlaggebendes Gewicht für die Verkehrsmittelnutzung zu haben. Zwischen den Befragten, die angeben kein Auto im Haushalt zu haben (84,0%) und Jugendlichen, bei denen ein Auto im Haushalt vorhanden ist (44,4%), sind die größten Unterschiede bei der Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel festzustellen. Mit diesem Ergebnis kann den Bezugspersonen der Jugendlichen (zumeist die Eltern) eine Dominanz bei der Wahl des Verkehrsmittels für Freizeitfahrten am Wochenende bescheinigt werden. Auch bei allen anderen ausgewiesenen Aktivitäten sinkt der ÖV-Anteil mit Zunahme der Anzahl der Autos, jedoch nicht in diesem Maße wie es bei Ausflügen am Wochenende der Fall ist.

Tabelle 26: Zusammenhang zwischen der Anzahl der Autos im Haushalt und der Verkehrsmittelwahl

Anteile der ÖV-Nutzung	Weg ...				
	zum Einkaufen (n = 180)	zu Freunden/ Bekannten (n = 229)	zum abendlichen Freizeittreff (n = 234)	zum Ausflug am Wochenende (n = 276)	zu Großveranstaltungen (n = 283)
kein Auto	90,0%	88,9%	94,4%	84,0%	78,3%
1 Auto	78,5%	72,3%	76,6%	44,4%	71,2%
2 Autos	64,7%	51,2%	59,6%	34,7%	55,4%
3 u. m. Autos	51,4%	48,6%	55,3%	24,4%	60,4%

Quelle: eigene Erhebung

Die Vermutung, daß Interessen, Einstellungen, Ressourcen und Aktivitäten mit der Bildung und - indirekt vermittelt - mit der sozialen Herkunft variieren und sich somit die Verkehrsmittelnutzung ändert, sind mit den vorliegenden Ergebnisse begrenzt zu bestätigen. Die Ergebnisse sind zwar differenziert, es lassen sich aber nur wenige einheitliche Schlußfolgerungen aus der Tabelle 27 ziehen:

- Unter den befragten Jugendlichen nutzen Berufsschüler am wenigsten den ÖV. Zurückzuführen wird dies auf die Einkommenssituation (Berufsschüler erhalten eine Ausbildungsvergütung, die zumeist höher als Taschengeld o. ä. ist) und das Alter sein.
- Deutliche Unterschiede in der Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel sind bei den Befragten festzustellen, die an der Universität oder Fachhochschule studieren. Für den Weg zur Innenstadt nutzen gut acht (82,1%) von Zehn den ÖV bzw. zum Einkaufen sieben (70,8%) von Zehn. Die Freizeitwege zu Freunden/Bekannten oder zum abendlichen Freizeittreff werden dagegen nur zu 45,5% bzw. 46,7% mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt. Scheinbar hat das Semesterticket in der Freizeit der Studierenden nicht die Bedeutung wie bei den routinierteren Wegen in die Innenstadt bzw. zum Einkaufen oder sie nutzen stärker das Fahrrad bzw. gehen zu Fuß.
- Bei den Befragten, die allgemeinbildende, weiterführende Schulen besuchen, gibt es die höchsten ÖV-Anteile. Zum Teil werden diese hohen Anteile auf die kostenlosen Schülermonatskarten zurückzuführen sein. Im Gegensatz zu den Studierenden nutzen die befragten Jugendlichen der allgemeinbildenden Schulen ihre Zeitkarte auch bei den Freizeitwegen stärker. Es lassen sich jedoch keine eindeutigen Erklärungsmuster ableiten, da die ÖV-Anteile stark zwischen den einzelnen Wegezwecken variieren.
- Der Weg in die Innenstadt wurde am Befragungstag über alle Schulformen eher mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt als sonst übliche Einkaufswege oder die beiden ausgewiesenen Freizeitwege.

Tabelle 27: Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau und der Verkehrsmittelwahl

Anteile der ÖV-Nutzung	Weg ...			
	in die Innenstadt (n= 255)	zum Einkaufen (n = 174)	zu Freunden/ Bekannt (n = 222)	zum abendlichen Freizeittreff (n = 228)
Hauptschule	89,7%	68,8%	85,7%	87,5%
Realschule	85,7%	82,1%	72,7%	83,9%
Gesamtschule	90,2%	85,7%	75,0%	67,7%
Gymnasium	73,9%	66,0%	63,5%	71,2%
Berufsschule	67,4%	50,0%	47,7%	56,5%
Universität/ Fachhochschule	82,1%	70,8%	45,5%	46,7%

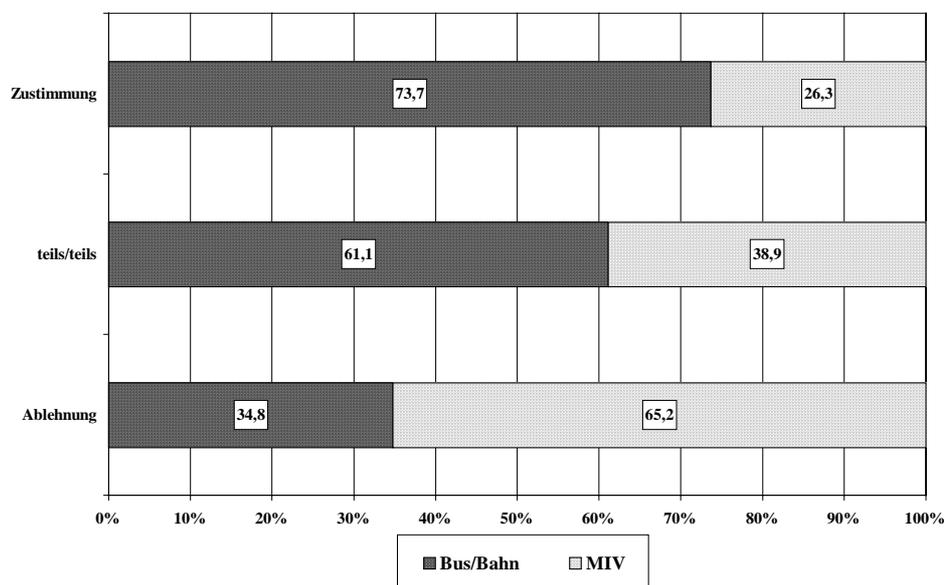
Quelle: eigene Erhebung

Zusammenhang zwischen subjektiven Einflußgrößen und der Verkehrsmittelwahl

Auch die Betrachtung der subjektiven Einflußgrößen erfolgt gemeinsam für alle Wege. Die Reisegeschwindigkeit ist als einzige, getestete, subjektive Einflußgröße über alle Wegezwecke von Bedeutung. Ansonsten bestehen zwischen den Einflußgrößen, die bei den „notwendigen“ Wegen (zur Arbeit; zur Schule, Berufsschule, Universität) einen Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl ergeben und denen der Freizeitwege deutliche Unterschiede. Während bei den „notwendigen“ Wegen und Einkaufswegen das Image und die Reisegeschwindigkeit nachweisbare Zusammenhänge ergeben, sind es beim Freizeitverkehr die Fahrzeugausstattung, die Kosten, das Design, die Schnelligkeit (die mit dem Autoführerschein verbunden wird) und die Reisegeschwindigkeit. Exemplarisch werden die Bedeutung der Reisegeschwindigkeit für den Berufsverkehr, des Images für den Ausbildungsverkehr sowie der Kosten und der Fahrzeugausstattung für den Freizeitverkehr vorgestellt.

Bei höherer Zustimmungstendenz ist der Anteil der ÖV-Nutzer signifikant höher als bei den Befragten, die nicht der Meinung sind, schnell mit Öffentlichen Verkehrsmitteln ans Ziel zu gelangen. Fast drei Viertel der Jugendlichen (73,7%), die der Aussage zustimmen, fahren mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit. Bei denen, die die Aussage ablehnen, beträgt der ÖV-Nutzeranteil 34,8%. Entsprechend steigt der Anteil derjenigen, die motorisierte Individualverkehrsmittel nutzen von 26,3% auf 65,2%.

Abbildung 18: Zusammenhang zwischen Reisegeschwindigkeit⁴⁹ und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zur Arbeit



Quelle: eigene Erhebung (n = 78)

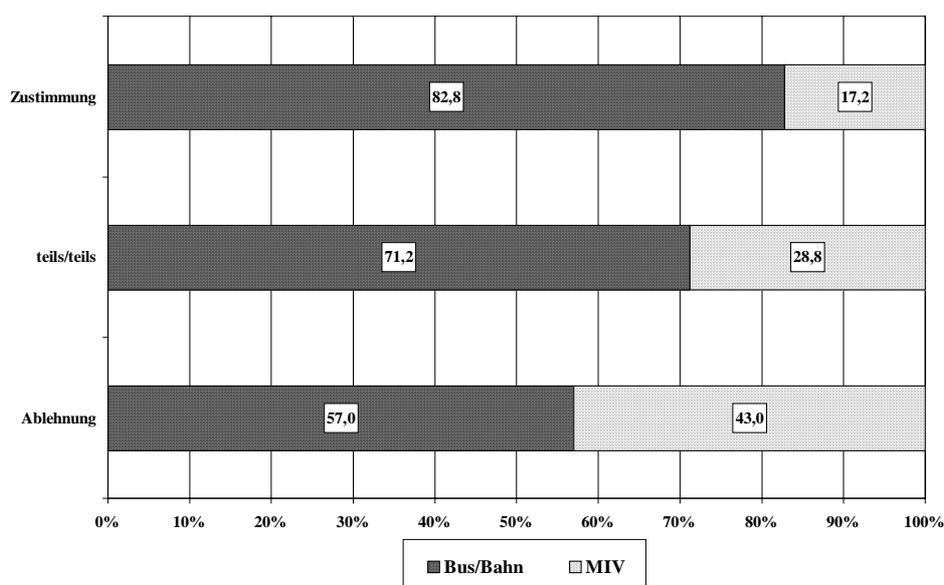
Von großer Bedeutung, im Rahmen dieser Arbeit aber schwer zu operationalisieren, ist der Zusammenhang zwischen dem Image eines Verkehrsmittels und der Wahl desselbigen. In der vorliegenden Arbeit wurde, wie bereits dargestellt (s. S. 94) über die Zustimmung und Ablehnung des Statements „Mit Bus und Bahn zu fahren, finde ich cool“ das Image des ÖPNV

⁴⁹ Die Reisegeschwindigkeit wurde mittels des Statements „Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel“ ermittelt.

gemessen. Dabei stellt sich heraus, daß bei höherer Zustimmungstendenz zum Statement der Anteil der Nutzer des ÖV signifikant höher ist, als bei der Gruppe der Probanden, die nicht der Ansicht sind, daß Bus/Bahn zu fahren, cool ist. Bei der ersten Gruppe (Zustimmung) beträgt der Nutzeranteil des ÖV 92,5%, bei der letzteren (Ablehnung) lediglich 80,0%. Im Gegenzug erhöht sich der Anteil der MIV-Nutzer von 7,5% auf 20,0%. Mit Hilfe des Zusammenhangs zwischen dem Image und der Verkehrsmittelnutzung beim Ausbildungsverkehr kann die Annahme, daß eher die „notwendigen“ Wege Reglementierungen unterworfen sind, was auf das Image abfärbt, zumindest im gewissen Maße bestätigt werden.

Bei Zustimmung der Aussage „Die Preise im Öffentlichen Verkehr halte ich für angemessen“ ist der Anteil der ÖV-Nutzer beim Weg zu Freunden/Bekanntem signifikant höher als bei den Probanden, die nicht der Ansicht sind, daß der ÖV preiswert ist. Bei den Jugendlichen, die der Aussage zustimmen, beträgt der ÖV-Anteil 82,8% und bei denen, die die Aussage ablehnen 57,0%.

Abbildung 19: Zusammenhang zwischen Kosten⁵⁰ und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zu Freunden/Bekanntem

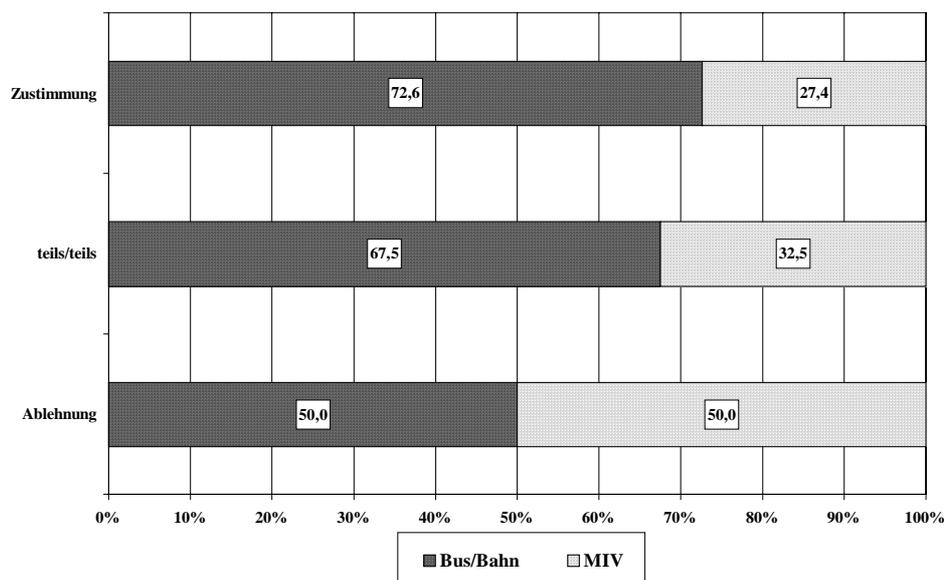


Quelle: eigene Erhebung (n = 223)

Beim Weg zu Großveranstaltungen ergeben die Fahrzeugausstattung und das Design einen Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl. Nahezu drei Viertel der befragten Jugendlichen (72,6%), die dem Statement „Die Ausstattung der Fahrzeuge ist angenehm“ zustimmen, fahren mit Öffentlichen Verkehrsmitteln. Dagegen nutzt nur jeder zweite Jugendliche (50,0%), der das Statement ablehnt, Öffentliche Verkehrsmittel.

⁵⁰ Die Kosten wurden mittels des Statements „Die Preise im Öffentlichen Verkehr halte ich für angemessen“ ermittelt.

Abbildung 20: Zusammenhang zwischen Fahrzeugausstattung⁵¹ und der Verkehrsmittelwahl beim Weg zu Großveranstaltungen



Quelle: eigene Erhebung (n = 282)

Aus den Ergebnissen der Zusammenhänge zwischen den subjektiven Einflußgrößen und der Verkehrsmittelwahl lassen sich folgende Schlußfolgerungen ziehen: Der Reisegeschwindigkeit kommt eine große Bedeutung zu und sollte eines der obersten Gebote bei der Angebotsplanung sein. Nach der Betrachtung des Zusammenhangs zwischen der Reisegeschwindigkeit und der Verkehrsmittelnutzung beim Berufsverkehr wurde deutlich, daß die Befragten, die der Ansicht sind, mit Öffentlichen Verkehrsmitteln nicht schnell ans Ziel zu gelangen (hier die Arbeitsstätte) seltener ÖV fahren. Vielleicht ist es möglich, mit direkteren Verbindungen oder Schnellbuslinien diesen Vorbehalt gegenüber dem ÖV zu begegnen. Wichtig in diesem Zusammenhang kann auch die Vermittlung von Informationen sein, da es sich bei der Wahrnehmung der Reisegeschwindigkeiten/-zeiten um Fehleinschätzungen handeln kann. Subjektiv wahrgenommen dauert eine Fahrt mit Bus und Bahn oft länger als mit dem Auto. Dieser Fall trifft jedoch nicht immer wirklich zu (vgl. BRÖG 1993, S. 177).

Die Ergebnisse zu den Kosten und der Fahrzeugausstattung sowie die Feststellung, daß auch beim Design ein Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl beim Weg zu Großveranstaltungen nachweisbar ist, vertiefen die bisherigen Ergebnisse. Der geforderte attraktive ÖV für Fahrten zu Großveranstaltungen scheint vor den angeführten Ergebnissen weiter begründbar, da eine speziell auf Jugendliche ausgerichtete Ausstattung und ein entsprechendes Design mit zu angenehmen Erlebnissen bei einer ÖV-Nutzung beitragen können.

⁵¹ Die Fahrzeugausstattung wurde mit Hilfe des Statements „Die Ausstattung der Fahrzeuge ist angenehm“ ermittelt.

5.6 Diskussion der Ergebnisse

Busse und Bahnen sind bei allen untersuchten Wegen die meist genutzten Verkehrsmittel. Die Wahl wird je nach Aktivität jedoch flexibel getroffen, so daß von einer „zwangsweisen“ Bindung Jugendlicher an den ÖV nicht gesprochen werden kann. Jugendliche sind somit eine wichtige Zielgruppe für Aktivitäten der Verkehrsunternehmen, der DB AG und der Verkehrsplanung. Es sind deutliche Unterschiede in der Nutzung der einzelnen Verkehrsarten bei den Wegezwecken festzustellen. Hauptsächlich die Freizeitwege werden in geringerem Umfang mit Öffentlichen Verkehrsmitteln bewältigt. Die aufgestellte Hypothese (vgl. Hypothese 4, S. 40), daß die Verkehrsmittelwahl aufgrund von noch nicht so stark erlernten Gewohnheiten geringer beeinflußt wird, kann bestätigt werden. Jugendliche sind offensichtlich (noch) nicht an ein bestimmtes Verkehrsmittel gebunden. So gut diese Erkenntnis für die nicht vorhandene Bindung an motorisierte Individualverkehrsmittel sein mag, so schlecht ist sie für die Öffentlichen Verkehrsmittel!

Jugendliche sind eine sehr mobile Gruppe (vgl. HAUTZINGER/TASSAUX 1989, S. 120f.). Nicht nur die Mobilitätsrate ist im Vergleich zur Gesamtbevölkerung der BRD höher (außer gegenüber der Altersgruppe der 25- bis 34jährigen), auch die Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel ist intensiver. Bei der Gesamtbevölkerung dominiert bei den Arbeits- und Ausbildungswegen uneingeschränkt der MIV, der ÖV wird dagegen nur von jedem Fünften (20,9%) genutzt. Ganz anders sieht es bei den befragten Jugendlichen aus. Auf dem Arbeits- bzw. Ausbildungswegen nutzt mehr als die Hälfte den ÖPNV, erst dann folgen die motorisierten Verkehrsmittel. Obwohl die Befragten auch bei einigen Freizeitwegen seltener mit Öffentlichen Verkehrsmitteln fahren, fallen die Unterschiede zwischen ÖV-Nutzern aus der Gesamtbevölkerung und den Jugendlichen im Freizeit-/Einkaufsverkehr deutlicher als bei den Arbeits-/Ausbildungswegen aus.

Tabelle 28: Verkehrsmittelnutzung im Vergleich⁵²

	Arbeit/Ausbildung		Freizeit/Einkauf	
	Gesamtbevölkerung der BRD	Jugendliche in Befragung	Gesamtbevölkerung der BRD	Jugendliche in Befragung
MIV	42,0%	25,9%	46,5%	29,9%
ÖV	20,9%	54,7%	6,9%	51,8%
Fahrrad	13,9%	6,5%	10,1%	3,5%
zu Fuß	19,4%	13,0%	35,6%	14,9%

Quelle: VERKEHR IN ZAHLEN 1996, S. 222 (an 100% Fehlende: Eisenbahnverkehr); eigene Erhebung

Der weit verbreitete Fahrradbesitz bei den befragten Jugendlichen hat nach den vorliegenden Ergebnissen keine große Bedeutung für die Verkehrsmittelwahl. Die abgefragten Wege werden am wenigsten mit Fahrrädern zurückgelegt. Da bei den Einstellungen zu den vier abgefragten Verkehrsarten der Ausbau der Radwege die größte Zustimmung erhält, können die Anteile des Radverkehrs durch eine gezielte Förderung sicherlich erhöht werden.

⁵² Bei dem Vergleich der Ergebnisse der Befragung mit der Gesamtbevölkerung der BRD ist zu beachten, daß die Unterschiede nicht nur durch das Alter und damit der Möglichkeit Auto bzw. Motorrad/Moped zu fahren erklärbar sind. Die Unterschiede können sich daneben sowohl aus raumtypischen als auch aus erhebungstechnischen Gründen ergeben.

Die Vergleiche mit den Ergebnissen der Gesamtbevölkerung machen deutlich, daß Jugendliche (tatsächlich) eine wichtige Zielgruppe des Öffentlichen Verkehrs sind. Aufgrund ihrer hohen Mobilität und ihrer Freizeitaktivitäten tragen sie vor allem in den Schwachlastzeiten zu einer besseren Auslastung des ÖV bei (vgl. INFAS 1994, S. 35f.). Allerdings bietet insbesondere der Freizeitverkehr große Potentiale, die es für den ÖV zu gewinnen gilt. Dies gilt besonders deshalb, da die Ergebnisse der empirischen Untersuchung deutlich machen, daß das ÖV-Angebot von den Jugendlichen zu den Zeiten, in denen sie ihre Freizeit zu gestalten haben, negativ beurteilt wird.

Mit Hilfe der getesteten subjektiven und objektiven Einflußgrößen konnten die in Kapitel 5.5 (Abschnitte Berufs-, Ausbildungs-, Einkaufs- und Freizeitverkehr) angeführten Ergebnisse bei unterschiedlichen Wegezwecken detailliert betrachtet werden. Diese Darstellung offenbart interessante aktivitätenspezifische Muster der Verkehrsmittelwahl und zeigte, daß bestimmte Gruppen von Jugendlichen den ÖV sehr viel weniger nutzen. Die relativ hohen ÖV-Anteile im Freizeitverkehr sind nicht bei allen Jugendlichen gleich stark ausgeprägt. Insbesondere das Alter, der Zeitkartenbesitz, die Anzahl der Autos im Haushalt und die Pkw-Verfügbarkeit sind nach den vorliegenden Ergebnissen wichtige objektive Einflußgrößen. Die übrigen getesteten objektiven Einflußgrößen ergeben entweder bei wenigen Wegen einen Zusammenhang oder es ist überhaupt kein Zusammenhang feststellbar (z. B. bei der Haushaltsgröße oder Mofa-Verfügbarkeit). Interessanterweise hat sich bei der Befragung gezeigt, daß wenige geschlechtsspezifische Unterschiede festzustellen sind. Es scheint der Fall vorzuherrschen, daß sich die Verhaltensweisen, Beurteilungen und Meinungen der weiblichen und männlichen Jugendlichen angleichen. Ob es sich hierbei um spezifische Gegebenheiten der Stichprobe oder um eine allgemeine Tendenz handelt, kann nicht abschließend geklärt werden. Aus der Verkehrsmittelwahl läßt sich ableiten:

- mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil der ÖV-Nutzer bei allen Wegen ab, die niedrigsten Anteile sind bei den Freizeitwegen der 19- bis 21jährigen Jugendlichen festzustellen,
- der Zeitkartenbesitz führt zu einer hohen Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel, wobei Freizeitwege in geringerem Maße mit dem ÖV zurückgelegt werden,⁵³
- die Pkw-Verfügbarkeit korrespondiert bei den über 18jährigen insbesondere bei den Freizeitwegen und beim Weg zur Arbeit mit der tatsächlichen Verkehrsmittelwahl - zu den Zeiten, in denen Jugendliche über einen Pkw verfügen können, nutzen sie ihn bzw. mit Eintritt ins Berufsleben wird ein Pkw eher zum häufig genutzten Verkehrsmittel und
- mit zunehmender Zahl der Autos im Haushalt steigt die Pkw-Verfügbarkeit und die Anteile mit motorisierten Verkehrsmitteln zurückgelegter Wege, Zusammenhänge mit der Verkehrsmittelwahl sind nur bei Freizeitwegen und beim Weg zum Einkaufen festzustellen.

Nach den vorliegenden Ergebnissen verhalten sich die Jugendlichen bei ihrer Verkehrsmittelwahl weitgehend umweltfreundlich. Es zeigt sich aber auch, daß Jugendliche sobald ihnen andere Möglichkeiten eröffnet werden bzw. bestehende Möglichkeiten, wie z. B. die kostenlose Nutzung Öffentlicher Verkehrsmittel durch die Schülermonatskarte, wegfallen, diese umweltfreundliche Verkehrsmittelnutzung ändern. Anzustreben ist, daß diese

⁵³ Hierbei ist zu beachten, daß davon ausgegangen wird, daß der Zeitkartenbesitz die unabhängige Variable ist.

umweltfreundliche Verkehrsmittelwahl im Erwachsenenalter beibehalten wird. Will man aus den Ergebnissen Konsequenzen für die Förderung des ÖV ziehen, so kann eine umweltfreundliche Verkehrsmittelwahl dann gelingen, wenn die Jugendlichen bei der Nutzung des ÖV vorwiegend positive Erfahrungen machen, die Lebensgestaltung von Jugendlichen und der Ablösungsprozeß von den Eltern bei der Angebotsplanung berücksichtigt werden, der ÖPNV sich „psychologisch“ an die Freizeitwelt Jugendlicher annähert und es preiswerte und attraktive Tarifangebote gibt. Die Unabhängigkeit, Freiheit, Schnelligkeit, Mobilität und Bewegungsfreiheit („extra-motives“) scheinen bei den befragten Jugendlichen wichtige subjektive Einflußgrößen zu sein. Hinzu kommen Pünktlichkeit, Bequemlichkeit/Fahrzeugausstattung, Kosten, Design, Image und die Reisegeschwindigkeit (verkehrsmittelbezogene Eigenschaften). ÖPNV-Angebote, die wegen ihres kurzen Taktes keinen Umgang mit Fahrzeiten erforderlich machen und so mit dem Auto psychologisch konkurrieren, indem sie vermitteln jederzeit losfahren zu können, und die schnelle Erreichbarkeit von den für den Einzelnen relevanten Ziele müssen Hauptbestandteile einer ÖV-Ausrichtung auf Mobilitätsbedürfnisse von Jugendlichen sein. Das Gefühl des „Easy-Going“ ist für die Wahl der Verkehrsmittel bedeutsam. Diese Sorglosigkeit betrifft den Zeitpunkt des Wegantritts, das schnelle, möglichst direkte Erreichen des Ziels und die Kontrolle über die Reisemodalitäten (Route, Stopps, Mitreisende, Musik, Rauchen, Temperatur, Geschwindigkeit u. ä.). Diese zumeist von motorisierten Individualverkehrsmitteln angesprochenen Eigenschaften müssen bei Öffentlichen Verkehrsmitteln verstärkt beachtet werden (vgl. HILGERS 1994, S. 7).

6 HANDLUNGSANSÄTZE UND EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PLANUNG

6.1 Grundlagen für die Formulierung von Handlungsansätzen und Empfehlungen

Mit Hilfe der Ergebnisse der Befragung und der vorgehenden Kapiteln ist es möglich Maßnahmen abzuleiten, die einen Beitrag zur Bindung Jugendlicher an der ÖPNV in Dortmund leisten können. Die Bezugsebene der nachfolgenden Handlungsansätze und Empfehlungen ist in erster Linie die Stadt Dortmund. Es muß dabei beachtet werden, daß die Befragungsergebnisse, trotz Quota-Verfahrens, nicht repräsentativ für Dortmund sind. Andere Städte oder Verkehrsunternehmen können sicherlich ebenfalls einige der empfohlenen Maßnahmen anwenden. Der Konkretisierungsgrad der formulierten Handlungsansätze und Empfehlungen, wie er im Rahmen dieser empirischen Arbeit möglich ist, erlaubt kein differenziertes Maßnahmen- und Realisierungskonzept. Ebenso kann die planerische und finanzielle Machbarkeit nicht detailliert untersucht werden. An der Maßnahmenumsetzung sollten insbesondere die öffentlichen Verkehrsbetriebe (DSW), die Verkehrs- und Umweltverbände, die Deutsche Bahn AG sowie die Stadtpolitik und -verwaltung beteiligt werden. Zum einen handelt es sich um allgemein formulierte Maßnahmen, die Bezug zu den „Planerischen Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl“ (s. S. 44) und den Ergebnissen der Befragung nehmen. Zum anderen um konkrete Mobilitätsdienstleistungen sowie Verbesserungsvorschläge, die auf die von den Jugendlichen genannten Mängel Bezug nehmen. Die Befragung bot den Jugendlichen die Gelegenheit in zwei offenen Fragen ihre Kritik an dem ÖV und Wünsche zu äußern, was speziell für Jugendliche verbessert werden sollte. Darüber hinaus haben sie Auskunft gegeben, welche der z. T. neu entwickelten Transport- und Beförderungsangebote sowie Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale) sie für sich persönlich als interessant erachten. Diese Angebote wurden aus der Literatur entnommen, sind aus der Diskussion mit Experten entstanden und beinhalten eigene Ideen.

6.2 Erwartungen der befragten Jugendlichen an die Angebotsplanung des Öffentlichen Verkehrs

Von den befragten Jugendlichen genannte Mängel und Verbesserungsvorschläge

Nur jeder sechste Befragte (16,1%) hat keine Mängel und ein Drittel (33,2%) keine Vorschläge zur Verbesserung des ÖV geäußert. Alle anderen Jugendlichen hatten auch am Ende des Interviews noch das Bedürfnis bzw. das Interesse, ihren Ärger und ihre eigenen Vorschläge loszuwerden. Es hat sich gezeigt, daß ein Teil der Jugendlichen den ÖV kritisch betrachtet, d. h. aber auch, daß sie sich mit „ihrem“ ÖV auseinandersetzen. Auffallend an Abbildung 21 ist, daß sich die genannten Mängel fast ausschließlich auf die „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“ und auf das „Verkehrssystem“ beziehen. Die weiteren herausgearbeiteten Einflußgrößen haben keine bzw. eine untergeordnete Bedeutung. Bei der folgenden Betrachtung stehen die genannten Einflußgrößen im Vordergrund. Unpünktlichkeit des ÖV und die Sauberkeit der Fahrzeuge stehen fast gleichermaßen an erster Stelle der genannten Mängel (= Mängel

bzgl. der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften I). Mehr als die Hälfte der Jugendlichen (51,3%) gibt fehlende Sauberkeit (26,0%) oder Unpünktlichkeit (25,3%) als Mangel an.

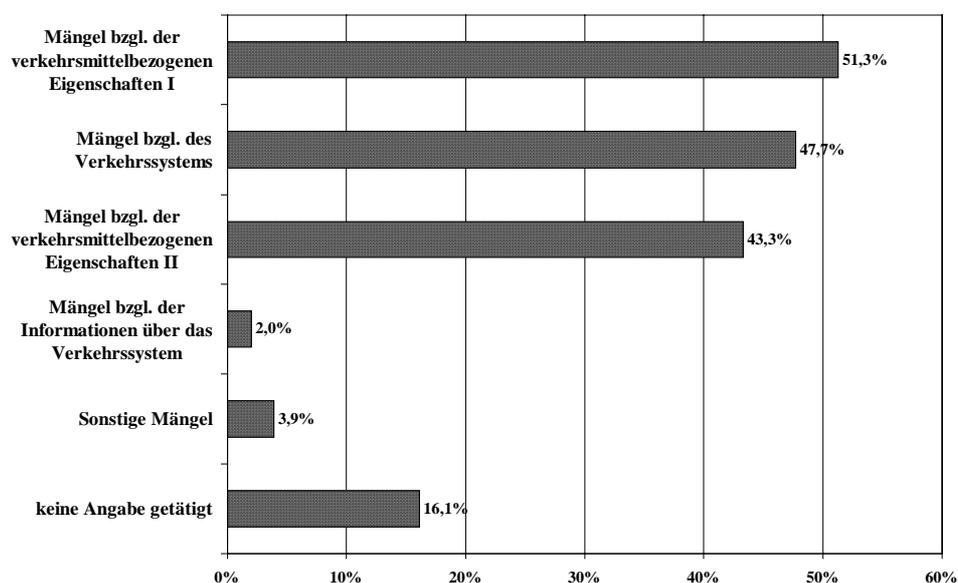


Abbildung 21: Mängel des ÖV aus Sicht der befragten Jugendlichen

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Die Mängel, die zur zweiten Klasse der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften zusammengefaßt wurden, umfassen folgende Punkte:

Tabelle 29: Mängel der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften II

Verhalten des Personals	12,5%
Platzbedarf	12,5%
Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit	6,6%
individuelle Atmosphäre	4,0%
Design	3,3%
Fahrzeugausstattung	1,6%
Zuverlässigkeit	1,6%
Möglicher Gepäck-/Radtransport	1,0%
Flexibilität	0,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)⁵⁴

Hieraus ist zu erkennen, daß die bisher vernachlässigten Determinanten „Verhalten des Personals“ und „Platzbedarf“ bei einem Viertel der Befragten negativ mit Öffentlichen Verkehrsmitteln in Verbindung gebracht werden. Die bereits mittels Statements abgefragten verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften (z. B. Pünktlichkeit und Design) werden als Mängel genannt, jedoch nicht in dem Umfang wie die genannten Eigenschaften Sauberkeit, Verhalten des Personals und Platzbedarf. Pünktlichkeit wurde sowohl als geschlossene Frage vom größeren Teil der Befragten (43,3%; s. S. 92) als unzureichend beurteilt, als auch in dieser offenen Frage als

⁵⁴ Bei den folgenden zwei Tabellen sind nur die jeweils wichtigsten Ergebnisse dargestellt. Im Anhang II (Tabelle 2 und 3) sind die weiteren Nennungen zu finden.

Mangel herausgestellt. Die Pünktlichkeit der Fahrzeuge der DSW scheint für die Befragungsteilnehmer nicht gegeben zu sein.

Mängel des „Verkehrssystems“ betreffen die Umsteigenotwendigkeit, -häufigkeit und -wartezeit (12,1%), das Tarifniveau/die Kosten (9,8%) und das unzureichende Verkehrsangebot (15,1%) (die weiteren Nennungen sind im Anhang II zu finden). Von den Befragten werden, entsprechend den genannten Mängeln, Verbesserungsvorschläge vornehmlich zum „Verkehrssystem“ und den „verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“ genannt.

Tabelle 30: Auswahl der Verbesserungsvorschläge der befragten Jugendlichen

Verkehrssystem		verkehrsmittelbezogene Eigenschaften	
Verkehrsangebot (abends/nachts) verbessern	19,4%	Fahrzeugausstattung verbessern	11,8%
Tarifniveau/Kosten senken	18,8%	individuelle Atmosphäre schaffen	8,5%
Verkehrsangebot (am Wochenende/allgemein) verbessern	13,5%	Verhalten des Personals sollte freundlicher sein	4,9%
Beförderungszeit verkürzen	2,0%	Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit erhöhen	4,9%
Sicherheit erhöhen	2,0%	Design verschönern	3,0%
Lage und Ausstattung der Haltestellen verbessern	1,3%	Pünktlichkeit erhöhen	2,3%
Umsteigenotwendigkeit verringern	1,3%	Fahrzeuge des ÖV sollten dem Platzbedarf entsprechen	2,0%
Infrastruktur verbessern	0,7%	Sauberkeit erhöhen	0,7%
		Zuverlässigkeit erhöhen	0,7%
		Flexibilität erhöhen	0,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Wie bei der Betrachtung des Verkehrsangebotes (s. S. 82ff.) festgestellt, sind insbesondere die Fahrzeiten abends/ nachts und am Wochenende nach Meinung der Befragten unzureichend. Die Verbesserungsvorschläge greifen dies auf, indem das Verkehrsangebot speziell zu diesen Zeiten als verbesserungswürdig angesehen wird (s. Tabelle 30). Nach Ansicht von knapp jedem fünften Jugendlichen (18,8%) ist das Tarifniveau/die Kosten für Jugendliche zu verbessern. Es wird gefordert die Altersgrenze von ermäßigten Fahrscheinen zu erhöhen, die Fahrpreise für Jugendliche insgesamt niedriger zu gestalten, preiswerte Gruppen- und Wochenendtickets anzubieten und insbesondere nachts billigere Angebote zu schaffen. Bei den Verbesserungsvorschlägen zu den verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften werden die Fahrzeugausstattung (z. B. Musik, Unterhaltung, Fernseher) und die individuelle Atmosphäre (z. B. Extraabteile für Jugendliche, ältere Leute und Kinder sowie Raucherabteile) am häufigsten genannt. Aber auch das Verhalten des Personals, welches insgesamt freundlicher sein sollte, und der Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit werden zusammen von jedem zehnten Jugendlichen (9,8%) genannt.

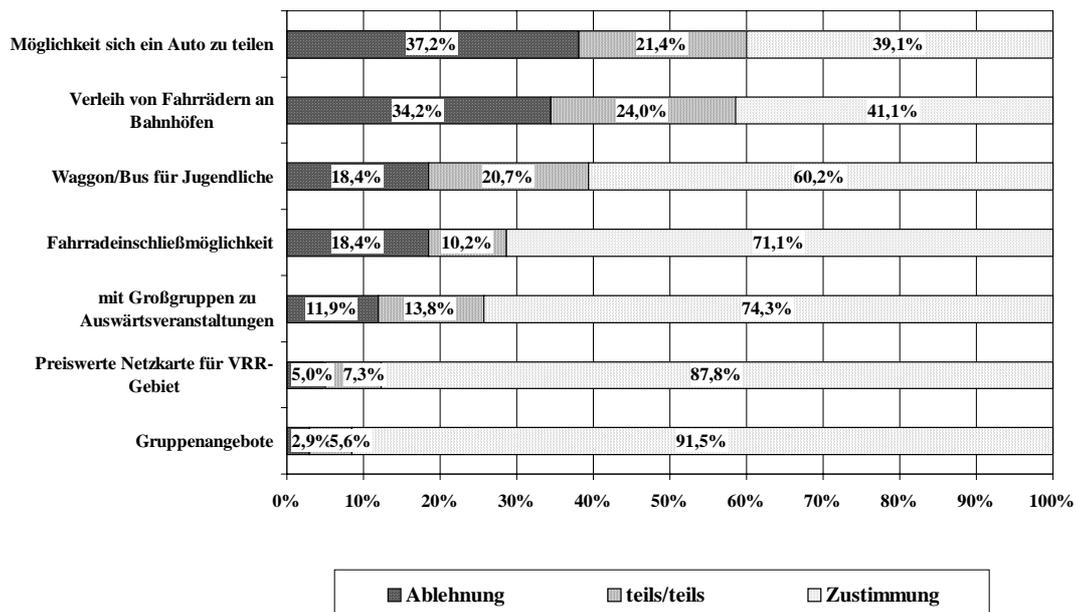
Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß einerseits die genannten Mängel und Vorschläge weitgehend den bisherigen Ergebnissen entsprechen, andererseits weitere Ansatzpunkte aufgedeckt werden konnten. Die Ergebnisse liefern Hinweise darauf, wie neue, auf Jugendliche ausgerichtete Angebote gestaltet werden sollten. Legt man diese Ergebnisse zugrunde, sollten Maßnahmen, die Jugendliche ansprechen, am Verkehrsangebot, am Tarifniveau/Kosten, an der

Pünktlichkeit, an der Sauberkeit, am Verhalten des Personals, an der Fahrzeugausstattung/Bequemlichkeit bzw. Platzbedarf und an einer individuellen Atmosphäre ansetzen. Neben diesen Ansatzpunkten müssen die Ergebnisse zu den objektiven und subjektiven Einflußgrößen sowie die planerischen Strategien zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl beachtet werden.

Beförderungs- und Transportangebote

Die Rangreihe der Transport- und Beförderungsangebote zeigt, daß diejenigen Angebote als besonders interessant eingestuft werden, die das Gruppenerlebnis bei Fahrten in Bus und Bahnen sowie eine preiswerte Nutzung des ÖV beinhalten.

Abbildung 22: Interesse der Befragten an Transport- und Beförderungsangeboten



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Gruppenangebote, die es ermöglichen mit Freunden Bus und Bahn billiger zu nutzen, werden von mehr als neun von zehn Jugendlichen (91,5%) als interessant eingestuft. Da Jugendliche zu Freizeitzielen hauptsächlich mit Freunden und Bekannten unterwegs sind, wäre es sinnvoll, ein derartiges Angebot werktags ab der Mittagszeit und an den Wochenende ganztägig einzurichten. Hiermit wäre die Möglichkeit vorhanden, dem Trend der geringeren ÖV-Nutzung zu Freizeitzielen entgegen zu wirken und der Nutzung ÖV zu Großveranstaltungen und der Zustimmung Jugendlicher, daß man bei Fahrten in Bus und Bahn zusammen mit Freunden sitzen möchte, reden und Spaß haben will, zu unterstützen. Eine Integration der Mitnahmemöglichkeit der Eltern wäre, aufgrund der geringen ÖV-Nutzung zu Ausflugszielen am Wochenende, eine sinnvolle Ergänzung.

Nach den Ergebnissen zur Nutzung des YoungTickets (s. S. 81) erscheint es nicht verwunderlich, daß die Nutzung von Bussen/Bahnen im gesamten VRR-Gebiet für ein Jahr, im großen Umfang auf Interesse stößt (87,8%). Ähnlich wie das seit einigen Jahren im VRR-Gebiet vorhandene Semesterticket, sollte die Ausgestaltung dieses Angebotes aussehen. Ein derartiges Angebot kann das bereits als sehr wichtig dargestellte Gefühl des „Easy-Going“

unterstützen. Ohne über das Tarifsysteem, Preisstufen u. ä. nachdenken zu müssen, könnten die Jugendlichen den ÖV nutzen. Ein als Netzkarte für das VRR-Gebiet konzipiertes Angebot kann darüber hinaus, dem mit wachsendem Alter größer werdenden Aktionsraum der Jugendlichen gerecht werden. Daß ein preiswertes Tarifangebot für Jugendliche großen Erfolg haben kann, zeigt das bereits erwähnte JuniorTicket des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (s. S. 60f.). Das als Netzkarte konzipierte Ticket gilt werktags ab 14.00 Uhr, an Wochenenden ganztägig und der Preis von 19 DM im Monat (bzw. 15,80 DM im Jahresabonnement) entspricht eher der speziellen Einkommenssituation der Jugendlichen als das im VRR-Gebiet erhältliche YoungTicket. Durch die Einführung des JuniorTickets haben sich die Anteile der Freizeitfahrten der Jugendlichen im VRS-Gebiet erheblich erhöht (vgl. SCHMIDT-FREITAG 1996, S. 20).

Ein neu zu entwickelndes Angebot stößt bei nahezu drei Viertel (74,3%) der Befragten auf Interesse. Die Möglichkeit, an Wochenenden ein Angebot zu nutzen, um mit Großgruppen zu Auswärtsveranstaltungen zu kommen, ist speziell für Sportvereine, Jugendgruppen u. ä. sowie für große Gruppen von Jugendlichen gedacht. Der Gedanke bei diesem Angebot liegt darin, daß Woche für Woche beispielsweise Sportvereine mit einer Vielzahl von Autos der Betreuer und Eltern zu den Fußballplätzen, Sporthallen u. ä. fahren. Der Einsatz von Kleinbussen oder an Wochenenden nicht genutzten Bussen (der DSW), könnte ein weiterer Baustein eines attraktiven und allgegenwärtigen ÖV für Jugendliche sein. Eine weitere Ausrichtung eines derartigen Angebotes wäre die Einrichtung von Freizeitbussen, die gezielt Freizeiteinrichtungen, -treffpunkte und -plätze von Jugendlichen oder Großevents wie Konzerte ansteuern. Voraussetzung ist die Analyse von bedeutsamen Freizeitstandorten, eine flexible und kontinuierliche Weiterentwicklung sowie die Art der Fahrzeuge und Gestaltung der Fahrt so auszurichten, daß der Freizeitspaß bereits während der Fahrt beginnt.

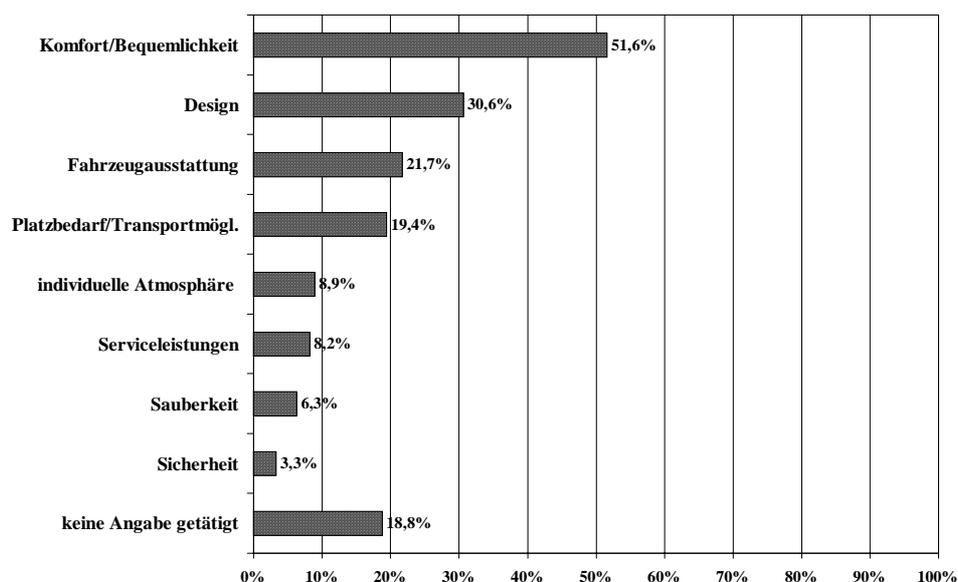
Die Möglichkeit, einen speziell für junge Leute entwickelten Waggon/Bus zu nutzen, nimmt eine besondere Stellung ein. Zum ersten wird ein derartiges Angebot gegenwärtig von der DB AG konzipiert und soll im Laufe des Jahres 1998 umgesetzt werden. Zum zweiten spricht insbesondere die Bequemlichkeit bei den verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften nach Aussage der Jugendlichen für ein eigenes Auto (s. S. 97) und der soziale Kontakt nimmt bei Fahrten im ÖV eine hohe Bedeutung ein (s. S. 91). Zum dritten wurde bereits konstatiert, daß jugendlichen Verhaltensweisen und der Kontrolle über die Reisemodalitäten (z. B. Musik, Rauchen, Temperatur u. ä.) durch die Jugendlichen beim ÖV bisher nicht entsprochen wird. Neben dem Interesse der Jugendlichen, wurden Gestaltungsvorschläge für Fahrzeuge des ÖV abgefragt. Für sechs von zehn Jugendlichen (60,2%) ist ein für sie konzipierter Bus/Waggon von Interesse. Es fällt der relativ hohe Anteil an „teils/ teils“-Antworten auf (vgl. Abbildung 22). Wie eine altersspezifische Betrachtung dokumentiert, sind es insbesondere die 19- bis 21jährigen, die unentschlossener Meinung bzw. skeptisch sind sowie diejenigen, die die größte ablehnende Haltung einnehmen (= statistisch hochsignifikant). Bei der Umsetzung eines solchen Konzeptes sollte darauf geachtet werden, daß sich auch die älteren Jugendlichen mit dem Jugendwaggon/-bus identifizieren können. Es muß vermieden werden, daß sich die älteren Jugendlichen zu alt für solch „Spielereien“ fühlen und durch die Nutzung des MIV von den „Kids“ abgrenzen können, die diese Fahrzeuge nutzen. Es sollten alle jugendlichen Altersgruppen berücksichtigt werden.

Tabelle 31: Interesse an einem für Jugendliche entwickelten Bus/Waggon nach Alter

	kein Interesse	teils/teils	Interesse
13 bis 15 Jahre	7,0%	17,8%	75,3%
16 bis 18 Jahre	12,5%	17,3%	70,2%
19 bis 21 Jahre	37,1%	27,8%	35,0%

Quelle: eigene Erhebung (n = 302)

Obwohl verschiedentlich die Äußerung zu hören ist (vgl. KALWITZKI 1991, S. 9), wieso die Bindung Jugendlicher an den ÖV zu fördern sei, weil doch gerade sie diejenigen sind, die die Fahrzeuge beschmieren, verschandeln und zerstören, werden von den Jugendlichen eine Vielzahl an Verbesserungsvorschlägen gemacht, die nicht selten genau die Mißstände beheben sollen, die ihnen angekreidet werden. Mehr als vier von fünf Jugendlichen (81,2%) haben Angaben hierzu getätigt. Darüber hinaus spricht gegen diese These das Ergebnis, daß mehr als ein Viertel der Befragten (26,0%) die fehlende Sauberkeit als Mangel nennt. Die Vorschläge sind weit gefächert, wobei der Fahrzeugkomfort und bzw. die Bequemlichkeit von mehr als der Hälfte der Befragungsteilnehmer (51,6%) als der zentrale Baustein angesehen wird.

Abbildung 23: Verbesserungsvorschläge für die Gestaltung eines Fahrzeugs des ÖV

Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Wie die im Anhang (s. Anhang II, Tabelle 4) ausgewiesene detaillierte Tabelle der genannten Antworten verdeutlicht, wird insbesondere der Bequemlichkeit der Sitze und dem Komfort bzw. der Gemütlichkeit (wie z. B. Armlehnen, Kopflehnen, Polster) eine große Bedeutung eingeräumt. Hier weichen die Ergebnisse bei den Jugendlichen nicht von denen bei Erwachsenen ab (vgl. S. 61). Das Design nimmt bei den Jugendlichen eine größere Rolle ein, als es dem gegenwärtigen Stellenwert entspricht. Nahezu ein Drittel (30,6%) wünscht sich eine andere „Verpackung“ des ÖV. Diese hohen Angaben aus dem Erfahrungsschatz der Jugendlichen (da es sich um eine offene Frage handelte) entsprechen den Ergebnissen, daß nur wenigen Jugendlichen die gegenwärtige Außengestaltung der Fahrzeuge gefällt (s. S. 93). Neben Graffiti auf den Fahrzeugen wird insbesondere ein auffälliges und farbenfrohes Design gewünscht. Die bereits mehrfach geforderte Lifestyle-Werbung könnte ein Beitrag zu einer positiven Wahrnehmung des Designs und einer Verbesserung des Images sein. Um die

Gestaltung der Fahrzeuge zu verbessern und somit mit dem Auto konkurrieren zu können, müßte auch der Fahrzeugausstattung und dem Platzbedarf bzw. der Transportmöglichkeit von Rädern, Kinderwagen, Rollstühlen nach Meinung der Befragten entsprochen werden. Für viele Jugendliche ist eine individuellere Fahrzeugausstattung, wie sie bisher zumeist beim Auto zu finden ist, ein Beitrag, um die Fahrzeuge des ÖV nicht nur als reines (Massen-)Transportmittel wahrnehmen zu können. Musik/Radio, aber auch Fernseher in Fahrzeugen des ÖV werden häufig als Verbesserungsvorschläge genannt. In Münster wird solchen Vorschlägen bei einem Schnellbus entsprochen. „Neben der bequemen Reisebusbestuhlung, Sitzplatzbeleuchtung und Gepäckablage gibt es an jedem Sitzplatz Kopfhöreranschlüsse für wahlweise zwei Radio- und zwei Cassettenmusikprogramme.“ (SCHULTE 1993, o. S.) Ein für Jugendliche konzipierter Bus/ Waggon sollte von der üblichen Sitzordnung, Sitz hinter Sitz bis zur letzten Reihe, abweichen. Kommunikationsfördernde Sitzecken, die die Fahrgäste durch offenes Gegenübersitzen zum Reden einladen und bequemere Sitze sind eine Grundausstattung für eine derartige Entwicklung. Gruppen können in der abweichenden Sitzordnung leichter zusammen Platz finden, was dem Ergebnis, daß Jugendliche insbesondere zu Freizeitwecken Fahrten gemeinsam unternehmen und die Kommunikation für sie bedeutend ist, entgegenkommt. Wie gezeigt werden konnte, besteht bei der Verkehrsmittelnutzung zu Großveranstaltungen ein Zusammenhang mit der Zustimmung bzw. Ablehnung, ob die Fahrzeugausstattung angenehm empfunden wird und ob das Design den Befragten gefällt oder nicht gefällt. Fahrzeuge, die speziell für Jugendliche konzipiert werden, sollten bei Fahrten zu Konzerten, Sportveranstaltungen u. ä. eingesetzt werden, da hier auch sonst seltenere ÖV-Nutzer mit Öffentlichen Verkehrsmittel fahren. Entsprechend der eher negativen „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“ (s. Seite 92ff.) könnte die Umsetzung, zumindest teilweise, zu einer Verbesserung dieser Wahrnehmung und positiveren Erfahrungen der Jugendlichen führen.

Neben dem Ausbau der Fahrradwege (s. S. 88 ???) stoßen weitere Maßnahmen, mit denen die Möglichkeiten das Fahrrad stärker nutzen zu können, erhöht werden, bei den Befragten auf Interesse. Sieben von Zehn (71,1%) finden eine Fahrradeinschließmöglichkeit am Bahnhof interessant und trotz der weitreichenden Verbreitung des Fahrrades geben gut zwei von fünf Jugendlichen (41,1%) an, daß der Verleih von Verkehrsmitteln (z. B. Fahrräder) an den Bahnhöfen für sie interessant sei. Mit Sicherheit zu wissen, daß das Fahrrad nach einer Benutzung des ÖV, einem Einkauf o. ä. noch vorhanden ist, ist offenbar von Bedeutung. Fahrradeinschließmöglichkeiten beugen Fahrraddiebstählen vor, ermöglichen die bei Jugendlichen verbreitete Nutzung hochwertiger Fahrräder. Darüber hinaus unterstützen sie eine stärkere Kombination von ÖV und Fahrrad, wodurch dem mit zunehmendem Alter größer werdenden Aktionsraum der Jugendlichen entsprochen werden kann. Insbesondere nachts ermöglichen Fahrradeinschließmöglichkeiten eine gute Kombination dieser Verkehrsmittel, weil der Weg von der Wohnung zur Haltestelle bzw. umgekehrt mit dem Rad schneller zurückgelegt werden kann und sicherer als das Zufußgehen ist.

Von den getesteten Transport- und Beförderungsangeboten wird die Möglichkeit, sich mit anderen ein Auto zu teilen, um so kein eigenes Fahrzeug besitzen zu müssen, von den wenigsten als interessant eingeschätzt (vgl. Abb. 22). Für knapp zwei von fünf Jugendlichen

(39,1%) ist Car-Sharing jedoch von Interesse. Weitere 21,4% antworten „teils/teils“, so daß bei entsprechender Angebotsgestaltung und Heranführung der Jugendlichen an ein derartiges Angebot von einem ausreichenden Potential auszugehen ist. Wie bereits genannt (siehe S. 50 und 56 ???), sollte Car-Sharing kein Einstieg in die „motorisierte Gesellschaft“ sein, sondern eine Ergänzung zum ÖV darstellen. Ein vollständiger Autoverzicht für Jugendliche wird ohnehin nicht angestrebt, so daß Car-Sharing ein Beitrag zum umweltfreundlichen Transport leisten kann. Durch die hohe Anzahl von „teils/teils“-Antworten und der während der Befragung gemachten Erfahrungen wird deutlich, daß vielen Jugendlichen (noch) nicht klar ist, wie Car-Sharing von statten geht, und wo sie wie und welche Vorteile davon haben. Öffentlichkeitsarbeit scheint vor der Implementierung eines entsprechenden Angebotes von großer Bedeutung zu sein. Ein öffentlichkeitswirksame Kommunikationskampagne, wie sie von REUTTER/REUTTER (1996, S. 207f.)⁵⁵ für Jugendliche vorgeschlagen wird, sollte durch eine Kampagne für Car-Sharing erweitert werden. „Du bist 18, autofrei, kannst aber immer eins nutzen“/„Du bist 18, umweltbewußt und hast trotzdem ein Auto“:

Jugendliche sollten an Car-Sharing herangeführt werden, ohne daß sie sich in ihrer Entwicklung bzw. Ablösung von den Eltern und Mobilität eingeschränkt sehen. Ihre bis zum 18. Lebensjahr mit ÖV und zu Fuß bzw. Fahrrad abgewickelte Mobilität wird durch einen weiteren, umweltbewußten Baustein ergänzt. Eine weitere Voraussetzung zur Implementierung eines Car-Sharing-Angebotes ist die Beseitigung der festgestellten Mängel im ÖV-Angebot an den Wochenenden und abends/nachts, so daß die Nutzung des Car-Sharing tatsächlich nur in Ausnahmefällen notwendig wäre.

Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale)

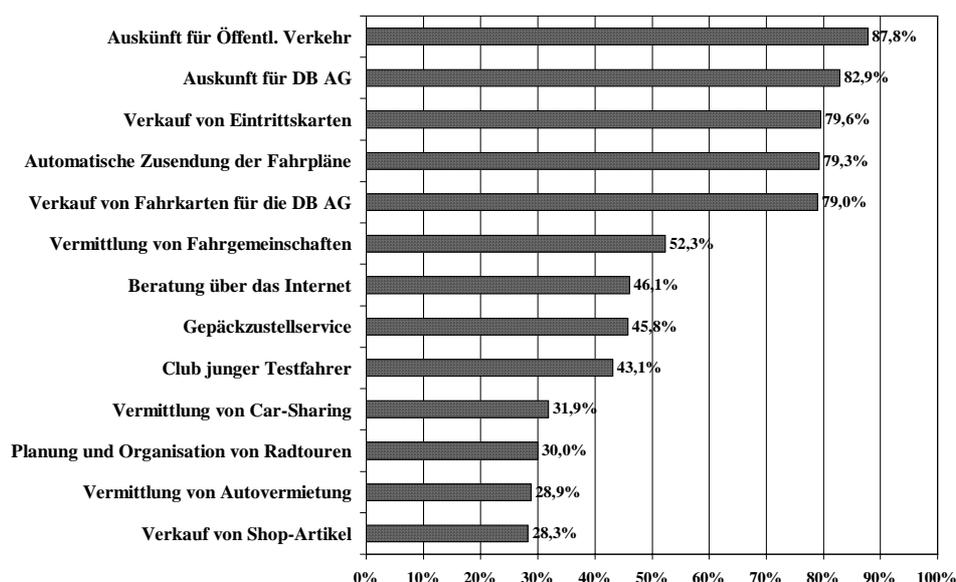
Mit Hilfe von Serviceleistungen im ÖPNV kann das Verkehrsangebot aufgewertet und Angebote über die „normale“ Dienstleistung Transport geschaffen werden. Zur Bindung Jugendlicher an den Öffentlichen Verkehr können derartige Serviceleistungen in dem Sinne beitragen, daß sich Jugendliche stärker als bisher als Nutzer des ÖV wahrgenommen fühlen, sofern ihre Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen berücksichtigt werden und die Informations- und Beratungsqualität erhöht werden kann. Die getesteten Serviceleistungen können mit Einführung einer Mobilitätszentrale in Dortmund, aber auch in den Kundencentern der DSW angeboten werden.

Ausgehend von den Ergebnissen zur Einschätzung der gegenwärtigen Informations- und Beratungsqualität (siehe S. 87 ???) ist es nicht verwunderlich, daß vier der fünf für die befragten Jugendlichen interessantesten Serviceleistungen Informations- und Beratungsangebote sind (vgl. Abb. 24). Die Fahrplanauskunft für den Öffentlichen Verkehr, die Fahrplanauskunft und der Fahrkartenverkauf für die DB AG durch die DSW bzw. einer Mobilitätszentrale und die automatische Zusendung der Fahrpläne werden vom überwiegenden Teil der Befragten als für sie interessant beurteilt (zwischen 79,0% und 87,8%). Der bereits

⁵⁵ „Nichteinstiegskampagnen („Keine Macht den Autos!“): Speziell für Jugendliche sollten ‘Nichteinstiegskampagnen’ durchgeführt werden. Damit sollte der bewußte Nichteinstieg in den Autobesitz von jungen Erwachsenen im fähigkeitsfähigen Alter von 18 Jahren gegenüber seinem heutigen Status aufgewertet werden. Die, die nicht dem ‘selbstverständlichen’ Entwicklungsprozeß ‘Volljährigkeit - Führerschein - Autobesitz’ folgen, sollten dadurch öffentlich anerkannt werden und sich nicht sozial isoliert oder stigmatisiert fühlen.“ (REUTTER/REUTTER 1996, S. 207f.)

eingeschlagene Weg der DSW durch Neuerungen die Informationsangebote zu verbessern (z. B. InfoLinie und Servicetelefon; s. S. 62f. ???) geht damit in die richtige Richtung. Diese Entwicklung sollte vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse weiter verstärkt werden. Informationsangebote sollten den Jugendlichen prinzipiell bekannt sein und „die Informationsträger sollten ihnen in einer konkreten Planungssituation mit Informationsbedarf in ihrem Lebensalltag technisch und finanziell problemlos zugänglich sein.“ (REUTTER/REUTTER 1996, S. 208) Die automatische und kostenlose Zusendung des Stadtfahrplans sollte ebenso selbstverständlich sein wie Auskünfte die über den eigentlichen Zuständigkeitsbereich der DSW hinausgehen. Eine Verknüpfung der Zuständigkeiten der DSW und DB AG ist für einen reibungslosen Ablauf von Regional- und Fernverkehrsfahrten eine wichtige Grundlage. Hierzu zählt der Verkauf von Fahrkarten für die DB AG nicht nur am Hauptbahnhof, sondern in den Kundencentern der DSW bzw. einer möglichen Mobilitätszentrale. Von der Stadtbahn/Straßenbahn bzw. dem Bus direkt in den IC oder sonstigen Zügen der DB AG einsteigen zu können, wäre eine deutliche Verbesserung gegenüber der gegenwärtigen Situation.

Abbildung 24: Interesse der Befragten an Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale)



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Zur Verbesserung der Informationsangebote sollten weitere als die genannten und getesteten Serviceleistungen eingerichtet werden. Das seit Mitte 1997 an Neubürger bei Anmeldung am Einwohnermeldeamt überreichte Infopaket mit Informationsmaterialien (Broschüren über den Nahverkehr sowie den aktuellen Stadtfahrplan) ist eine lobenswerte Entwicklung, sollte jedoch insbesondere für Studierende erweitert werden. Jedem neu eingeschriebenen Studierenden sollte dieses Infopaket an die Hand gegeben werden. Die InfoLinie könnte zu Semesterbeginn an der Universität bzw. Fachhochschule Dortmund stehen, so daß ein persönlicher Kontakt zu den Studierenden aufgenommen wird und ihnen bei den neu zu organisierenden Alltagsabläufen Hilfestellungen gegeben werden. Nicht jeder Studierende meldet sich beim Einwohnermeldeamt an, wohnt trotzdem in Dortmund oder pendelt täglich aus den umliegenden Städten ein. Diese Jugendlichen zählen bisher nicht zu denjenigen, die ein Infopaket erhalten und wählen daher oftmals den vermeintlich einfacheren Weg, in dem sie auf

dem Weg zur Universität bzw. Fachhochschule das Auto nutzen. Die Nutzung neuer Medien und Technologien zur Verbesserung der Informationsangebote sind für fast die Hälfte der Befragten (46,1%) von Interesse. Beratung über das Internet wird signifikant eher von 13- bis 15jährigen als interessant eingeschätzt als von älteren Jugendlichen.

Tabelle 32: Beratung über das Internet nach Alter

	kein Interesse	teils/teils	Interesse
13 bis 15 Jahre	31,4%	10,1%	58,6%
16 bis 18 Jahre	30,3%	23,0%	47,0%
19 bis 21 Jahre	45,2%	17,2%	37,6%

Quelle: eigene Erhebung (n = 292)

Neben dem Internet könnten die sogenannten Pager (z. B. Scall, Skyper, Quix und TeLMI), die insbesondere bei Jugendlichen großen Anklang finden, für Informationsangebote genutzt werden. Bei den vier genannten Anbietern gibt es mehr als 2,5 Millionen Nutzer (Stand 12/1997). Diese Pager können bereits heute weit mehr als nur Nachrichten empfangen. Info-Dienste vermitteln das Neueste von Sport, das Kinoprogramm, die Topten der Musikszene oder News aus Politik und Kultur (vgl. ADAC 1997, S. 12f.). Die Erweiterung der bereits heute mehr als 60 möglichen Info-Dienste um einen Info-Dienst des Öffentlichen Verkehrs sollte möglichst schnell umgesetzt werden, will man die Technikbegeisterung unter den Jugendlichen für den ÖV nutzen. Ein derartiger Info-Dienst könnte eine kostenlose, immer verfügbare Fahrplanauskunft, Informationen zu Tarifen, Neuigkeiten rund um den Nahverkehr sowie interessante Ausflugsziele, die mit Bus und Bahn zu erreichen sind, anbieten. Der Umfang dieses Info-Dienstes muß auf die Bedürfnisse, Zielorte und entsprechend der Einkommenssituation der Jugendlichen zugeschnitten werden. Ein speziell von der DB AG oder DSW gestaltendes und finanziell unterstütztes Pager-Design kann neben einem Info-Dienst zur Imageverbesserung beitragen.

Wie aus Abbildung 24 ersichtlich, interessiert die Vermittlung von Fahrgemeinschaften (52,3%) und ein Gepäckzustellservice des Handels 45,8% der Befragten. Die Vermittlung von Fahrgemeinschaften auf langen Strecken wird gegenwärtig durch die Mitfahrzentralen abgewickelt. Studierende, die am Wochenende an ihre Heimatorte gelangen wollen oder unter der Woche nach Dortmund pendeln, sollten als Zielgruppe anvisiert und durch einen derartigen Vermittlungsservice angesprochen werden. Ebenso Jugendliche, die zu Großveranstaltungen (Konzerte, Fußballspiele u. ä.) gelangen wollen. Eine Einbeziehung städtischer Wege ist dann sinnvoll, wenn Arbeitswege bei den Jugendlichen an Bedeutung gewinnen oder Jugendliche aus den Außenbezirken von Dortmund abends/nachts in die Disco, Kneipe o. ä. wollen und sie mit dem NachtExpress nicht nach Hause kommen können. Berufsschüler und „Szenegänger“ sollten demnach verstärkt angesprochen werden.

Die Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale) Planung und Organisation von Fahrradtouren, Vermittlung von Autovermietung und Verkauf von Shop-Artikeln werden von den getesteten Angeboten am uninteressantesten eingestuft. Trotzdem bieten die 28,3% bis 30,0% (vgl. Abb. 24) Interessensbekundungen ein nicht zu vernachlässigendes Potential.

Die Vermittlung von Car-Sharing wird von weniger Jugendlichen interessant eingeschätzt, als die bereits vorgestellte Möglichkeit sich mit anderen ein Auto zu teilen, obwohl beiden Angeboten dieselbe Intention zugrunde liegt. Der einzige Unterschied liegt darin, daß bei der Serviceleistung Car-Sharing, ein Interessent an eine Car-Sharing-Organisation vermittelt wird und nicht das Angebot selbst (von der DSW) angeboten wird. Erklärungen für die unter-

schiedlichen Beurteilungen können darin liegen, daß zuerst nach dem Interesse einer Vermittlung von Car-Sharing gefragt wurde und erst später im Laufe der Befragung nach der Möglichkeit sich ein Auto zu teilen. Vielleicht konnte ein Teil der Befragten mit Car-Sharing nichts verbinden und erst durch die Umschreibung des Angebotes ist ihnen deutlich geworden, um was es sich handelt. Die geforderte öffentlichkeitswirksame Kampagne bekommt vor dem Hintergrund der positiveren Einschätzung der Umschreibung von Car-Sharing weitere Bedeutung.

Um Jugendliche an den ÖV zu binden, gleichzeitig aber ihre Ideen, Vorschläge, Bedürfnisse, Motive, Einstellungen, Kritik und Wünsche berücksichtigen zu können, wird vorgeschlagen, einen „Club junger Testfahrer“ anzubieten. Dieser Club sollte kostenfrei sein. Mehr als zwei von fünf Jugendlichen (43,1%) haben Interesse an einen Club gezeigt und weitere 28,6% sind unentschiedener Meinung. Dies kann dahingehend interpretiert werden, daß es wahrscheinlich auf die Ausgestaltung der Angebote ankommt und sie von Fall zu Fall entscheiden würden. Interessanterweise sind es die 16- bis 18jährigen, die angeben, daß ein „Club junger Testfahrer“ sie interessiert und die 13- bis 15jährigen diejenigen sind, die am ehesten unentschlossener Meinung (= statistisch hochsignifikant) sind.

Tabelle 33: Interesse an der Mitgliedschaft in einem „Club junger Testfahrer“ nach Alter

	kein Interesse	teils/teils	Interesse
13 bis 15 Jahre	15,0%	41,0%	44,0%
16 bis 18 Jahre	23,0%	26,0%	51,0%
19 bis 21 Jahre	44,2%	20,0%	35,8%

Quelle: eigene Erhebung (n = 299)

Ein zentraler Bestandteil eines „Clubs junger Testfahrer“ sollte die Entwicklung und der Test von neuen Verkehrsangeboten sein. Beispielsweise könnten die zuvor vorgestellten Transport- und Beförderungsangebote von den Mitgliedern eines solchen Clubs getestet werden und dann aufgrund ihrer Erfahrungen und Empfehlungen weiterentwickelt werden. Angebote eines „Clubs junger Testfahrer“, die über diese Entwicklung und Tests hinausgehen sind umfangreich. Hierzu zählen beispielsweise Sportangebote, Jugendreisen, Leistungsangebote für Fahrradfahrer, Skateboardfahrer, InLineSkater, Hilfe, Rat und Schutz im (Öffentlichen) Verkehr, preiswerte Tickets, Ausflüge zu Konzerten sowie Betriebsbesichtigungen. Neuen, weiteren Angeboten sind keine Grenzen gesetzt, und Ideen der Jugendlichen sollten aufgenommen werden. Eine eigene Zeitschrift für Clubmitglieder sollte mehrmals im Jahr erscheinen und kostenfrei für Mitglieder zu erhalten sein. Berichtet werden kann über Themen wie Musik, Sport, Computer, Veranstaltungen und solche, die mit dem ÖPNV in Zusammenhang zu bringen sind. Dies können neben der Beschreibung von Ausflugszielen, Freizeitangebote, Tourenvorschläge mit Bus und Bahn sowie Fahrrad auch Angaben zu neuen Fahrzeugen des ÖV, die Darstellung der Leistungsmerkmale und eine kritische Betrachtung der Vor- und Nachteile der einzelnen Verkehrsmittel sein. Eine alleinige Ausrichtung auf Themen des ÖPNV ist nicht sinnvoll. Themen wie Führerschein, Fahrschule und Auto bzw. Motorrad/Mofa sollten ebenso behandelt werden. Eine kritische, jedoch gleichzeitig jugendgerechte Behandlung und Darstellung der Themen ist anzustreben.

Die Mitglieder, aber auch andere Jugendliche, können eingeladen werden, sich an Projektgruppen zur Mitgestaltung und an „Patenschaften“ von U-Bahn-Station, Haltestellen, etc. zu beteiligen. Wie aus der Darstellung der Mängel ersichtlich, ist die Unsauberkeit für ein Viertel der Befragten kritikwürdig. Vielleicht kann mit einem derartigen Angebot erreicht werden, daß die Jugendlichen sich stärker mit „ihrem“ ÖV verbunden fühlen, mit auf die Sauberkeit achten und als positives Beispiel für ihre Freunde, Bekannte und andere Jugendliche vorangehen. Das, was man selbst geschaffen hat bzw. woran man beteiligt ist, wird vermutlich nicht so schnell zerstört oder verschmutzt und vielleicht eher als Privat empfunden.

Vor kurzem (Februar 1998) startete die DB AG eine neue Jugendkampagne. Mit Hilfe der Kampagne „Jetzt kommt Deiner“ appelliert sie an die 14- bis 29jährigen S- und Regionalbahnnutzer und will mit Aktionen dafür sorgen, daß sich die jungen Kunden in „ihrem“ Nahverkehrszug wohler fühlen. „Deiner“ steht dabei für „Deine Welt“ und „Dein Zug“. Aktionen, die mit der Kampagne verbunden werden sollen, sind z. B. Fotoaktionen auf Bahnhöfen und in Zügen oder spezielle „Deiner-Drinks“, die im Bahnhofumfeld bei Promotions verteilt werden. Außerdem soll auf ausgesuchten Strecken immer der letzte Wagen eines Zuges zum Treffpunkt für junge Leute werden. Mit der Umsetzung des Jugendzuges (s. S. 57f.) sollen diese vorerst zwei Waggons eingesetzt werden (vgl. DB AG 1998, S. 1).

Leider war die Automobilbranche schneller als die öffentlichen Verkehrsunternehmen. Seit April 1997 gibt es einen ADAC-JugendClub für 15- bis 17jährige, der ein ähnliches Anliegen wie der hier vorgeschlagene „Club junger Testfahrer“ hat, die Ausrichtung umfaßt jedoch unverkennbar den Einstieg in die Motorisierung. Bereits 40.000 Jugendliche (Stand 10.02.1998) gehören bundesweit diesem Club an und werden von über 80 Leistungen an den ADAC und den MIV herangeführt. „Spätestens mit 16, im Mofa oder Mockick-Alter, beginnt sozusagen der mobile Ernst des Lebens, der fachkundige Begleitung braucht. Diese Begleitung haben wir bis jetzt nur unzureichend gegeben, und wir meinen, daß wir uns stärker als bisher engagieren müssen“, so Rolf-Peter Rocke (1. Vizepräsident des ADAC) in seiner Rede zur Einführung des ADAC-JugendClubs (vgl. ADAC 1998, S. 1).

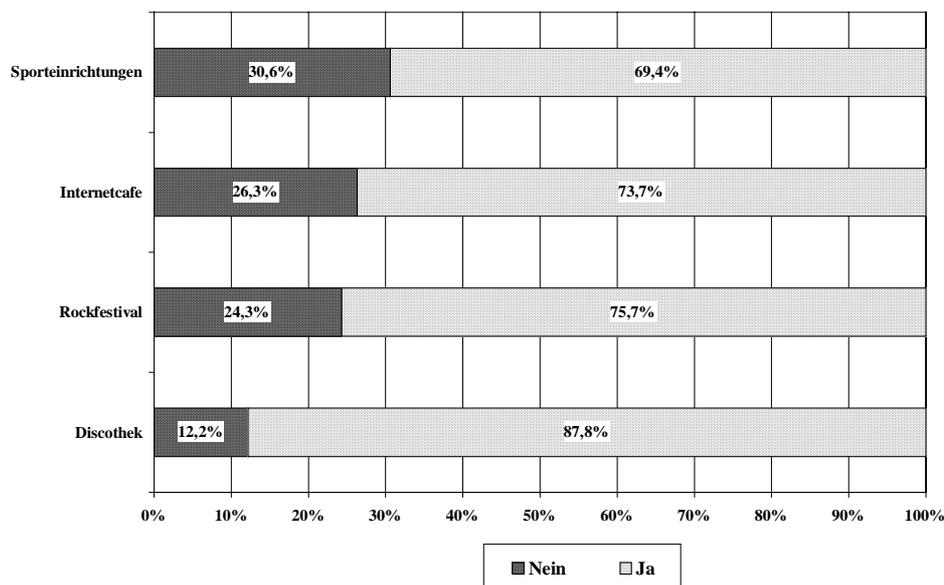
Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß Serviceleistungen, die einer Mobilitätszentrale zu zuordnen sind, und der „Club junger Testfahrer“ bei den Jugendlichen auf große Akzeptanz stoßen und eine Anwendung einer derartigen Interventionsstrategie zu forcieren ist. Angesichts des hohen Interesse an einem „Club junger Testfahrer“ seitens der 16- bis 18jährigen und der aufgezeigten Verkehrsmittelnutzung dieser Altersgruppe sowie der 13- bis 15jährigen sollten die Öffentlichen Verkehrsunternehmen mit ansprechenden Leistungen und Service stärker auf die Jugendlichen eingehen. Es ist denkbar, Teile der Beförderungs- und Transportangebote sowie Teile der Serviceleistungen als festes Gesamtpaket, ohne frei wählbare Systemerweiterungen, zu konzipieren oder als Basisangebot mit frei wählbaren Komponenten (= Mobil-Paket). Ein derartiges Angebot kann auf die Organisation der Mobilität von Jugendlichen zugeschnitten werden, durch die Nutzungskombination der zahlreichen Angebote eine Verbesserung zum gegenwärtigen Öffentlichen Verkehr darstellen und Zeit- und Kostenvorteil ergeben.⁵⁶

⁵⁶ In einer Untersuchung von BECKMANN et al. (1998, S. 11ff.) wurde ein derartiges Mobil-Paket für die Stadt Essen bei gegenwärtigen Nichtnutzern des ÖV und über 18jährigen getestet. Die Ausrichtung eines Mobil-Paketes für Jugendliche in Dortmund sollte auf diese Ergebnisse gestützt werden.

Freizeiteinrichtungen

Es wurde vermutet, daß Jugendliche Öffentliche Verkehrsmittel mit Schule und Ausbildung in Verbindung bringen und somit ein negatives Image aufgebaut wird. Die Wege in der Freizeit werden dagegen zum großen Teil mit anderen Verkehrsmitteln zurückgelegt, die ein besseres Image haben, da in der Freizeit der Drang nach Selbstbestimmung, Spontaneität usw. mit ihnen besser umgesetzt werden kann. Ausgehend von dieser Vermutung wird eine weder den Transport- und Beförderungsangeboten noch den Serviceleistungen zuzuordnende Strategie befolgt. Mittels Freizeiteinrichtungen, die in Bahnhofsgebäuden untergebracht werden sollen, ist eine Annäherung an die Freizeitgewohnheiten von Jugendlichen beabsichtigt. Die Jugendlichen sollen den ÖPNV in ihrer Freizeit als „Erlebnisraum“ wahrnehmen und durch entsprechende Angebote mit Öffentlichem Verkehr mehr als den reinen Transport verbinden. Zudem kann eine derartige Strategie dazu beitragen, daß die Jugendlichen den ÖV eher als „ihren“ ÖV ansehen. Es sollte ganz bewußt über Sympathiewerbung mit publikumswirksamen Aktionen, wie z. B. einem Rockfestival im Bahndepot, an Jugendliche herantreten werden. Wie aus Abbildung 25 ersichtlich, scheint eine derartige Strategie bei Jugendlichen auf Interesse zu stoßen. Der überwiegende Anteil der Befragten, zwischen 69,4% und 87,8%, kann sich vorstellen, die angeführten Freizeiteinrichtungen zu nutzen. Am positivsten wird das in Dortmund bereits bestehende Angebot einer Discothek beurteilt.

Abbildung 25: Interesse der Befragten an Freizeiteinrichtungen in Bahnhofsgebäuden



Quelle: eigene Erhebung (n = 304)

Eine Differenzierung der Einschätzungen durch das Alter läßt erkennen, daß mit einem Rockfestival besonders die 19- bis 21jährigen angesprochen werden können. Mit einem derartigen Angebot kann möglicherweise die an allen anderen Angeboten im geringeren Umfang interessierte Altersgruppe an den ÖV herangeführt werden. In der Schweiz haben beispielsweise eine Reihe von Verkehrsunternehmen eine derartiges Angebot umgesetzt, welches auf große Resonanz gestoßen ist und zu einem positiven Image beigetragen hat (MONHEIM 1997, mdl.).

Tabelle 34: Interesse an den Freizeiteinrichtungen nach Alter

	Rockfestival (1)	Sporteinrichtungen (wie z. B. Skate-Bahn) (2)	Discothek (3)
13 bis 15 Jahre	72,3%	77,2%	81,2%
16 bis 18 Jahre	69,5%	73,3%	75,2%
19 bis 21 Jahre	85,7%	57,1%	64,3%

Quelle: eigene Erhebung (n = 304; (1), (3) statistisch signifikant; (2) statistisch hochsignifikant)

Ein Teil der Jugendlichen (25,7%) haben weitere für sie interessante Freizeitangebote und Einrichtungen aller Art genannt, die in Bahnhöfen untergebracht werden sollten. Die meisten Vorschläge beziehen sich auf Freizeit- und Sportmöglichkeiten (12,2%), wie z. B. Kino, Kinoleinwand, Jugendcafe, -treffpunkt oder InLineSkateplatz. Gastronomieangebote (9,9%) und Einkaufsmöglichkeiten (5,3%) werden zusammen von ca. jedem sechsten Jugendlichen genannt.⁵⁷

6.3 Allgemeine Handlungsansätze und Empfehlungen für die Planung

Interventionsstrategien

(a) Learning-by-doing-Strategien

Das Ausprobieren von Verhaltensalternativen ist bei Jugendlichen aus zwei Gründen bedeutsam. Zunächst kann dem wachsenden Anspruch nach Mobilität im Alltag und der Freizeit ab dem 12. bis 14. Lebensjahr mittels „Learning-by-doing-Strategien“ gerecht werden. ÖPNV-Projekte

(z. B. Rallyes oder Erkundungsfahrten), Ausflüge, Klassenfahrten, Besichtigungsprogramme der Verkehrsunternehmen bzw. der DB AG sind ebenso wie das erläuterte ÖV-Spiel „Wo ist der Fuchs“ (s. S. 50 ???) für Jugendliche Lösungswege, um die notwendigen Kenntnisse über das jeweilige ÖV-Angebot der Stadt zu erlangen. Nach den Ergebnissen der Befragung ist die Verfolgung einer derartigen Strategie nicht unerheblich, da der überwiegende Teil der Befragten ihre Eltern nie oder nur selten als Nutzer des ÖV (s. S. 94 ???) erlebt und die erforderlichen Kompetenzen zur Benutzung des ÖPNV wahrscheinlich nicht von ihren Eltern erlernen können. Zudem kann mit Hilfe von Car-Sharing dem Drang der Jugendlichen nach eigener (Auto-) Mobilität entsprochen werden, sie können jedoch gleichzeitig als Nutzer des Öffentlichen Verkehrs erhalten bleiben. Wie aus der Analyse der Verkehrsmittelwahl ersichtlich, ist das Auto insbesondere zu Freizeit Zwecken bedeutsam. Mittels Car-Sharing kann den Jugendlichen eine Option für die Freizeitmobilität zu selbstgewählten Zielen offengehalten werden, die „normalen“ Alltagswege und die leichter mit Öffentlichen Verkehrsmittel zu erreichenden Ziele sollten allerdings weiter mit dem ÖV zurückgelegt werden. Mit Hilfe der Verschmelzung des ÖV und Car-Sharings kann die Unabhängigkeit und Flexibilität der Jugendlichen erhöht werden. Gerade diese flexible, weitgehend unabhängige Nutzung mehrerer Verkehrsmittel muß in einer Car-Sharing-Kampagne berücksichtigt werden - ist es doch eine der Stärken dieses Angebotes. Nach den Ergebnissen der Befragung hat Car-Sharing, welches gezielt auf Jugendliche ausgerichtet ist, eine realistische Chance zu bestehen.

⁵⁷ Die einzelnen Vorschläge sind im Anhang II (Tabelle 5) angeführt.

(b) Öffentlichkeitsarbeit

Bei der Öffentlichkeitsarbeit sollten Jugendliche in unterschiedlicher Weise als Zielgruppe angesprochen und neue Vermittlungsmedien erschlossen werden. Ein Hauptbestandteil der Öffentlichkeitsarbeit sollten die bereits erwähnten Kommunikationskampagnen („Nichteinstiegskampagne“ und „Car-Sharing-Kampagne“) sein, die um weitere Kampagnen vergrößert werden können. Den Jugendlichen, die täglich mit Öffentlichen Verkehrsmitteln zur Schule gelangen, sollten die Vorteile dieser Fahrten dargestellt werden. Schulwege bieten Gelegenheiten zur Kommunikation und ermöglichen den täglichen Sozialkontakt mit Gleichaltrigen, mit denen man sich austauschen und Kontakte knüpfen kann. Darüber hinaus können Hausaufgaben erledigt werden und die Jugendlichen nutzen umweltfreundliche Verkehrsmittel (s. S. 104 ???). Die damit verbundenen angenehmen Gefühle könnten eine gute Grundlage für den Aufbau einer positiven Einstellung zum Öffentlichen Verkehr sein. Insbesondere vor dem Hintergrund, daß für mehr als neun von zehn Befragten der soziale Kontakt wichtig ist und jüngere Befragte eher ein positives Image mit dem ÖV verbinden (Kampagne „Mit ÖV zur Schule - Freunde fürs Leben). Öffentlichkeitsarbeit könnte nach HILGERS (1994, S. 14) viel erreichen, wenn sie Motive anspricht, die normalerweise mit einem Auto in Verbindung gebracht werden. „250 PS, 6 Zylinder, Servolenkung und Automatikgetriebe zeichnen ... nicht nur Nobelfahrzeuge für Betuchte aus, sondern auch den Linienbus.“ Hiermit könnten die zum überwiegenden Teil mit einem Auto bzw. Autoführerschein (s. S. 97) in Verbindung gebrachten Motive angesprochen werden. Fraglich erscheint, inwieweit eine derartige Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit dazu beiträgt, daß die Jugendlichen weiterhin auf diese „Autowerte“ fixiert werden.

„Als wirksame Vermittlungsmedien in die städtische Öffentlichkeit mit hoher Multiplikator- und Breitenwirkung stehen zunächst die Massenmedien im Vordergrund, und zwar speziell die örtlichen Tageszeitungen und die wöchentlichen Anzeigenblätter, jeweils mit ihrem Anzeigenteil und ihrem redaktionellen Teil.“ (REUTTER/REUTTER 1996, S. 207) Weitere wichtige Vermittlungsmedien der Öffentlichkeitsarbeit sind Jugendmagazine und -zeitschriften sowie Schülerzeitungen und allgemein bekannte und zugängliche Medien wie schwarze Bretter in Jugendzentren oder Aufenthaltsräumen. Die in den letzten Jahren stark aufkommenden Gratispostkarten sollten genutzt werden, um den Öffentlichen Verkehr in die jugendliche Öffentlichkeit hineinzutragen. Neben Motiven auf Postkarten, die mit dem ÖV in Verbindung zu bringen sind, können Displays in Zügen oder Bussen eingesetzt werden, die diese Karten enthalten. Der ÖV muß in der Lebenswelt der Jugendlichen stärker als bisher präsent sein, und Öffentlichkeitsarbeit muß wiederholt und zeitlich gestaffelt durchgeführt werden, um längerfristig verhaltensrelevant zu sein (vgl. SCHÄFER 1993, S. 8). Eine Strategie, mit der dieser Forderung gerecht werden kann, ist eine stärkere Kooperation mit lokalen und regionalen Radiosendern. Insbesondere der Radiosender 1Live hat durch seine Kooperation mit der DB AG (s. S. 57 ???) Interesse gezeigt. Es sollte versucht werden, den Öffentlichen Verkehr in einzelne Sendungen zu integrieren, Gewinne seitens der Verkehrsunternehmen und der DB AG bereitzustellen, eine an die halbstündlichen Stauschauen angelehnte Kategorie für den ÖPNV in den Sendungsablauf einzubauen. Es könnten zum einen Verspätungen an speziellen Bahnhöfen durchgesagt werden, sofern dies technisch möglich ist, oder Tips und Trends für Fahrten mit ÖV vermittelt werden. Konzerte, Autogrammstunden und dergleichen könnten in Zügen, S-

Bahn oder Bussen stattfinden und mit Hilfe von ILive bekannt gemacht werden. In Berlin wurden im letzten Jahr mehrmals Autogrammstunden von Musikgruppen oder Musikern in S-Bahnzügen abgehalten, was auf große Resonanz bei den Jugendlichen gestoßen ist (DB AG 1997, mdl.). Wenn diese Multiplikatoren den ÖV propagieren, ist ein entscheidender Schritt getan, denn ihnen widmen Jugendliche eine große Beachtung.

(c) Mobilitätserziehung

Wie bereits 1994 in den Empfehlungen der Kultusministerkonferenz formuliert wurde (s. S. 47 ???), ist Verkehrserziehung auch Umwelt- und Gesundheitserziehung (= Mobilitätserziehung). Mobilitätserziehung hat deshalb die Aufgabe, den Schülern in allen Schulstufen die Auswirkungen des MIV aufzuzeigen und die Vorteile einer umweltverträglichen Verkehrsmittelwahl deutlich zu machen. In der schulischen Mobilitätserziehung hat der Öffentliche Verkehr in den letzten Jahren deutliche Impulse erhalten (s. S. 46ff. ???). Die meisten Verkehrsverbände, so auch der VRR, haben Unterrichtsmaterialien entwickelt. Mobilitätserziehung sollte den Schülern die negativen Auswirkungen des starken Autoverkehrs auf die Natur und die menschliche Gesundheit vermitteln, so daß sich entsprechende Einstellungen entwickeln können. Da viele Lehrer selbst „autoorientiert“ sind, stellen sie nicht immer geeignete Vorbilder dar. Sie bilden deshalb ebenfalls eine Zielgruppe der Mobilitätserziehung im erweiterten Sinne (vgl. FLADE/ LIMBOURG 1997, S. 114ff.). Es wird angeregt, Mobilitätserziehung, neben der Schule, in weiteren Bereichen der Lebenswelt von Jugendlichen einzuführen. Eine Integration in die Fahrschulausbildung wird ebenso für wichtig erachtet, wie für die männlichen Jugendlichen im Unterricht zur „politischen Bildung“ in der Bundeswehr- bzw. Zivildienstzeit. Der theoretische Unterricht zum Erwerb des Führerscheins muß mehr als die heute üblichen Fragen zur umweltfreundlichen Fahrweise umfassen. Verkehr, Umwelt und Verkehrsmittelwahl sind darüber hinaus für Volkshochschulen wichtige Themen. Die Möglichkeiten schulischer Mobilitätserziehung und Schulberatung durch die Verkehrsunternehmen, wie sie im Kapitel 4.2 vorgestellt wurde, zur Förderung einer umweltfreundlichen Verkehrsmittelwahl sind ohne eine parallele Änderung der Verkehrsumwelt, d. h. des Verkehrsangebotes, begrenzt. Mobilitätserziehung hat erst dann Aussicht auf größeren Erfolg, wenn die Voraussetzung für eine umweltorientierte Verkehrsmittelwahl geschaffen sind.

Angebotsplanung

Es hat sich in der Arbeit gezeigt, daß das Verständnis der psychologischen Bedeutung (= „extra-motives“) des privaten Pkws für die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl unverzichtbar ist. Neben der Versicherung eigener Unabhängigkeit und Autonomie, neben der Mobilität an sich und Bewegungsfreiheit, wird das Auto bzw. der Autoführerschein hauptsächlich mit freier Wahl des Verkehrsmittels, Freiheit und Schnelligkeit verbunden. Hinzu kommt, und wie aus den Ergebnissen der Betrachtung der Verkehrsmittelwahl ersichtlich, daß die Benutzung eines Autos mit zunehmendem Alter immer stärker mit Freizeit gleichgesetzt wird. Das Auto hat hohen subjektiven Symbolwert für Lebensfreude und beinhaltet Möglichkeiten individueller, selbstbestimmter Freizeitgestaltung. Die Wahl des Verkehrsmittels ist besonders durch die genannten subjektiven Einflußgrößen, aber auch durch den sozialen Kontakt, das Image, das Design, die Bequemlichkeit, die Pünktlichkeit, die Fahrzeugausstattung, die Reisegeschwindigkeit eine individuelle Atmosphäre und das

Verhalten des Personals geprägt. Der ÖV kann bei Jugendlichen wachsende Attraktivität erlangen, wenn diese Einflußgrößen mehr als bisher mit ihnen verbunden werden können bzw. sie durch den ÖV angesprochen werden.

Beförderungsarten wie Flugzeug, Auto, Motorrad und Taxi werden gewählt, da mit ihnen der Flair von Reichtum, Stärke, Erfolg und Exklusivität verbunden wird. Demgegenüber haftet dem ÖV bisher häufig der Geruch des Billig-Allerweltlichen und dementsprechend ein schlechtes Image an (vgl. HILGERS 1994, S. 7). Das Image des ÖV wurde von den befragten Jugendlichen mit zunehmendem Alter schlechter bewertet. Insgesamt gesehen, wurde bei ihnen jedoch ein relativ positives Image festgestellt. Viele Jugendliche lernen z. B. durch Fahrten zur Schule den Öffentlichen Verkehr erstmals in diesem „nicht-lustvollen“ Lebensbereich kennen. Öffentliche Verkehrsmittel müssen offensiv in den Bereich der Freizeitmobilität eindringen, in dem sie sich hier als kompetenter Anbieter darstellen und Jugendliche in der Freizeit mittels entsprechender Angebote zur Nutzung animiert werden. Die Öffentlichen Verkehrsmittel müssen sich als freizeitkompetent erweisen, wie z. B. durch Mitnahmemöglichkeiten von Freizeitgeräten oder Schließfächer als Ersatz für den Kofferraum, um eingekaufte Gegenstände an Haltestellen zu deponieren. Die Mitnahme von Fahrrädern sollte durch die DSW einheitlicher gestaltet werden, als es derzeit der Fall ist. Eine Mitnahmemöglichkeit sollte zu jeder Zeit möglich sein und aktiv vermarktet werden. Zur Erhöhung des Images kann Werbung beitragen. Fremdwerbung, speziell für Autos, Autohäuser oder kostenlose Parkplätze, sollten vermieden werden. Dagegen sollte offensiv für die Benutzung des ÖPNV auf den Fahrzeugen selbst geworben werden. Eine jugendspezifische Werbung könnte z. B. den Begriff „Street-Life“ aufnehmen. Hiermit können die Verhaltensweisen der Jugendlichen aufgenommen und der Kontext der Lebenssituation berücksichtigt werden. Das Leben der Jugendlichen spielt sich zumeist draußen, d. h. außerhalb der Wohnung ab und ist dementsprechend „Street-Life“. Der ÖPNV läßt einiges mit diesem Begriff verbinden, was für Jugendliche „cool“ ist (z. B. Treff- oder Kontaktpunkt ÖV oder Alternativwelt).

Der (Freizeit-) Spaß muß bereits während der Fahrt und nicht erst nach Erreichen des Zielortes beginnen, um mit dem Auto konkurrieren zu können. Die Gestaltung der Fahrzeuge sollte mit Freizeit verbunden werden, z. B. durch Darreichung von Speisen und Getränken, durch Musik, bequeme Sitze und neues Design. „Individuelle Verkehrsmittel befriedigen das Bedürfnis nach Intimität, frustrieren aber den Wunsch nach Austausch. Beide Bedürfnisse bestimmen die Wahl des Freizeitverkehrsmittels.“ (HILGERS 1994, S. 13) Möglichkeiten zur Abgrenzung, aber auch die Gelegenheit zum Gespräch, Austausch mit Freunden und die Beschäftigung während der Fahrt sollten durch die Gestaltung der Fahrzeuge und Beschäftigungsangebote, die die Fahrtzeit strukturieren, geschaffen werden. Jugendliche können in Öffentlichen Verkehrsmitteln beispielsweise lesen, essen oder Schulaufgaben machen. Gegenüber dem Pkw sind dies Vorzüge herauszustellen und durch entsprechendes Fahrzeugdesign zu unterstützen. Kommunikation ist nicht nur zwischen den Jugendlichen von Bedeutung, sondern auch mit dem Personal. Das Verhalten des Personals sollte hinsichtlich der Behandlung der gegenwärtigen und zukünftigen Kunden „Jugendliche“ geschult werden. Freundlicheres Personal gegenüber den Jugendlichen bedeutet gleichzeitig, auf jugendliche Verhaltensweisen einzugehen und nicht in erster Linie mit Strafen zu drohen.

Von den älteren befragten Jugendlichen wird, insbesondere in der Freizeit, nicht der Öffentliche Verkehr gewählt, sondern verstärkt das Auto, und in der zukünftigen, vorgestellten Verkehrsmittelnutzung der Jugendlichen bis 17 Jahre nimmt nicht der ÖV, sondern das Auto die bedeutende Stellung ein. Die als „einschränkend und deshalb minderwertig oder unreif erlebten Arten der Fortbewegung (= Umweltverbund) und damit auch die eigene erlebte Minderwertigkeit und ‘Unreife‘“ (KALWITZKI 1994, S. 16) können mit 18 Jahren überwunden werden. Der Respekt und die zum Teil kritischen Einstellungen gegenüber dem Auto verschwinden, wenn die Jugendlichen selbst ein Auto fahren können bzw. kurz davor stehen. Die Verheißungen des Autos, wie Autonomie, Unabhängigkeit, Freiheit, Schnelligkeit und Mobilität u. ä. sollen nun endlich Wirklichkeit werden. Nur wenn die Öffentlichen Verkehrsmittel diese psychologischen Bedeutungen erlangen, können sie ernsthaft mit dem Auto konkurrieren. Den für die befragten Jugendlichen bedeutsamen Extramotive sollten durch eine Angebotsplanung entsprochen werden, die ein dichteres Linien- und Haltestellennetz, einen dichteren Takt, umfangreichere Angebote abends bzw. nachts und am Wochenende sowie attraktive Tarife umfaßt. Dem bereits angesprochenen Gefühl des „Easy-Goings“ kann hierdurch stärker entsprochen werden. Der ebenfalls bedeutenden Determinante der Verkehrsmittelwahl, schnelle Erreichbarkeit von Zielen, kann durch Busspuren, entsprechende Ampelschaltungen und Maßnahmen im Bereich der Haltestellen (z. B. Buskaps) gerecht werden. Die Erhöhung der Reisegeschwindigkeit, was nicht gleichgesetzt werden sollte mit Erhöhung der Geschwindigkeit, sollte eines der obersten Ziele sein.

Wenn neue Linien, zusätzliche Haltestellen und ein „dichteres“ Netz vorhanden sind, kommen die Jugendlichen schneller an die Haltestellen, näher an ihre Ziele, und ihr Aktivitätenprogramm kann besser mit dem ÖV abgedeckt werden. Ein dichterer Takt macht unabhängig vom Fahrplan und Uhrenlesen, kommt damit der Spontanität und Unplanbarkeit jugendlichen Verhaltens näher (vgl. MONHEIM 1997, S. 13f.). Die Dortmunder Stadtwerke haben Vorschläge für eine völlige Umgestaltung des Busnetzes erarbeitet. „Busnetz 2000“ heißt das Planwerk und soll noch in diesem Jahrhundert umgesetzt werden. Von den derzeit 36 Buslinien (Stand Dezember 1997) werden 29 verändert. Nach den bisherigen Planungen werden die Busse der DSW künftig ca. 500.000 Kilometer pro Jahr mehr als bisher zurücklegen. Die Jahresleistung steigt von 10,5 Mio. auf 11 Mio. Kilometer. 62 Haltestellen werden neu eingerichtet, wohingegen 21 entfallen sollen. Das neue Busnetz soll so beschaffen sein, daß die Reisezeiten verkürzt, die Takte attraktiver gestaltet, die Linienverbindungen direkter geführt und die Pünktlichkeit erhöht werden. Die Verbindung der Stadtteile erfolgt künftig durch schnelle Hauptlinien, die von „Erschließungslinien“ überlagert werden, diese zweigen in den Ortsteilen von den Hauptstrecken ab und fahren in die Vororte hinein. Zum Fahrplanwechsel im Mai 1999 soll dieses neue Busnetz verwirklicht werden. Der im Dezember 1997 präsentierte Entwurf wird in den zwölf Bezirksvertretungen und in weiteren politischen Gremien, wie z. B. in Ratsausschüssen, zur Diskussion gestellt (vgl. RUNDBLICK 1998, S. 5ff.). Es bleibt abzuwarten, wie dieses Busnetz 2000 ausgestaltet wird, ob die angestrebten Ziele erreicht werden, und ob bzw. wie die Bedürfnisse der Fahrgäste und damit auch der Jugendlichen einbezogen werden. Gleichzeitig beinhaltet dieses neue Busnetz die Chance von den Jugendlichen negativ bewertete verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften und Mängel, wie z. B. die Pünktlichkeit, aber auch die Qualität der Infrastruktur, die Haltestellengestaltung und den

Takt zu verbessern. Durch die Neueinrichtung von 62 Haltestellen, ist die Möglichkeit gegeben, Haltestellen, zumindest an exponierten Stellen, freundlicher zu gestalten und sie zur Darstellung der DSW zu nutzen. Wenn beim Öffentlichen Verkehr schon Wartezeiten entstehen, dann sollten diese sinnvoll genutzt werden können. Die im Kapitel 4.3 (s. S. 59) erläuterte Mindestausstattung von Haltestellen und die im Kapitel 5.2 (s. S. 84) beschriebenen „DB PlusPunkte“ sind sinnvolle Maßnahmen.

Attraktive Tarife können die getesteten und weitgehend auf Interesse gestoßenen Angebote (z. B. preiswerte Gruppentickets, preiswerte Netzkarte für das VRR-Gebiet) sein. Da die Mindestentfernung Wohnung - Schule für den kostenlosen Erhalt der Schülermonatskarte mit Erreichen der 11. Klasse auf 5 Kilometer steigt, fällt insbesondere für viele Oberstufen- und Berufsschüler der kostenlose Erhalt eine Zeitkarte weg. Mit der Befragung konnte gezeigt werden, daß der Zeitkartenbesitz für die Wahl der Verkehrsmittel bedeutsam ist, der Zeitkartenbesitz jedoch mit zunehmendem Alter zurückgeht. Insbesondere die Altersgruppe, die die Schülermonatskarte nicht mehr kostenlos erhält, ihre Schul- und Ausbildungswege aber trotzdem zurücklegen muß, kann auf kein entsprechendes Angebot zurückgreifen. Es wird angeregt ein preiswerteres Zeitkartenangebot als das YoungTicket einzuführen (s. S. 124f.) und die Altersgrenze für Einzel- und 4erTickets auf mindestens 21 Jahre zu erhöhen. In der Schweiz gibt es den in Deutschland üblichen „Tarifsprung“ mit 12 oder 14 Jahren nicht. Bis 24 oder 26 Jahre fährt man zum halben Preis (vgl. MONHEIM 1997, S. 14). Zur Erhöhung der Sicherheit der Jugendlichen und zur Abdeckung von Räumen, die abends bzw. nachts nicht mit Bus und Bahn erreichbar sind und kein AST verkehrt, sollte über die Einführung einer verbilligten Kombinationsmöglichkeit von Bus und Taxi nachgedacht werden. Die Nutzung dieses Services kann dadurch attraktive Preis sicherlich bei Jugendlichen erhöht werden. Ein attraktives Tarifangebot, welches gezielt Jugendliche anspricht, war das sog. Flirt-Ticket der DBZugBus in Schleswig-Holstein. Zwei gemeinsam reisende Personen erhalten die Fahrscheine zum halben gewöhnlichen Preis, sofern sie durch einen Kuß auf den Mund ihres Partners ihre Zuneigung beweisen. Diese Flirt-Card war in Herzform gestaltet und galt in der Zeit vom 13.02. (Tag vor dem Valentinstag) bis 13.03.1998 (vgl. RHEINISCHE POST vom 13.02.1998). Derartige Angebote sollten in Dortmund werbewirksam gestaltet und öffentlichkeitswirksam umgesetzt werden. Mit Hilfe solcher Angebote kann die DSW ihre Kreativität, Modernität und Offenheit für Neues unter Beweis stellen!

Abschließend bleibt noch die Forderung an Politik und Planung zu stellen, daß nicht nur der ÖV, sondern insgesamt die Bewegung im Umweltverbund als einladend, d. h. einfach, reizvoll und angenehm erlebt werden muß, um angenehme Erfahrungen mit der „autofreien“ Zeit als Jugendlicher verbinden zu können. Dazu müssen die Planungen für Fußgänger, Radfahrer und ÖV vorrangig und integriert angegangen werden (vgl. KALWITZKI 1994, S. 17). Hinzu kommt, daß auch die weitere kommunale, organisierte und institutionelle Öffentlichkeit eine Art Vorbild für die Jugendlichen sind und sich entsprechend für sie einsetzen können. Sie können dazu beitragen, daß Jugendliche sich als Verkehrsteilnehmer ernst genommen fühlen und nicht möglichst schnell dem „grauen“ Alltag als „autolose“ entfliehen zu wollen. Als Beispiel sei hier auf die Feststellung verwiesen (s. S. 105 ???), daß der Einzelhandel, insbesondere der innerstädtische, durch eine Unterstützung des Ausbaus Öffentlicher

Verkehrsmittel und der Geh- und Radwege Jugendliche als Kunden ernst nimmt und nicht nur den Autokunden. Auch ihnen kommt Unterstützung zu, was dem Einzelhandel Kunden für morgen sichern kann.

6.4 Stellenwert der Ergebnisse, zusammenfassende Prüfung der Hypothesen sowie Ausblick

Die Ergebnisse und Überlegungen dieser Arbeit sind für die praktische Anwendung von Bedeutung, da sie zum Verständnis der Determinanten der Verkehrsmittelwahl und speziell für die Zielgruppe der Jugendlichen beiträgt. Die Differenzierung der Determinanten in verschiedene Merkmale eröffnete unterschiedliche Ansatzpunkte für Beeinflussungsstrategien. Derartige Strategien können z. B. die Veränderung von objektiven Handlungsmöglichkeiten bewirken, sie können aber auch an der Wahrnehmung der Jugendlichen und ihren Motiven, Bewertungen, Einstellungen usw. ansetzen (vgl. HELD 1982, S. 247).

Wesentliche objektive Einflußfaktoren der Verkehrsmittelwahl, wie z.B. das Alter, die Familienstruktur oder das Einkommen entziehen sich weitgehend einer verkehrspolitischen und -planerischen Einflußnahme. „Daß der Autobesitz politisch beeinflussbar ist, zeigen einige Beispiele wie der Stadtstaat Singapur, wo quasi eine Pkw-Zulassungsbörse existiert und zum Teil vierstellige Dollar-Beträge für eine Zulassung bezahlt werden. In Deutschland erscheint es heute ausgeschlossen, über derart prohibitive Gebühren den Pkw-Besitz und damit die Verkehrsmittelwahl beeinflussen zu wollen.“ (HAUTZINGER et al. 1994, S. 112) Es erscheint jedoch sinnvoll und machbar, den Zeitkartenbesitz, insbesondere bei den älteren Jugendlichen und zu Freizeit Zwecken, zu erhöhen und dem Streben nach einem Pkw-Besitz bzw. einer Pkw-Verfügbarkeit bei Jugendlichen durch Car-Sharing entgegen zu kommen

Daß zur Erklärung der Verhaltensweisen von Jugendlichen bezogen auf die Verkehrsmittelwahl die klassischen Analyseinstrumente der empirischen Verkehrsforschung um die subjektiven Einflußgrößen erweitert werden müssen, konnte mit der empirischen Untersuchung bestätigt werden. Diese sind bei Jugendlichen von großer Bedeutung, erlauben einige davon den Jugendlichen doch, sich der Erwachsenenwelt anzunähern. Jugendspezifische Angebote im Öffentlichen Verkehr und eine jugendspezifische Umgestaltung des Verkehrssystems haben eine Perspektive für die Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens und damit des Verkehrsmittelwahlverhaltens und zur Bindung Jugendlicher an den Öffentlichen Verkehr. Aufgrund der großen Heterogenität der Gruppe der Jugendlichen und der Vielzahl an subjektiven Determinanten, die die spezifische Motivstruktur sowie die Freizeitgestaltung Jugendlicher ansprechen, sollten differenziert Angebote und Maßnahmen im Öffentlichen Verkehr bereitgestellt bzw. durchgeführt werden.

Maßnahmen, die das Bewußtsein, die Einstellungen und Anregungen zum Nachdenken über die eigenen Verhaltensweisen zum Gegenstand haben, sind bezüglich ihrer Wirkung weitgehend offen. Die getesteten Serviceleistungen (einer Mobilitätszentrale) stoßen bei den befragten Jugendlichen zwar auf große Resonanz, ob sie aber tatsächlich zu einer Beibehaltung bzw. Veränderung der Verhaltensweisen beitragen (können), konnte nicht abschließend geklärt werden. Auch die weiteren vorgestellten Interventionsstrategien können eher als Begleitstrategien

angesehen werden. Daß sie dennoch von Bedeutung sind, kann insbesondere vor dem Hintergrund gesehen werden, daß die individuellen Reaktionsmöglichkeiten und Bewältigungsstrategien vielfältig sind (vgl. HAUTZINGER 1994, S. 113f.).

Jugendliche erkennen zwar, daß ohne ein leistungsfähiges Öffentliches Nahverkehrssystem die heutigen Verkehrsprobleme kaum zu lösen sind, sie schätzen aber die individuellen Vorteile des Pkw, entsprechend ihren erwachsenen Bezugspersonen, deutlich höher ein. Nach den Ergebnissen der Befragung werden nahezu alle Jugendliche mit Erreichen des 18. Lebensjahr einen Führerschein machen und hauptsächlich auf den MIV zurückgreifen. Der altersbedingte Verzicht der Jugendlichen auf das, in der Gesellschaft immer noch ganz oben angesiedelte Prestigeobjekt „Auto“ bedeutet, so schnell wie möglich einen Führerschein zu machen und ein eigenes Auto zu besitzen. Dennoch hat sich gezeigt, daß die Verkehrsunternehmen, in diesem Fall die Dortmunder Stadtwerke, ihre Angebote und Bemühungen auf die Mobilität und Bedürfnisse von Jugendlichen ausrichten können und sollten. Volljährigkeit und Führerscheinbesitz müssen nicht gleichbedeutend mit einer endgültigen Abkehr vom ÖV einhergehen. Die Betrachtung der Zielgruppe Jugendliche erhebt nicht den Anspruch, daß die öffentlichen Verkehrsbetriebe, die städtische Verkehrsplanung, die Deutschen Bahn AG usw. all ihre Angebote und Maßnahmen auf die Bedürfnisse von Jugendlichen ausrichten sollen. Die Bedürfnisse aller Nutzer sollten das Angebot bestimmen. Da Jugendliche eine bedeutende Nutzergruppe sind, wird es darauf ankommen, die Bedürfnisse der zukünftigen (und gegenwärtigen) Nutzer stärker als bisher zu analysieren, zu berücksichtigen und in planerische Handlungsansätze umzusetzen. Die Ausrichtung bzw. Einbeziehung von Interessen, Motiven, Bedürfnissen usw. der Jugendlichen darf nicht darüber hinweg täuschen, daß die jahre- und jahrzehntelangen Sozialisationsprozesse, in denen bestimmte Verhaltensmuster hervorgebracht werden, und deren enge Verknüpfung mit der Entwicklung von Persönlichkeit, Identität und Lebensstil (vgl. KALWITZKI 1994, S. 17) erahnen lassen, wie langsam und mit wievielen Zwischenschritten spürbare Veränderungen vollzogen werden können.

Nach Aussagen von Marketingexperten (vgl. GWINNER 1997, S. 28f.) bauen Jugendliche ihre Markenpräferenz im Alter zwischen 12 und 15 Jahren auf. Junge Erwachsene später von einer anderen Marke abzuwerben, ist schwer und teuer. Dies gilt auch für das Produkt Öffentlicher Verkehr. Nach den Ergebnissen der empirischen Untersuchung sollte eine Einbeziehung der jugendlichen Interessen, Motiven, Bedürfnissen usw. möglichst frühzeitig beginnen. Insbesondere die jüngeren Befragten haben großes Interesse an neuen Angeboten und der Berücksichtigung ihrer Meinungen gezeigt. Aber auch die älteren Jugendlichen sind (noch) nicht als zukünftige Kunden verloren.

Zur Finanzierung ist festzustellen, daß relativ hohe Investitionskosten notwendig sind, sofern die vorgeschlagenen Maßnahmen umgesetzt werden. Diese Investitionen müssen jedoch vor dem Hintergrund betrachtet werden, daß die Jugendlichen als zahlungskräftige ÖV-Nutzer im Erwachsenenalter zu einer großen Einnahmequelle werden können. Jeder Jugendliche ist eine potentielle Einnahmequelle für die Verkehrsunternehmen, sofern der Schritt vom mehr oder weniger unfreiwilligen Fahrgast von heute zum freiwilligen Stammfahrgast von morgen durch die entsprechenden Maßnahmen unterstützt wird. Maßnahmen, die den Jugendlichen zugute kommen, sind jedoch nicht nur für sie relevant. Auch alle anderen Nutzergruppen des ÖV können von den vorgeschlagenen Planungsempfehlungen profitieren. Darüber hinaus führt eine Verbesserung der Verkehrssituation zu einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität für alle.

Bezüglich der Realisierung der vorgeschlagenen Maßnahmen und der Förderung des Umweltverbundes kann sich dem Fazit von HORN (1996, S. 13) angeschlossen werden: „Das Engagement von Betroffenen, Initiativen sowie engagierten PlanerInnen und PolitikerInnen bleibt dafür (für die Realisierung, d. Verf.) eine entscheidende Grundvoraussetzung.“ Mit der praktischen Anwendung der vorgeschlagenen Maßnahmen sind auch Probleme verbunden, da die Interdependenz der Verkehrsmittelnutzung zu berücksichtigen ist (vgl. HELD 1982, S. 248f.). Eine eindeutige Verbesserung kann die Bindung Jugendlicher an den ÖPNV bewirken und möglicherweise bisherige MIV-Nutzer, die aus dem Jugendalter heraus sind, zum Wechsel animieren. Wenn diese Veränderungen relativ stark ausfallen, verbessern sich damit die Bedingungen für die verbleibenden MIV-Nutzer. Durch diese indirekt bewirkte, relative Verbesserung der Bedingungen für den motorisierten Verkehr werden möglicherweise neue MIV-Nutzer angezogen bzw. die Abwanderung weiterer verhindert. Sofern Maßnahmen ergriffen werden, die zur eindeutigen Verbesserung des Öffentlichen Verkehrs führen können, sollten gleichzeitig Maßnahmen angedacht und umgesetzt werden, die diese Interdependenz der Verkehrsmittelnutzung berücksichtigen.

Mit der quantitativ ausgerichteten Erhebung in der Dortmunder Innenstadt konnten Jugendliche und ihre Wünsche, Anregungen, Kritikpunkte berücksichtigt werden sowie Motive, Einstellungen u. ä. offengelegt werden. Wie zu erwarten war, hat sich gezeigt, daß mit einem standardisierten Interview nicht alle relevanten Aspekte aufgenommen werden konnten. Ein Methodenmix aus quantitativ und qualitativ ausgerichtetem Forschungsdesign ist für eine Diplomarbeit schwer realisierbar, ohne daß einer von beiden Teilen vernachlässigt werden muß. Für Untersuchungen, die eine längere Laufzeit bzw. umfassendere Forschungskapazitäten haben, wird vorgeschlagen dies zu realisieren. Weiterhin wird angeregt, daß bei der Konzeptionierung von (empirischen) Untersuchungen zum Themenfeld Jugendliche und Verkehr an unterschiedlichen Orten Kontakt zu Jugendlichen aufgenommen werden sollte. Um einen möglichst umfassenden Bereich der Lebenswelt von Jugendlichen abzudecken, sollten sie in den Schulen, in Freizeiteinrichtungen, in der Familie und an Freizeitorten wie der Innenstadt angesprochen werden.

Da eine Einschränkung des Untersuchungsraumes auf die Stadt Dortmund vorgenommen wurde, konnte den räumlichen Verhaltensmustern der Jugendlichen nicht umfassend gerecht werden. Es wird daher vorgeschlagen, zukünftige Untersuchungen auf das Ruhrgebiet bzw. allgemein auf Regionen hin zu konzeptionieren. Eine Ausweitung bzw. Berücksichtigung einer ländlichen Region würde eine ideale Ergänzung darstellen. Da für die Nutzung bestimmter Verkehrsmittel nicht nur eine bestimmte Determinante relevant ist, sondern die Verkehrsmittelwahl immer durch mehrere beeinflußt wird, sollte auch der Frage nachgegangen werden, wie diese Determinanten kombiniert werden bzw. wie sie kombiniert wirken.

Literaturverzeichnis

- ADAC** - Allgemeiner Deutscher Automobil-Club (Hg.) (1997): Das ADAC-JugendClub Magazin. Dezember 1997. München
- ADAC** - Allgemeiner Deutscher Automobil-Club: Schriftliche Information des ADAC zum ADAC-JugendClub vom 10.02.1998
- ALBERS**, Gerd (1988): Stadtplanung: Eine praxisorientierte Einführung. Darmstadt
- ALTENEDER**, Wolfgang; **RISSER**, Ralf (1995): Soziologie der Verkehrsmittelwahl - Motive und Bedürfnisse im Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl. In: Zeitschrift für Verkehrssicherheit. Heft 2 1995, S. 77-83
- BAACKE**, Dieter (1993): Die 13- bis 18-jährigen. Einführung in die Probleme des Jugendalters. Weinheim, Basel
- BAETHGE**, Martin (1985): Individualisierung als Hoffnung und als Verdrängnis. In: Lindner, Rolf; Wiebe, Hans-H. (Hg.): Verborgene im Licht. Neues zur Jugendfrage. Frankfurt a. M.
- BAMBERG**, Sebastian; **BIEN**, Walter (1995): Angebot (des ÖV) nach Wunsch (des MIV-Nutzers). In: Internationales Verkehrswesen. Heft 3 1995, S. 108-115
- BAMBERG**, Sebastian; **BIEN**, Walter; **SCHMIDT**, Peter (1994): Wann steigen Autofahrer auf den Bus um? Oder: Lassen sich aus sozialpsychologischen Handlungstheorien Massnahmen ableiten?. In: Diekmann, Andreas; Franzen, Axel (Hg.): Kooperatives Umwelthandeln - Modelle, Erfahrungen, Massnahmen. Bern
- BAMBERG**, Sebastian; **SCHMIDT**, Peter (1993): Verkehrsmittelwahl - eine Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie. Heft 1 1993, S. 25-37
- BARON**, Paul (1995): Quantitative Verfahren zur Vorausschätzung des zukünftigen Verkehrsgeschehens (Verkehrsmodelle). PlanerReader. Fachgebiet Verkehrswesen und Verkehrsplanung. Fakultät Raumplanung, Universität Dortmund. Dortmund
- BARTH**, Margareta; **NEUMANN**, Horst; **WÜRTEMBERGER**, Julian (1996): Bewußtseinsbildung für eine „nachhaltige Mobilität“. In: Internationales Verkehrswesen. Heft 7 und 8 1996, S. 21-24
- BECKMANN**, Jörg; **MEYER**, Bernd; **RABE**, Sebastian (1998): Integrierte Mobilitätsdienstleistungen. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Monatsbericht des Forschungsbereichs Verkehr. Dortmund
- BECKMANN**, Klaus J. (1988): Verständniswandel in der städtischen Verkehrsplanung - von den Chancen des Nachdenkens und Umdenkens für die Zukunft. Arbeitsbericht vom Institut für Städtebau und Landesplanung der Universität Karlsruhe. Karlsruhe
- BECKMANN**, Klaus J. (1990): Beeinflussung des Verkehrsverhaltens durch Öffentlichkeitsarbeit. In: Bericht über die Jahrestagung der Fachgruppe Forum Mensch und Verkehr in der SRL am 19./20.10.1989 in Karlsruhe. S. 93-134. Bochum
- BEHN**, Stefan (1985): Öffentliche Verkehrsbedienung in nachfrageschwachen Zeiten - Anforderungen an die Angebotsgestaltung in städtischen Verkehrsgebieten. Verkehrswissenschaftliche Studien 36 des Institutes für Verkehrswissenschaften der Universität Hamburg. Göttingen
- BEREKOVEN**, Ludwig; **ECKERT**, Werner; **ELLENRIEDER**, Peter (1993): Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. Wiesbaden

- BERNARD**, Britta (1997): Verkehrsmittelwahl bei mehrtägigen Klassen- und Kursfahrten - dargestellt am Beispiel Dortmunder Schulen. Diplomarbeit an der Universität Trier. Trier
- BLEYER**, Gunter (1997): Neue Wege in der Mobilitätserziehung. In: Verkehrsclub Deutschland (VCD); Institut für Lehrerfortbildung (IFL) (Hg.): Symposium „Kinder im Verkehr“. Tagungsreader vom 29./30.11.1996 in Hamburg. S. 19-24. Bonn, Hamburg
- BONFADELLI**, Heinz (1990): Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen und Medienkonsum. In: Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hg.): Lebensverhältnisse Jugendlicher - Zur Pluralisierung und Individualisierung der Jugendphase. Materialien zum 8. Jugendbericht (Band 2). S. 81-147. Weinheim, München
- BORTZ**, Jürgen; **DÖRING**, Nicola (1995): Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler. Berlin
- BRACHER**, Tilmann (1993): Fährt denn künftig keiner Rad? Systematische Unterschätzung des Fahrradpotentials. In: Internationales Verkehrswesen. Heft 2 1993, S. 50-55
- BRÖG**, Werner (1993): Mobilitätsverhalten beginnt im Kopf. In: Jahrbuch Ökologie 1993. S. 174-190. München
- BURMEISTER**, Jürgen (1997): Ein Netz für Nachtbummler. In: Bus und Bahn. Heft 9 1997, S. 16-17
- BURWITZ**, Hiltrud; **KOCH**, Henning; **KRÄMER-BADONI**, Thomas (1992): Leben ohne Auto - Neue Perspektiven für eine menschliche Stadt. Reinbeck bei Hamburg
- CERWENKA**, Peter (1996): Zuckerbrot und/oder Peitsche zum Umsteigen auf den ÖPNV? In: Internationales Verkehrswesen. Heft 6 1996, S. 27-30
- COHEN**, Phil (1985): Die Jugendfrage überdenken. In: Lindner, Rolf; Wiebe, Hans-H. (Hg.): Verborgenes im Licht. Neues zur Jugendfrage. Frankfurt a. M.
- DB AG - Deutsche Bahn AG** (1997a): Junge Zielgruppen im Nahverkehr der DB AG. Unveröffentlichte Studie. Frankfurt
- DB AG - Deutsche Bahn AG** (1998): Schriftliche Information der DB AG zur Jugendkampagne „Jetzt kommt Deiner“ vom 02.04.1998
- DEETJEN**, Gottfried (1988): Paradigmawechsel in der Verkehrsplanung und damit verbundene Erwartungen an die Verkehrserziehung. In: Zeitschrift für Verkehrserziehung. Heft 3 1988, S. 61-68
- DEUTSCHE GESETZE** (1996): Jugendgerichtsgesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 11.12.1974. In: Sammlung des Zivil-, Straf- und Verfahrensrechts. Stand 20.10.1996. München
- DIEKMANN**, Andreas; **PREISENDÖRFER**, Peter (1992): Persönliches Umweltverhalten - Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Nr. 44 1992, S. 226-251
- DSW - Dortmunder Stadtwerke AG** (Hg.) (1997a): rundblick Nr. 5. Oktober 1997
- DSW - Dortmunder Stadtwerke AG** (Hg.) (1998): rundblick Nr. 1. Februar 1998
- EUBEL**, Klaus-D. (1995): Verkehr und Erziehung als Problem - Die Entwicklung der (auto-)mobilen Gesellschaft und die Folgen für die Verkehrserziehung der Zukunft. In: Verkehrszeichen. Heft 1 1995. S. 4-10
- FAMILIENBERICHT NRW** (1990): 3. Familienbericht. Landtag Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf

- FGSV** - Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (Hg.) (1986): Schülerverkehr - Fakten und Hinweise für Eltern und Schüler, Schulen, Schulträger, Verkehrsbetriebe und Fahrer. Köln
- FGSV** - Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (Hg.) (1995): Öffentlicher Personennahverkehr: Mobilitätsmanagement - ein neuer Ansatz zur umweltschonenden Bewältigung der Verkehrsprobleme. FGSV-Arbeitspapier Nr. 38. Ausgabe 1995. Köln
- FIEDLER**, Joachim (1992): Stop and go: Wege aus dem Verkehrschaos. Köln
- FIETKAU**, Hans-Joachim; **KESSEL**, Hans (1987): Umweltlernen. In: Calließ, Jörg (Hg.): Handbuch Praxis der Umwelt- und Friedenserziehung. Band 1: Grundlagen. S. 311-315. Düsseldorf
- FLADE**, Antje (1988): Homo mobilis - Verkehr und Mobilität aus umweltpsychologischer Sicht. In: Report Psychologie. Heft 10 1988, S. 26-29
- FLADE**, Antje (1990): Einstellungen zum öffentlichen Verkehr und zur Verkehrsmittelnutzung von Frauen und Männern. In: Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie. Heft 2 1990, S. 218-229
- FLADE**, Antje (1992): Wohnen mit Kindern und Jugendlichen. In: Thema Jugend. Heft 3 1992, S. 7-9
- FLADE**, Antje (1994): Der Straßenverkehr aus der Sicht von Schulkindern. In: Flade, Antje; Kalwitzki, Klaus-P. (Hg.): Mobilitätsverhalten - Bedingungen und Veränderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht. Weinheim
- FLADE**, Antje; **KALWITZKI**, Klaus-P.; **LIMBOURG**, Maria (1996): „Öffentlicher Verkehr“ im Schulunterricht. In: Verkehrszeichen, Heft 2 1996, S. 20-24
- FLADE**, Antje; **LIMBOURG**, Maria (1997): Das Hineinwachsen in die motorisierte Gesellschaft. Darmstadt, Essen
- FLADE**, Antje; **LUDWIG**, Micheler; **EHM**, Christian (1991): Mobilität und Einstellungen 10- bis 17jähriger Schulkinder zum Straßenverkehr. Ergebnisse einer Schulkinderbefragung an der Bernhard-Adelung-Schule in Darmstadt. Darmstadt
- FRANZ**, Peter (1984): Soziologie der räumlichen Mobilität. Eine Einführung. Frankfurt a. M.
- FRIEDRICHS**, Jürgen (1982): Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen
- FUHRER**, Urs (1993): Wohnen mit dem Auto. Zürich
- GEULEN**, Dieter (1991): Die historische Entwicklung sozialisationstheoretischer Ansätze. In: Hurrelman, Klaus; Ulich, Dieter (Hg.): Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. S. 21-54. Weinheim, Basel
- GWINNER**, Regine (1997): Kleine Käufer groß umworben. In: fairkehr spezial 1997, S. 28-30
- HÄGERSTRAND**, Torsten (1970): What about People in Regional Science? In: Regional Science Association Papers. Vol. XXIV. 1970, S. 7-21
- HAUTZINGER**, Heinz (1978): Disaggregierte verhaltensorientierte Verkehrsmodelle: Theorie und praktische Anwendung. In: Zeitschrift für Verkehrswissenschaft. Heft 1 1978, S. 27-54
- HAUTZINGER**, Heinz (1997): Mobilität verstehen - neue Forschungen zum Freizeitverkehr. In: Schaufler, Hermann (Hg.): Umwelt und Verkehr - Beiträge für eine nachhaltige Politik. München, Landsberg am Lech
- HAUTZINGER**, Heinz; **PFEIFFER** Manfred; **TASSAUX**, Brigitte (1994): Mobilität: Ursachen, Meinungen, Gestaltbarkeit. Heilbronn

- HAUTZINGER, Heinz; TASSAUX, Brigitte (1989):** Verkehrsmobilität und Unfallrisiko in der Bundesrepublik Deutschland - Ergebnisbericht im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen. Bergisch-Gladbach
- HEINE, Wolf-D. (1995):** Warum wird das Auto benutzt? - Verkehrsmittelwahlverhalten aus umweltspsychologischer Sicht. In: Internationales Verkehrszeichen, Heft 6 1995, S. 370-377
- HELD, Martin (1980):** Verkehrsmittelwahl der Verbraucher. Beiträge einer kognitiven Motivationstheorie zur Erklärung der Nutzung alternativer Verkehrsmittel. Dissertation. Augsburg
- HELD, Martin (1982):** Verkehrsmittelwahl der Verbraucher. Beiträge einer kognitiven Motivationstheorie zur Erklärung der Nutzung alternativer Verkehrsmittel. Wirtschaftspsychologische Schriften (Band 8). Berlin
- HESSE, Markus (1993):** Die Mobilitätszentrale - Fahrplanbüro oder Schnittstelle für einen ökologisch und sozial angepassten Personenverkehr?. In: Verkehrszeichen. Heft 3 1993, S. 18-21
- HESSISCHES MINISTERIUM FÜR LANDESENTWICKLUNG, WOHNEN, LANDWIRTSCHAFT, FORSTEN UND NATURSCHUTZ (1995):** Stadt für Kinder. Planungshilfe für die städtebauliche Planung. Ohne Erscheinungsort
- HILGERS, Micha (1992):** Zur Psychologie der Verkehrsmittelwahl. In: Apel, Dieter; Holzapfel, Helmut; Kiepe, Folkert; Lehmbrock, Michael; Müller, Peter (Hg.): Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung. 6. Ergänzungslieferung. Bonn
- HOOPMANN, Ralf (1996):** Nachtbusse für den Einzugsbereich von Mittel- und Großstädten - Die Entwicklung vom Discobus zum Nachtbus. In: Verkehrszeichen. Heft 2 1996, S. 15-19
- HORN, Burkhard (1996):** Radverkehrsplanung und -politik in Deutschland - eine Standortbestimmung. In: Verkehrszeichen. Heft 1 1996, S. 9-13
- HUNECKE, Marcel (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. Werkstattberichte 19 des Sekretariats für Zukunftsforschung. Gelsenkirchen
- HURRELMANN, Klaus (1995):** Lebensphase Jugend - eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. Weinheim, München
- ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (1997):** U.MOVE - Jugend und Mobilität. Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenorientierter, intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche. Unveröffentlichte Projektskizze. Dortmund
- INFAS - Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (Hg.) (1994):** Jugendliche und öffentlicher Nahverkehr. Bonn
- INFAS - Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (Hg.) (1997):** Ergebnisse einer Telefonbefragung zu NachtExpress-Nutzern im VRR. Unveröffentlichte Studie. Bonn

- JÄHNICHEN**, Wolfgang (1993): Die differenzierten Bedienungsweisen bei liniengebundenen Verkehren. In: Löcker, Gerhard (Leitung): Handbuch zum Seminar: „Die differenzierten Bedienungsweisen - eine wirtschaftliche Alternative des ÖPNV, insbesondere bei schwacher Verkehrsnachfrage“ am 22./23.11.1993 in Hameln. Hameln
- JANSEN**, Theo (1997): Verkehrs- und Stadtplanung für Kinder und Jugendliche. In: Verkehrsclub Deutschland (VCD); Institut für Lehrerfortbildung (IFL) (Hg.): Symposium „Kinder im Verkehr“. Tagungsreader vom 29./30.11.1996 in Hamburg. S. 44-48. Bonn, Hamburg
- JUGENDWERK DER DEUTSCHEN SHELL** (Hg.) (1981): Jugend '81. Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder. Hamburg
- KALWITZKI**, Klaus.-P.; **RIEDLE**, Hubert (1995): „Mobilität“ im Schulunterricht - Vorschläge und Materialien für eine „neue“ Verkehrserziehung. In: Verkehrszeichen. Heft 1 1995, S. 14-20
- KALWITZKI**, Klaus-P. (1991): Öffentlicher Verkehr im Unterricht. In: Verkehrszeichen. Heft 1 1991, S. 9-13
- KALWITZKI**, Klaus-P. (1993): Einladungen zur Veränderung - Aktionen und Projekte zur „Verkehrswende von unten“. In: Verkehrszeichen. Heft 3 1993, S. 11-17
- KALWITZKI**, Klaus-P. (1994): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Veränderung - Beiträge aus psychologischer Sicht. In: Verkehrszeichen. Heft 4 1994, S. 12-18
- KALWITZKI**, Klaus-P. (1996): Wie kommt der Mensch ins Auto? Zur Sozialisation von Mobilitätsverhalten. In: Georg-Forster-Institut (Hg.): Verkehrswege in die Zukunft - Beiträge der Psychologie. Mainz
- KASPER**, Olaf (1996): ErFahrungen. Über die Bedeutung des Freizeitradverkehrs im Rahmen von Konzepten zur Beeinflussung alltäglicher Verkehrsmittelwahl. Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung. Universität Dortmund. Dortmund
- KREIBICH**, Barbara; **KREIBICH**, Volker; **RUHL**, Gernot (1989): Vom Funktionsraum zum Aktionsraum: Wissenschaftliche Grundlagen für eine Modernisierung der Infrastruktur- und Regionalplanung. In: Informationen zur Raumentwicklung. Heft 1 1989, S. 51-71
- KREIBICH**, Volker (1981): Neue Ansätze zur Simulation des Verkehrsverhaltens. In: Züricher Geographische Studien. Heft 1 1991, S. 211-229
- KROMREY**, Helmut (1995): Empirische Sozialforschung - Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung. Opladen
- KRÜGER**, Heinz-H. (1993): Theoretische und methodische Grundlagen der historischen Jugendforschung. In: Krüger, Heinz-H. (Hg.): Handbuch der Jugendforschung. S. 279-303. Opladen
- KULTUSMINISTERKONFERENZ** (1995): Empfehlungen zur Verkehrserziehung in der Schule. Beschluß der Kultusministerkonferenz vom 07.07.1972 i. d. F. vom 17.06.1994. In: Zeitschrift für Verkehrserziehung. Heft 1 1995, S. 4-6
- KUNERT**, Uwe (1992): Individuelles Verkehrsverhalten im Wochenverlauf. DIW-Beiträge zur Strukturforschung. Heft 130. Berlin
- LENZ**, Karl (1986): Alltagswelten von Jugendlichen - Eine empirische Studie über jugendlichen Handlungstypen. Frankfurt a. M., New York
- LENZ**, Karl (1988): Die vielen Gesichter der Jugend - Jugendliche Handlungstypen in biographischen Portraits. Frankfurt a. M., New York
- LIMBOURG**, Maria (1997): Kinder im Verkehr. Münster

- LITTIG**, Beate (1995): Die Bedeutung von Umweltbewußtsein im Alltag - oder: Was tun wir eigentlich, wenn wir umweltbewußt sind?. Frankfurt a. M.
- LÖCKER**, Gerhard (1993): Die differenzierte Bedienungsweisen - Darstellung der Anwendungsformen. In: Löcker, Gerhard (Leitung): Handbuch zum Seminar: „Die differenzierten Bedienungsweisen - eine wirtschaftliche Alternative des ÖPNV, insbesondere bei schwacher Verkehrsnachfrage“ am 22./23.11.1993 in Hameln. Hameln
- MANGOLD**, Klaus (1997): Mobilitätsmanagement - Konkrete Beiträge der Industrie zur Sicherung der Zukunft. In: Schaufler, Hermann (Hg.): Umwelt und Verkehr - Beiträge für eine nachhaltige Politik. München, Landsberg am Lech
- MARTENS**, Gerd (1983): Verkehrsmittelnutzung und Bedienungsqualitäten: Ein Modell mit Volkszählungsdaten. Schriftenreihe des Instituts für Verkehrsplanung und Verkehrswegebau der Technischen Universität Berlin Nr. 9. Berlin
- MEIER**, Werner (1992): Wie wirken bessere Angebote auf das Verkehrsverhalten?. In: Der Nahverkehr. Heft 1 1992, S. 8-13
- MOLT**, Walter (1990): Verkehrsmittelnutzung. In: Kruse, Lenelis (Hg.): Ökologische Psychologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. S. 555-559. München
- MONHEIM**, Heiner (1997): Kinder und Verkehr - der politisch und planerisch unbewältigte Konflikt unserer Autogesellschaft. In: Verkehrsclub Deutschland (VCD); Institut für Lehrerfortbildung (IFL) (Hg.): Symposium „Kinder im Verkehr“. Tagungsreader vom 29./30.11.1996 in Hamburg. S. 7-17. Bonn, Hamburg
- MONHEIM**, Heiner; **MONHEIM-DANDORFER**, Rita (1990): Straßen für alle - Analysen und Konzepte zum Stadtverkehr der Zukunft. Hamburg
- NEUMANN**, Klaus (1992): Freizeitverhalten von Dortmunder Jugendlichen. Dortmund
- PETERSEN**, Rudolf (1995): Umweltbewußtsein und Umweltverhalten - Das Beispiel Verkehr. In: Joußen, Wolfgang; Hessler, Armin G. (Hg.): Umwelt und Gesellschaft - Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Umweltforschung. S. 89-104. Berlin
- PEZ**, Peter (1989): Verkehrsmittelwahl im Stadtverkehr und ihre Beeinflußbarkeit - Ergebnisse eines Forschungsseminars zum Stadtverkehr Kiels an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Kiel
- PRASCHL**, Michael; **RISSER**, Ralf (1995): Verkehrsmittelwahl: Gute Vorsätze und Realität. In: Zeitschrift für Verkehrssicherheit. Heft 1 1995, S. 23-29
- PROJEKTGRUPPE ÖKOLOGIE** (1996): Probleme und Perspektiven eines automobilisierten Lebensstils Jugendlicher - Mobilität im Lebenszusammenhang Jugendlicher als Gegenstand ökologischer Bildung. In: Evangelische Akademien in Deutschland e. V. (Hg.): Zukunftsforum Jugend 2000. Sonderheft 1996. Bad Boll
- PUSCHEL**, Michael; **ROES**, Jochen; **RÜMKE**, Markus (1994): Integraler Taktfahrplan Rheinhessen. Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung. Universität Dortmund. Dortmund
- RENNSPIEB**, Uwe (1997): Fremdwerbung auf Linienbussen: Lukrative Zusatzeinnahmen oder verschenkte Eigennutzen?. In: Bus und Bahn. Heft 6 1997, S. 15-17
- REUTTER**, Oscar; **REUTTER**, Ulrike (1996): Autofreies Leben in der Stadt: autofreie Stadtquartiere im Bestand. Dortmund
- RHEINISCHE POST** (1998): Ausgabe vom Freitag, den 13. Februar 1998. Nr. 37

- ROGGE**, Hans-Jürgen (1981): Marktforschung - Elemente und Methoden betrieblicher Informationsgewinnung. München, Wien
- SCHÄFER**, Karl Heinz (1993): Öffentlichkeitsarbeit in der Verkehrsplanung. In: Apel, Dieter; Holzapfel, Helmut; Kiepe, Folkert; Lehmbrock, Michael; Müller, Peter (Hg.): Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung. 3. Ergänzungslieferung. Bonn
- SCHÄFERS**, Bernhard (1982): Soziologie des Jugendalters - eine Einführung. Opladen
- SCHLAG**, Bernhard (1989): Neue Orientierungen. In: Zeitschrift für Verkehrserziehung. Heft 4 1989. S. 30-34
- SCHMIDT**, Lieselotte (1994): Mobilität und verantwortliches Handeln: Verkehrs- und umweltspsychologische Beiträge zu einem neuen Mobilitätsverständnis. In: Verkehrszeichen. Heft 4 1994, S. 7-11
- SCHMIDT**, Lieselotte; **LITTIG**, Beate (1994): Umweltlernen im Betrieb am Beispiel der Verkehrsmittelwahl auf dem Arbeitsweg. In: Flade, Antje; Kalwitzki, Klaus-P. (Hg.): Mobilitätsverhalten - Bedingungen und Veränderungsmöglichkeiten aus umweltspsychologisches Sicht. Weinheim
- SCHMIDT-FREITAG**, Wilhelm (1996): Zielgruppe: Jugendliche - Entwicklung und Umsetzung eines Marketing-Konzepts. In: Der Nahverkehr. Heft 4 1996, S. 14-20
- SCHMITZ**, Britta B. (1994): Mobilitätsmotive: Warum ist der Mensch mobil?. In: Flade, Antje; Kalwitzki, Klaus-P. (Hg.): Mobilitätsverhalten - Bedingungen und Veränderungsmöglichkeiten aus umweltspsychologisches Sicht. Weinheim
- SCHNELL**, Rainer; **HILL**, Paul B.; **ESSER**, Elke (1995): Methoden der empirischen Sozialforschung. München
- SCHRÖDER**, Richard (1995): Kinder reden mit! Beteiligung an Politik, Stadtplanung und Stadtgestaltung. Weinheim, Basel
- SCHULTE**, Reinhard (1993): Besondere Anforderungen an Fahrgastinformation und Marketing beim Einsatz differenzierter Bedienungsweisen. In: Löcker, Gerhard (Leitung): Handbuch zum Seminar: „Die differenzierten Bedienungsweisen - eine wirtschaftliche Alternative des ÖPNV, insbesondere bei schwacher Verkehrsnachfrage“ am 22./23.11.1993 in Hameln. Hameln
- SCHULZE**, Horst (1996): Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen. Bergisch-Gladbach
- SCHUSTER**, Gottfried; **KRAUSE**, Juliane (1984): Radfahren in der Stadt: Wegewahlverhalten von Radfahrern. Die Bedeutung der Umwegeempfindlichkeit für die innerstädtische Verkehrsplanung. Technische Universität Braunschweig. Braunschweig
- SELLE**, Klaus (1995): Neue Planungskultur - Raumplanung auf dem Weg zum kooperativen Handeln?. Beitrag zur Ringvorlesung „Was ist Raumplanung?“ am 1. Februar 1995. Dortmund. Dortmund
- SILBEREISEN**, Rainer K.; **VASKOVIC**, Laszlo A.; **Zinnecker**, Jürgen (Hg.) (1996): Jungsein in Deutschland - Jugendliche und junge Erwachsene 1991 und 1996. Opladen
- SPADA**, Hans (1990): Umweltbewußtsein: Einstellung und Verhalten. In: Kruse, Lenelis (Hg.): Ökologische Psychologie: Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. S. 623-632. München
- SPITTA**, Philipp (1997): Kinder im Verkehr - Neue Konzepte der Verkehrserziehung in der Primarstufe. Bonn

- STADT DORTMUND** - Schulverwaltungsamt (1997a): Amtliche Schulstatistik der Stadt Dortmund. Dortmund
- STADT DORTMUND** - Statistik und Wahlen (1997b): Dortmunder Statistik - Die Dortmunder Bevölkerung im Jahre 1996. Dortmund
- STADT DORTMUND** (1998): <http://www.Dortmund.de>
- STATISTISCHES BUNDESAMT** (1996): Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik 1996. Wiesbaden
- TRÄNKLE**, Ulrich (1983): Fragebogenkonstruktion. In: Feger, Hubert; Bredenkamp, Jürgen (Hg.): Enzyklopädie der Psychologie. Band 2: Datenerhebung. S. 222-302. Göttingen
- TULLY**, Claus J.; **WAHLER**, Peter (1996): Umweltbewußt, aber mobil - Von den Widersprüchen des Hineinwachsens in die Mobilitätsgesellschaft. In: Deutsche Jugend. Heft 1 1996, S. 20-27
- VCD** - Verkehrsclub Deutschland Kreisverband Dortmund; **STADT DORTMUND** - Umweltamt (Hg.) (1995): Mobil in Dortmund - Ein Leitfaden für Dortmunder Verkehrsteilnehmer. Dortmund
- VCD** - Verkehrsclub Deutschland; **DKSB** - Deutscher Kinderschutzbund (1996): Eckpunkte für einen kinderfreundlichen Verkehr: Forderungen des VCD und des DKSB zur Situation von Kindern im Verkehr. In: Zeitschrift für Verkehrserziehung. Heft 2 1996, S. 12-14
- VCÖ** - Verkehrsclub Österreich (Hg.) (1996): Frauen und Mobilität. Wien
- VERKEHR IN ZAHLEN** (1996). Herausgeber: Der Bundesminister für Verkehr, Bonn; Bearbeitung: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). Berlin, Bonn
- VERKEHR IN ZAHLEN** (1997). Herausgeber: Der Bundesminister für Verkehr, Bonn; Bearbeitung: Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). Berlin, Bonn
- VERRON**, Hedwig (1986): Verkehrsmittelwahl als Reaktion auf ein Angebot: Ein Beitrag der Psychologie zur Verkehrsplanung. Dissertation. Berlin
- VERRON**, Hedwig (1988): Verkehrsmittelnutzung aus der Sicht der Handlungstheorie. In: Technische Universität Berlin (Hg.): Fahrrad Zukunft Kultur Planung Technik. Tagungsbericht eines Symposiums an der TU Berlin 1987. S. 38-43
- VRR** - Verkehrsverbund Rhein Ruhr (Hg.a): Verkehr - Ideen - Verbund. Das Kundenmagazin des VRR. Gelsenkirchen
- VRS** - Verkehrsverbund Rhein-Sieg (VRS) (1995): Schulberatung - Verkehrsverbund Rhein-Sieg. In: Zeitschrift für Verkehrserziehung. Heft 4 1995, S. 3-5
- WALTHER**, Klaus (1991): Maßnahmenreagibler Modal-split für den städtischen Personentransport - theoretische Grundlagen und praktische Anwendung. Aachen
- WITTENBERG**, Hans-Udo (1993): Zusammenarbeit zwischen den Verkehrs- und Vertragspartnern aus Sicht eines Verkehrsbetriebes. In: Löcker, Gerhard (Leitung): Handbuch zum Seminar: „Die differenzierten Bedienungsweisen - eine wirtschaftliche Alternative des ÖPNV, insbesondere bei schwacher Verkehrsnachfrage“ am 22./23.11.1993 in Hameln. Hameln

Broschüren und Informationsblätter

- DB AG** - Deutsche Bahn AG (1997b): DB-Design-Förderpreis „Erlebniswelt Nahverkehr für Jugendliche“. Frankfurt
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (1997b): Anruf-Sammel-Taxi: Unser Angebot in Schnee und Großholthausen. Dortmund
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (1997c): Anruf-Linien-Taxi: Die Linie 488 Lanstrop - Kurl - Husen. Dortmund
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (1997d): Fahrrad-Mitnahme. Dortmund
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (1997e): Bus und Bahn von A bis Z. Dortmund
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (1997f): Die InfoLinie auf dem Dortmunder Weihnachtsmarkt. Dortmund
- DSW** - Dortmunder Stadtwerke AG (o. J.): NachtExpress - Wir bringen Sie nach Hause. Dortmund
- VRR** - Verkehrsverbund Rhein Ruhr (1997b): Die ultimative Mobilität für alle Schüler und Azubis: YoungTicket. Gelsenkirchen

Gesprächsliste

- **DORTMUNDER STADTWERKE AG**, Gespräche u. a. am 03.09.1997, 30.11.1997, 16.01.1998, 09.02.1998 mit unterschiedlichen Mitarbeitern
- **EISENSTEIN**, Bernd: Fachhochschule Heide; FINEIS INSTITUT; Gespräch u. a. am 15.11.1997, 10.01.1998, 23.01.1998
- **JANßEN**, Regine: Jugendring Dortmund; Gespräche am 02.10. und 08.10.1997
- **MONHEIM**, Heiner: Universität Trier; Gespräch am 22.09.1997
- **SCHULVERWALTUNGSAMT DER STADT DORTMUND**: Telefonat am 16.02.1998
- **TELGENBÜSCHER**, Thomas: CarSharing GmbH Dortmund; Telefonat am 10.11.1997 und 01.04.1998
- **THABE**, Sabine: Universität Dortmund, Fachgebiet Soziologische Grundlagen; Gespräch im November 1997
- **WALTHER**, Roland: Deutsche Bahn AG, Geschäftsbereich Nahverkehr, Marketing; Gespräche am 03.11.1997 und 18.02.1998

Anhang I: Fragebogen

Diplomarbeit ÖPNV-Befragung
--

Datenbogen Nr.:

Standort:

Erhebungsdatum:

Interviewer:

1	Wie schätzen Sie aus Ihrer persönlichen Sicht die aktuelle Verkehrssituation in Dortmund ein? (<i>1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = mittel, 4 = schlecht, 5 = sehr schlecht</i>)	
2	Inwieweit treffen die folgenden Aussagen aus Ihrer ganz persönlichen Sicht zu? <i>(1 = trifft voll zu, 2 = trifft zu, 3 = teils/teils, 4 = trifft nicht zu, 5 = trifft gar nicht zu, 0 = keine Einschätzung möglich)</i>	Ich habe den Eindruck, daß die DSW sich bemühen, mich über ihre Angebote zu informieren. Das Angebot der ÖV muß ausgebaut werden. Die Möglichkeiten zu Fuß gehen zu können, müssen verbessert werden. Die InfoLinie ist mir in der Presse aufgefallen. Die Möglichkeiten mit dem Auto/Motorrad zu fahren, sind zu verbessern Die Radwege müssen ausgebaut werden. Ich habe die Angebote der InfoLinie schon genutzt.
3	Werden Sie durch die Dortmunder Stadtwerke gut beraten? (<i>0 = nein, 1 = ja</i>)	
4	Wie lautet die Nummer des Servicetelefon der Dortmunder Stadtwerke?	
5	Es wird geplant, die Serviceleistungen für Kunden im ÖV zu verbessern. Sagen Sie mir bitte, wie interessant die einzelnen Angebote für Sie sind. <i>(1 = sehr interessant, 2 = interessant, 3 = teils/teils, 4 = uninteressant, 5 = sehr uninteressant, 0 = keine Einschätzung möglich)</i>	Verkauf von Eintrittskarten Vermittlung von Autovermietung Fahrplanauskünfte für den Öffentlichen Verkehr Planung + Organisation von Fahrradtouren Gepäckzustellservice Fahrplanauskunft für die DB AG Vermittlung von Fahrgemeinschaften Verkauf von Shop-Artikeln Fahrkartenverkauf für die DB AG Vermittlung von Car-Sharing (gemeinschaftliche Nutzung von Autos in einer Vereinigung)
6	Gibt es weitere Serviceleistungen der Verkehrsunternehmen, die für Sie ganz persönlich interessant wären?	
7	Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute in die Innenstadt gekommen? (Bitte nur 1 Nennung!) (<i>1 = zu Fuß, 2 = Fahrrad; 3 = Moped (80er, 50er, 25er); 4 = Motorrad; 5 = Bus/Bahn; 6 = als Mitfahrer im Auto; 7 = als Selbstfahrer im Auto; 8 = Taxi; 9 = Inline-Skates; 10 = Sonstiges</i>)	

Fortsetzung:

8	Mit welchem Verkehrsmittel gelangen Sie hauptsächlich ... (Bitte nur eine Nennung!; Hin- und Rückweg zusammen) (1 = zu Fuß; 2 = Fahrrad; 3 = Mofa; 4 = Motorrad; 5 = Bus/Bahn; 6 = als Mitfahrer im Auto; 7 = als Selbstfahrer im Auto; 8 = Taxi; 9 = InLine-Skates 10 = Sonstiges)	... zur Arbeit	
		... zur Schule/ Berufsschule/Uni	
		... zum Einkaufen	
		... zu Freunden/ Bekannten	
		... zum abendlichen Freizeittreff	
		... zum Ausflugsziel am Wochenende	
		... zu Großveranstaltungen	
9	Über welche Verkehrsmittel verfügen Sie persönlich? (1 = (fast) immer, 2 = häufig, 3 = selten, 4 = (fast) nie, 5 = nie, 0 = keine Einschätzung möglich)	Pkw	
		Fahrrad	
		Motorrad	
		Moped (80er, 50er, 25er)	
10	Wie viele Autos gibt es in Ihrem Haushalt?		
11	Verfügen Sie über eine Zeitkarte der Dortmunder Stadtwerke oder der DB AG? (0 = Nein; 1 = Ja) (z. B. Ticket2000, YoungTicket(-Extra), Semesterticket, Schülermonatskarte, BahnCard)		
12	Darf ich fragen wie alt Sie sind?		
	<u>Geschlecht</u> (notieren, ohne zu fragen) (1 = männlich; 2 = weiblich)		
13	Besitzt Du einen Führerschein? Wenn ja, bitte gib die Führerscheinklassen an. (0 = Nein; 1 = Klasse 1; 2 = Klasse 1a; 3 = Klasse 1b; 4 = Klasse 2; 5 = Klasse 3; 6 = Klasse 4; 7 = Klasse 5; 8 = Mofabescheinigung)		
14	Besitzt Du ein <u>eigenes</u> Fahrzeug? (Mehrfachnennungen möglich! (0 = Nein; 1 = Auto; 2 = Car-Sharing; 3 = Motorrad; 4 = Moped 80er; 5 = Moped 50er; 6 = Moped 25er; 7 = Fahrrad)		
15	Bitte sage mir, inwieweit folgende Aussagen voraussichtlich auf Dich zutreffen. (1 = trifft voll zu, 2 = trifft zu, 3 = teils/teils, 4 = trifft nicht zu, 5 = trifft gar nicht zu, 0 = keine Einschätzung möglich)	(Nur für Jugendliche unter 18 Jahre)	
		Ich mache mit 18 meinen Autoführerschein.	
		Ich kaufe mir mit 18 ein eigenes Motorrad.	
		Ich kaufe mir mit 18 ein eigenes Auto.	
		Ich werde ab 18 hauptsächlich mit dem Auto fahren.	
16	Welche Gründe sprechen Deiner Meinung nach für ein eigenes Auto?		
17	Bitte sage mir, inwieweit folgende Aussagen auf Dich zutreffen. (1 = trifft voll zu, 2 = trifft zu, 3 = teils/teils, 4 = trifft nicht zu, 5 = trifft gar nicht zu, 0 = keine Einschätzung möglich)	Einen Autoführerschein zu haben, bedeutet ...	
		... Unabhängigkeit	
		... freie Wahl des Verkehrsmittels	
		... Schnelligkeit	
		... erwachsen werden	
		... anerkannt werden	
		... Freiheit	

Fortsetzung:

18	Worauf würdest Du besonderen Wert legen, wenn Du ein Fahrzeug (Bus/Bahn) des ÖV gestalten dürftest?						
19	Sind Dir folgende Angebote des Öffentlichen Verkehrs bekannt? (0 = nein, 1 = ja)	YoungTicket(-Extra)					
		Mitnahmemöglichkeit des Rades im ÖV					
		Anruf-Sammel-Taxi					
		NachtExpress					
		Schülermonatskarte					
		Anruf-Linien-Taxi					
		Kombinationsmöglichkeit von Bus + Taxi					
		Bahntours in Kombination mit 1Live					
PopFone der DB AG							
20	Wie interessant sind die folgenden neuen Angebote für Dich persönlich? (1 = sehr interessant, 2 = interessant, 3 = teils/teils, 4 = uninteressant, 5 = sehr uninteressant, 0 = keine Einschätzung möglich)	Möglichkeit an Wochenenden ein Angebot zu nutzen, um mit Großgruppen zu Auswärtsveranstaltungen zu kommen					
		Möglichkeit sich mit anderen ein Auto zu teilen, um so kein eigenes Fahrzeug besitzen zu müssen					
		Gruppenangebote, die es ermöglichen, gemeinsam mit Freunden Busse/Bahnen billiger zu nutzen					
		Eine preiswerte Netzkarte, die Dir die Nutzung von Bussen/Bahnen im gesamten VRR-Gebiet für ein Jahr erlaubt					
		Möglichkeit einen speziell für junge Leute entwickelten Waggon/Bus zu nutzen					
		Verleih von Verkehrsmitteln (z. B. Fahrräder) an den Bahnhöfen					
		Beratung über das Internet					
		Mitgliedschaft in einem Club 'junger Testfahrer', in dem Angebotsvorschläge getestet werden					
		Fahrrad-Einschließmöglichkeit am Bahnhof					
		automatische Zusendung der Fahrpläne					
Sonstiges, und zwar ...							
21	Kannst Du Dir vorstellen, Freizeiteinrichtungen, die in Bahnhofsgebäuden untergebracht sind, zu nutzen? (0 = nein, 1 = ja)	Rockfestival im Bahndepot					
		Internetcafe					
		Sporteinrichtungen (z. B. Skate-Bahn)					
		Discothek					
		Sonstiges, und zwar ...					
22	Sind die Angebote des ÖV zu den angegebenen Zeiten für Deine Zwecke ausreichend? (0 = nein, 1 = ja)	<u>Werktags</u>		<u>Samstags</u>		<u>Sonntags</u>	
		vor 9 Uhr		vor 9 Uhr		vor 9 Uhr	
		9 - 19 Uhr		9 - 19 Uhr		9 - 19 Uhr	
		nach 19 Uhr		nach 19 Uhr		nach 19 Uhr	
23	Bitte bewerte die folgenden Aussagen zu den Öffentlichen Verkehrsmitteln. (1 = trifft voll zu, 2 = trifft zu, 3 = teils/teils 4 = trifft nicht zu, 5 = trifft gar nicht zu, 0 = keine Einschätzung möglich)	Bei Fahrten in Bus/Bahn möchte ich zusammen mit Freunden sitzen, reden und Spaß haben					
		Öffentliche Verkehrsmittel sind pünktlich					
		Die Ausstattung der Fahrzeuge ist angenehm					
		Die Preise im Öffentlichen Verkehr halte ich für angemessen					
		An den Bahnhöfen/Haltestellen fehlen mir Möglichkeiten, um die Wartezeiten zu überbrücken					
		Mit Bus und Bahn zu fahren, finde ich cool					
		Meine Eltern fahren oft mit Öffentlichen Verkehrsmitteln					

Fortsetzung:

	(ab hier 2. Interviewkarte)	Das Dortmunder Liniennetz im Öffentlichen Verkehr verbindet alle für mich relevanten Ziele	
		Die Werbung für den Öffentlichen Verkehr spricht mich an	
		Eigentlich benötige ich kein eigenes Auto. Hauptsache es ist da, wenn ich es brauche	
		Meine Eltern fahren mich in meiner Freizeit oft mit dem Auto, da Öffentliche Verkehrsmittel keine Alternative sind	
		Mir gefällt die Außengestaltung der Fahrzeuge des ÖV	
		Abends/nachts vermisse ich spezielle Angebote für Jugendliche	
		Mit Öffentlichen Verkehrsmitteln gelangt man schnell zum Ziel	
24	Welche Mängel fallen Dir zu den Öffentlichen Verkehrsmittel spontan ein?		
25	Wenn Du die Öffentlichen Verkehrsmittel mal insgesamt betrachtest, was sollte Deiner Meinung nach speziell für Jugendliche verbessert werden?		
		Und nun noch einige Fragen zu Deiner Person	
26	Welche Staatsbürgerschaft hast Du? (1 = deutsch; 2 = ausländisch)		
27	Welche Schule hast Du zuletzt besucht bzw. besuchst Du? (1 = Hauptschule, 2 = Realschule, 3 = Gesamtschule, 4 = Gymnasium, 5 = Berufsschule, 6 = Fachhochschule, 7 = Universität, 8 = Sonstiges)		
28	Gib mir bitte bei den folgenden Einnahmequellen an, ob Du aus ihnen regelmäßig Geld beziehst (0 = nein, 1 = ja)	Taschengeld von Eltern oder Verwandten	
		Ausbildungsvergütung	
		Lohn aus fester Erwerbstätigkeit	
		Geld aus unregelmäßigen Jobs	
		Staatliche Mittel (z. B. Stipendien, Renten, BAFöG)	
29	Wohnst Du bei Deinen Eltern oder in einer eigenen Wohnung? (0 = nein, 1 = ja)	bei den Eltern	
		bei der Mutter	
		beim Vater	
		in einer Wohngemeinschaft	
		allein in einer Wohnung/Zimmer	
		mit Freundin/Freund in einer Wohnung	
30	Wie viele Personen leben ständig in Deiner Familie, Du selbst mit eingeschlossen?		
31	Wärst Du bereit, zu einem späteren Zeitpunkt an einem weiteren ausführlichem Interview teilzunehmen? (Adresse bzw. Name und Telefonnummer notieren!)		

Anhang II: Unterlagen zur Befragung**Schulung und Verhaltensregeln der Interviewer****Die Schulung der Interviewer erstreckte sich auf folgende Bereiche:**

1. Erläuterung der geplanten Untersuchung
2. Erläuterung des Fragebogens (Erklärung aller Fragen, Besonderheiten zu einzelnen Fragen, Filterführung, Vorgehen bei den Karten und offenen Fragen)
3. Hinweise zur Einführungsformel
4. Verhaltensregeln zur Erhebungssituation, insbesondere zum nonverbalen Verhalten
5. Erläuterung der Dokumentation der Antworten
6. Darstellung der Möglichkeiten, Kontakt mit den Befragten aufzunehmen, Einübung der „Vorstellungsformel“
7. Zahl der Interviews pro Interviewer und Quotenvorgabe

Verhaltensregeln für Interviewer:

Du übernimmst eine interessante, aber auch verantwortungsvolle Aufgabe. Der Erfolg meiner Befragung hängt wesentlich von Deinem Kontaktvermögen und von Deiner Zuverlässigkeit ab. Bei Deiner Arbeit beachte bitte folgende Regeln:

1. Du erhältst von mir genaue Anweisungen über Tag, Standort, Zeit und Umfang Deiner Interviewer-Tätigkeit.
2. Sieh Dir den Fragebogen vor Beginn der Befragungen noch einmal sehr genau an.
3. Sprich die zu befragenden Personen höflich, aber bestimmt an. Vergiß nicht die Begrüßung und den Einleitungssatz, und beginne dann mit der ersten Frage.
4. Strahle als Interviewer Ruhe, Wärme und Freizügigkeit (als Gegensatz etwa zu Intoleranz) aus. Der Befragte darf nicht den Eindruck gewinnen, es handle sich um eine Prüfungssituation.
5. Lies die Fragen beim Interview wörtlich vor. Notiere bitte die Antworten sofort und vollständig.
6. Halte die Reihenfolge der Fragen bitte unbedingt ein.
7. Lasse Dich sich nicht aus dem Konzept bringen. Leite stets unmittelbar auf den Fragebogen zurück.
8. Widersprüche in den Antworten des Befragten dürfen nicht korrigiert werden.
9. Du mußt Dich gegenüber den befragten Personen und deren Antworten absolut neutral verhalten. Erzwungene Antworten sind ebenso wertlos wie die Hinzufügung Deiner Meinung. Notiere gegebenenfalls „ohne Meinung“.
10. Deine Eintragungen im Fragebogen müssen lesbar sein.
11. Jedes Interview bleibt anonym. Falls erforderlich, weise die Befragten darauf hin.
12. Unvorhergesehene Störungen oder plötzlich auftretende Unklarheiten sind sofort durch Rückfrage zu klären, damit Ablauf und Ergebnis der Gesamtuntersuchung nicht gefährdet werden.
13. Verlasse bitte nicht Deinen Interview-Standort ohne vorherige Rücksprache mit mir.
14. Bei Beendigung des Interviews bedanke und verabschiede Dich höflich.

Interviewerausweis

<p>Dortmunder Stadtwerke </p> <p><i>ÖPNV-Befragung</i></p> <p>Interviewer/-in: <u>Sven Groß</u></p> <p>Universität Dortmund Sven Groß Lessingstr. 4; 44 147 Dortmund</p>

Informationsblatt für die Interviewer zur Befragung**Hinweise für die Erklärung der Befragungsinhalte und zur Befragungssituation:**

- Wir führen für eine Diplomarbeit an der Universität Dortmund in Kooperation mit den Dortmunder Stadtwerken eine Befragung zum Öffentlichen Personennahverkehr in Dortmund durch und sind besonders an Deiner Meinung interessiert.
- Die folgenden Fragen sind für Jugendliche zwischen 13 und 21 Jahren gedacht, da die speziellen Wünsche und Anforderungen an den Öffentlichen Personennahverkehr von Dir/Euch von Interesse sind.
- Der Fragebogen enthält eine Reihe von Aussagen zum Themenfeld „Mobilitätsverhalten von Jugendlichen“. Bei den Aussagen möchten wir den Grad Deiner Zustimmung oder Ablehnung erfragen. Es gibt natürlich keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten, sondern nur Deine persönliche Einschätzung. Du solltest vor der Beantwortung nicht lange überlegen, sondern nach Möglichkeit spontan antworten und keine Antwort unbeantwortet lassen.
- Wenn im folgenden vom Öffentlichen Verkehr die Rede ist, dann sind immer die Verkehrsmittel „Bus und Bahn inklusive Stadtbahn und Straßenbahn“ gemeint.
- Deine Angaben werden selbstverständlich **anonym** behandelt und **nicht** an Dritte weitergegeben
- Wir danken Dir für Deine Mitarbeit und Unterstützung!!!

Anhang III: Klassifizierung der offenen Fragen

Tabelle 1: Gründe für ein eigenes Auto

Frage: Welche Gründe sprechen Deiner Meinung nach für ein eigenes Auto? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle ⁵⁸
keine Angabe getätigt	15	4,9
„extra-motives“	205	67,4
Unabhängigkeit (unabhängig; unabhängiger; keine Abhängigkeit vom ÖV; freie Entscheidung)	70	23,0
Mobilität (mobil; mobiler; mehr Mobilität; Mobilität insbesondere am Wochenende und außerhalb von Großstädten)	34	11,2
Bewegungsfreiheit (man kommt überall hin; man kann mehr und weiter wegfahren; man kann dann und dahin fahren, wenn man will)	30	9,7
Unabhängigkeit von Zeit (nicht auf bestimmte Fahrzeiten angewiesen; man kommt besser nachts von der Disco nach Hause; Auto immer verfügbar; freie Zeiteinteilung)	23	7,6
Schnelligkeit	9	3,0
Selbständigkeit	9	3,0
Freiheit	7	2,3
Bewegungsfähigkeit (Beweglichkeit)	6	2,0
sozialer Kontakt (Spaß haben; spaßig; es ist lustig mit Freunden Auto zu fahren)	6	2,0
Status (man kann mit einem Auto angeben; Auto ist schön und sportlich; Ansehen; besser zu fahren; besser unterwegs)	6	2,0
Rumheizen können	2	0,7
Image	1	0,3
technische Faszination (Technik geil)	1	0,3
„Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“/ „common-sense“-Motive	166	54,6
Reisegeschwindigkeit (schneller am Ziel; Zeitersparnis; längere Strecken gehen schneller)	46	15,1
Bequemlichkeit (gemütlicher; komfortabler; bequemer; warm)	44	14,5
Flexibilität	31	10,2
Bequemlichkeit (praktischer; besser bei Faulheit; nicht mehr laufen)	12	4,0
Kosten (bei längeren Strecken Auto günstiger; ÖV zu teuer)	6	2,0
Fahrzeugausstattung (Musik)	6	2,0
Pünktlichkeit (keine Unpünktlichkeit)	4	1,3

⁵⁸ Die Anzahl der Fälle ist bei allen Tabellen auf die 304 Befragten bezogen.

Fortsetzung:

Frage: Welche Gründe sprechen Deiner Meinung nach für ein eigenes Auto? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle
„Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“/ „common-sense“-Motive		
Erreichbarkeit (Ziele sind gut erreichbar; Ziele sind mit Auto leichter zu erreichen (Urlaub, Holland u.ä.))	4	1,3
individuelle Atmosphäre (man fährt alleine; kein Gedränge)	3	1,0
Gepäcktransport/Transportmöglichkeit	3	1,0
Entfernung zur Haltestelle (Haltestellen zu weit weg; Anfahrtsweg zu den Haltestellen)	3	1,0
Möglichkeit der Personenmitnahme (man kann Mitfahrer mitnehmen; mit Freunden zusammen etwas unternehmen können)	3	1,0
Zuverlässigkeit	1	0,3
„Verkehrssystem“	35	11,5
Verkehrsangebot (ÖV-Verbindungen; ÖV-Netz schlecht)	11	3,6
Wartezeit (keine Wartezeiten)	8	2,6
Verkehrsangebot (Nachtverbindungen des Öffentlichen Verkehrs sind schlecht; zu wenig NachtExpress)	6	2,0
Sicherheit	5	1,6
Vorhandensein von Parkplätzen am Zielort (durch Parken direkt am Zielort; in City wegen fehlender Parkplätze kein Auto, sonst gut)	4	1,3
Restriktionen („Stau“)	1	0,3
„Aktivitätenprogramm“	25	8,2
Wegeaufwand (bei weiter Entfernung bzw. bei weiten Wegen Auto besser)	11	3,6
Lage des Arbeits-/Ausbildungsortes (berufliches Pendeln; bessere Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes; bequem zur Schule fahren)	6	2,0
Freizeitwege (man kann besser zur Arbeit, Freunden oder Einkaufen fahren; besser zu Parties; Freizeitwahl; um in die Stadt zu fahren, Freunde abholen oder in die Disco fahren; ins Ausland fahren)	5	1,6
Lage des Einkaufsortes (zum Einkaufen in der Stadt; besser zum Einkaufen)	2	0,7
besser auf dem Lande	1	0,3
„Wahrnehmung der Verkehrsmittelnutzung“	21	8,2
Unabhängigkeit von anderen Personen (nicht auf andere Personen (Eltern oder Freunde) angewiesen sein)	12	4,0
Wetterunabhängigkeit	5	1,6
Einfachheit der Nutzung	3	1,0
Erlebniswert (ist schöner mit Auto zu fahren)	1	0,3

Fortsetzung:

Frage: Welche Gründe sprechen Deiner Meinung nach für ein eigenes Auto? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle
„Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Infrastruktur“	5	1,6
Auto lohnt sich in der Stadt nicht, sondern nur auf dem Lande	2	0,7
mit Auto direkter Fahrweg/ÖV-Verbindungen umständlich	2	0,7
leichtere Wegeverbindungen	1	0,3
Sonstiges	11	3,6
es gibt keine Gründe für ein Auto	4	1,3
Fahrpraxis/-erfahrung	2	0,7
Auto uninteressant	1	0,3
mit 18 keine Schülerkarte mehr	1	0,3
man ist nicht mit fremden Leuten zusammen	1	0,3
Problem, daß man bei Feten nichts trinken kann	1	0,3
Auto ist aber teuer	1	0,3
Gesamt	483	158,9

Tabelle 2: Mängel der Öffentlichen Verkehrsmittel

Frage: Welche Mängel fallen Dir zu den Öffentlichen Verkehrsmitteln spontan ein?	Nennungen	% der Fälle
keine Angaben getätigt	49	16,1
Mängel bezüglich der „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften I“	156	51,3
Unpünktlichkeit	77	25,3
Sauberkeit der Fahrzeuge (hier: Beschädigungen; dreckig; schmutzig; beschmiert und schlechte Luft; riecht muffig)	57	18,8
Sauberkeit der Fahrzeuge (hier: mangelnde Sauberkeit und Schmutz; fehlende Papierkörbe)	22	7,2
Mängel bezüglich des „Verkehrssystems“	145	47,7
Umsteigenotwendigkeit, -häufigkeit und -wartezeit (Anschlußverbindungen sind unzureichend; Busse warten nicht auf Bahnen oder umgekehrt; zu lange Wartezeiten; zu oft umsteigen)	37	12,1
Tarifniveau/Kosten (Preise sind für Jugendliche zu hoch; Einzelfahrscheine zu teuer; Altersabstufung schlecht)	30	9,8
Verkehrsangebot (Angebote des Öffentlichen Verkehrs abends und nachts sind schlecht; zu wenig NachtExpresslinien; schlechter Takt)	25	8,2
Verkehrsangebot (Angebot des Öffentlichen Verkehrs ist allgemein unzureichend)	21	6,9
Beförderungszeit (mit Öffentlichem Verkehr sind die Fahrzeiten länger; ÖV zu langsam)	10	3,3
Lage und Ausstattung der Haltestellen (fehlende Beleuchtung, Überdachung oder Sitze an den Haltestellen; an Ampeln sollte man aussteigen können; Bus hält zu oft an; Haltestellen nicht immer dort, wo man hin will)	8	2,6
Mängel bezüglich der „Wahrnehmung der verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften II“	132	43,4
Verhalten des Personals (Unfreundlichkeit gegenüber Jugendlichen bzw. allgemein; zu schnelles Anfahren bzw. Fahrweise)	38	12,5
Platzbedarf (überfüllt; zu eng; zu wenig Sitzplätze)	38	12,5
Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit	20	6,6
individuelle Atmosphäre (schlechte Heizungen; Platzenge; Rauchen verboten; Fenster nicht zu öffnen)	12	4,0
Design (Gestaltung und Aussehen der Fahrzeuge)	10	3,3
Fahrzeugausstattung (keine Musik; Innengestaltung)	5	1,6
Zuverlässigkeit	5	1,6
möglicher Gepäck-, Kinderwagen, Fahrrad- und Rollstuhltransport (für Kinderwagen kein Platz; keine Behinderteneignung)	3	1,0
Flexibilität (nicht flexibel)	1	0,3

Fortsetzung:

Frage: 'Welche Mängel fallen Dir zu den Öffentlichen Verkehrsmitteln spontan ein?'	Nennungen	% der Fälle
Mängel bezüglich des „Verkehrssystems“		
Verkehrsangebot (Angebot des Öffentlichen Verkehrs ist am Wochenende schlecht)	6	2,0
Sicherheit (zu wenig Sicherheit)	5	1,6
Restriktionen (Stau; Bahnen fallen zu oft aus)	3	1,0
Mängel bezüglich der „Informationen über das Verkehrssystem“	6	2,0
Fahrplanverfügbarkeit (Fahrpläne beschmiert, kaputt oder nicht vorhanden)	4	1,3
Informationen über das Verkehrsangebot (Ansage/Fahrer kann man schlecht verstehen)	1	0,3
Informationen über das Verkehrsangebot (Info ist schlecht, wenn Fahrzeug stecken bleibt)	1	0,3
Sonstige Mängel	12	3,9
Straßenbahnen und Busse alt	3	1,0
alle Straßenbahnen negativ	1	0,3
Omas wollen sitzen	1	0,3
Toiletten nicht umsonst	1	0,3
Skateboardfahren verboten	1	0,3
Kiosk	1	0,3
Kino fehlt	1	0,3
wenig Beachtung alter Leute	1	0,3
Fan-Shop Bochum fehlt	1	0,3
dreckige Toiletten/Gestank	1	0,3
Gesamt	500	164,5

Tabelle 3: Verbesserungen im Öffentlichen Verkehr speziell für Jugendliche

Frage: Wenn Du die Öffentlichen Verkehrsmittel mal insgesamt betrachtest, was sollte Deiner Meinung nach speziell für Jugendliche verbessert werden?	Nennungen	% der Fälle
keine Angabe getätigt	101	33,2
Verbesserungen bezüglich des „Verkehrssystem“	179	58,9
Verkehrsangebot (Angebote abends und nachts verbessern, auch unter der Woche; Discobusse; NachtExpress ausbauen)	59	19,4
Tarifniveau/Kosten (Altersgrenze erhöhen; Fahrpreise niedriger für Jugendliche; preiswerte Gruppentickets und Wochenendtickets; billigere Angebote nachts)	57	18,8
Verkehrsangebot (am Wochenende mehr Angebote; besserer Takt; Linien ausbauen allgemein)	41	13,5
Beförderungszeit (Fahrtzeiten verkürzen; schnellere Busse)	6	2,0
Sicherheit (bei Nachtfahrten mehr Sicherheit; Sicherheit für Frauen; Anschnallgurte)	6	2,0
Lage und Ausstattung der Haltestellen (jederzeit aussteigen können; Haltestellen vor Discos; Haltestellen anders gestalten)	4	1,3
Umsteigenotwendigkeit (Umsteigeverbindungen abstimmen; Anschlüsse verbessern)	4	1,3
Infrastruktur (Ampelsystem verbessern)	2	0,7
Verbesserungen bezüglich der „verkehrsmittelbezogenen Eigenschaften“	119	39,1
Fahrzeugausstattung (Musik; Unterhaltung; Aschenbecher; Fernseher; Flippermöglichkeit)	36	11,8
individuelle Atmosphäre (Extraabteile für Jugendliche, ältere Leute und Kinder; Raucherabteile; Partybahn; eigene Bahnen zum bemalen)	26	8,5
Verhalten des Personals (Fahrer zu Jugendlichen netter bzw. Personal insgesamt freundlicher)	15	4,9
Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit (komfortabler; gemütlicher; mehr Sitze und 3er oder 4er Sitzgruppen; Klimaanlage; mehr Beinfreiheit)	15	4,9
Design (andere Sitzbezüge; Fahrzeuge bunter, schöner gestalten; Graffiti auf Fahrzeuge; andere Werbung)	9	3,0
Pünktlichkeit	7	2,3
Platzbedarf (mehr Platz für Behinderte und ältere Leute; größere Busse und Bahnen)	6	2,0
Sauberkeit (Müll aufsammeln; kaputte und dreckige Sitze ausbessern)	2	0,7
Zuverlässigkeit (zuverlässiger werden; Zuverlässigkeit des ÖV erhöhen)	2	0,7
Flexibilität (Öffentlichen Verkehr flexibler gestalten)	1	0,3

Fortsetzung:

Frage: Wenn Du die Öffentlichen Verkehrsmittel mal insgesamt betrachtest, was sollte Deiner Meinung nach speziell für Jugendliche verbessert werden?	Nennungen	% der Fälle
Verbesserungen bezüglich der „Informationen über das Verkehrssystem“	13	4,3
Serviceleistungen (Zeitungs-, Getränke und Essensverkauf; besserer Service in Bahnen)	10	3,3
Verständlichkeit der Fahrpläne (Einfachheit der Plangestaltung)	2	0,7
Informationen über das Verkehrsangebot (24h-Auskunft)	1	0,3
Sonstiges	15	4,9
mehr Freizeiteinrichtungen in Dortmund	2	0,7
Säuberung „Junki-Treff“	1	0,3
Jugendliche sollen nicht Fahrzeuge zerstören und bemalen	1	0,3
Mädchen sollten nachts günstig in ein Taxi steigen können	1	0,3
Mängel beheben	1	0,3
mehr Fahrkartenkontrolleure	1	0,3
Öffentlicher Verkehr als Thema in Schule bzw. Fahrschule	1	0,3
weniger Autos fahren lassen	1	0,3
nur 5 DM Strafe, wenn man keine Karte mit hat	1	0,3
mehr Cafés	1	0,3
neben dem Radweg ein Weg für Skater einrichten	1	0,3
Sammelanschlußmöglichkeiten	1	0,3
Parkplätze	1	0,3
Verbot für früh aufstehende Rentner	1	0,3
Gesamt	427	140,5

Tabelle 4: Gestaltung eines Fahrzeug des Öffentlichen Verkehrs

Frage: Worauf würdest Du besonderen Wert legen, wenn Du ein Fahrzeug (Bus/Bahn) des Öffentlichen Verkehrs gestalten dürftest? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle
keine Angabe getätigt	57	18,8
„Fahrzeugkomfort/Bequemlichkeit“	157	51,6
Bequemlichkeit der Sitze verbessern/Komfort/Gemütlichkeit (z. B. Armlehnen, Kopflehen, Polster)	90	29,6
ausreichend Sitzplätze bzw. mehr/viele Sitzplätze	32	10,5
mehr Beinfreiheit/Füße ausstrecken	8	2,6
Geräuscharm/kein Quietschen	7	2,3
gute Belüftung/Klimaanlage	6	2,0
Bahnen nicht so stark beheizen/Heizung funktionieren	4	1,3
bessere Aufteilung mit Familienplätzen/mehr Sitzplätze	3	1,0
Schlafplätze/Liegemöglichkeiten	3	1,0
1. und 2. Klasse in Bahn	1	0,3
Niederflurbusse	1	0,3
sanfte Fahrweise	1	0,3
ab 22.00 Uhr Licht dämpfen	1	0,3
„Fahrzeugausstattung (Musik, TV, CD, Inneneinrichtung)“	66	21,7
Musik/Radio in Fahrzeugen	40	13,2
Fernseher/Videorecorder	9	3,0
Inneneinrichtung freundlicher/gut gestalten	6	2,0
Aschenbecher	4	1,3
Fenster (Möglichkeit Fenster zu öffnen; dunkle Scheiben gegen Sonne)	3	1,0
Unterhaltung	1	0,3
Mülleimer	1	0,3
Telefon in Fahrzeuge	1	0,3
Griffe zum Festhalten	1	0,3

Fortsetzung:

Frage: Worauf würdest Du besonderen Wert legen, wenn Du ein Fahrzeug (Bus/Bahn) des Öffentlichen Verkehrs gestalten dürftest? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle
„Design“	93	30,6
Farbgebung allgemein bunter, farbenfroher, auffällig und nicht so eintönig; Aussehen sollte schöner sein = Zukunftsoutfit	42	13,8
Graffitis auf Bus und Bahnen; Fahrzeuge, die man beschmieren darf	15	4,9
auffällige Außengestaltung	11	3,6
auffällige Werbung bzw. Werbung künstlerischer/Motive, die für Dortmund sprechen	10	3,3
moderner	6	2,0
ordentlicheres Aussehen	3	1,0
keine Werbung	2	0,7
alle Bahnen schwarz/gelb	1	0,3
Bezüge der Sitze anders gestalten	1	0,3
Fahrzeuge nicht so eckig, lieber rund	1	0,3
Haltestellen der U-Bahn bunter	1	0,3
„Mitnahmemöglichkeiten (Fahrrad/Kinderwagen/Gepäck/ Rollstühle)/Platzbedarf allgemein“	59	19,4
Fahrzeuge geräumiger (größer; breiter; mehr Platz; gute Raumaufteilung)	23	7,6
Behindertengerecht (Platz für Rollstühle bzw. mehr Platz für Behinderte)	16	5,3
Eingangsbereich der Fahrzeuge verbessern (Ein- und Ausstieg breiter)	7	2,3
Kinderwagengerechter	3	1,0
mehr Platz für ältere Leute	3	1,0
Fahrradmitnahme verbessern	2	0,7
genug Stehplätze	2	0,7
Doppelstockbusse/-wagen	2	0,7
Tiermitnahme	1	0,3
„individuelle Atmosphäre“	27	8,9
Rauchen erlauben (Raucherabteile, -ecken; Raucherbusse)	17	5,6
Abteil für alte Leute (Schutz vor Belästigung)	3	1,0
Abteil für Jugendliche/Extrabereich für Jugendliche	3	1,0
Nichtraucher	3	1,0
für jedes Alter etwas	1	0,3

Fortsetzung:

Frage: Worauf würdest Du besonderen Wert legen, wenn Du ein Fahrzeug (Bus/Bahn) des Öffentlichen Verkehrs gestalten dürftest? (Mehrfachnennungen möglich)	Nennungen	% der Fälle
„Serviceleistungen“	25	8,2
Getränkeverkauf in Fahrzeugen	7	2,3
Toiletten in Fahrzeugen und Bahnhöfen	4	1,3
Essensverkauf/-aufwärmen wie im Reisebus	4	1,3
bessere Fahrplaninformation, z. B. Info-Computer für junge Leute	3	1,0
bessere Linienkennzeichnung	2	0,7
Fahrkartenautomat im Wagen (Beispiel. Köln)	2	0,7
bessere Lautsprecher	1	0,3
Kiosk	1	0,3
Zeitungsservice in Fahrzeugen	1	0,3
„Sauberkeit“	19	6,3
Sauberkeit/Busse besser pflegen	14	4,6
Sitze öfter reinigen/in Ordnung halten	3	1,0
Scheiben sauberer	1	0,3
saubere Toiletten	1	0,3
„Sicherheit“	10	3,3
mehr Sicherheit in Bahnen und an Haltestellen	6	2,0
Überwachung im Öffentlichen Verkehr (z. B. Kameras)	2	0,7
Airbag	1	0,3
Anschnallgurte	1	0,3
Sonstiges (u. a. „Umweltfreundlichkeit“)	16	5,3
kein 1. Klasseabteil	3	1,0
umweltfreundlicher Antrieb/Verbrauch	2	0,7
O.K. wie es ist/es ist gut so	2	0,7
AB-Maßnahme	1	0,3
hintere Türen nicht automatisch schließen lassen	1	0,3
Nothammer umsonst	1	0,3
Türken in eigenes Abteil	1	0,3
Frauen	1	0,3
insgesamt anders	1	0,3
Verrückter	1	0,3
Busse nicht so oft verspätet kommen lassen	1	0,3
Zusatzlinien für Schüler	1	0,3
Gesamt	529	174,0

Tabelle 5: Freizeiteinrichtungen in Bahnhofsgebäuden

Frage: Kannst Du Dir vorstellen, Freizeiteinrichtungen, die in Bahnhofsgebäuden untergebracht sind, zu nutzen?	Nennungen	% der Fälle
keine Angabe getätigt	226	74,3
„Freizeitmöglichkeiten/Sportmöglichkeiten“	37	12,2
Kino bzw. -leinwand	13	4,3
Jugendcafe/-treffpunkt mit Billard, Kicker, Flipper und Automaten	7	2,3
Ruhe- und Entspannungsraum bzw. Warteraum	3	1,0
InLine-Skateplatz/Half-Pipe	3	1,0
Soccerhalle	2	0,6
Fitnesscenter/Aerobiccenter	2	0,6
Eislaufen	1	0,3
Disco mit Soul/HipHop	1	0,3
Malwände	1	0,3
Basketballhalle	1	0,3
Schwimmbad	1	0,3
Bibliothek	1	0,3
Minigolfbahn	1	0,3
„Gastronomieangebote“	30	9,9
Cafés (normale bzw. größere)	14	4,6
Restaurant	5	1,6
Kneipen	5	1,6
Bistro/Bars/Clubs	3	1,0
Billardcafe	2	0,6
Eisdiele	1	0,3
„Einkaufsmöglichkeiten“	16	5,3
Einkaufsmöglichkeiten allgemein	6	2,0
Boutiquen/Klamottenläden	5	1,6
Supermarkt (z. B. Aldi)	3	1,0
Platten hören und kaufen	1	0,3
Kiosk	1	0,3
Sonstiges	6	2,0
Pressecenter	1	0,3
Coffeeshop	1	0,3
Toiletten	1	0,3
Bochum-Fan-Shop	1	0,3
Frauen	1	0,3
Haustiere verwahren	1	0,3
Gesamt	315	103,6