

6 Teilnahmebereitschaft an lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten – Eine Analyse aus verhaltensökonomischer Perspektive

Maria Daskalakis

6.1 Einführung

6.1.1 Übersicht

Die Einführung von Ridesharing-Angeboten im ländlichen Raum ist mit vielfältigen Herausforderungen verbunden. Eine wesentliche Frage ist hierbei, wie Menschen dazu motiviert werden können, aktiv als Fahrthanbietende und/oder Fahrtnachfragende mitzumachen. Dies ist kein leichtes Unterfangen, da das Ridesharing im Vergleich zur Alleinfahrt mit dem Pkw mit einem zusätzlichen Aufwand verbunden ist und es in diesem Zusammenhang auch notwendig ist, bestehende Mobilitätsroutinen zu ändern.

Ob und wie gut dies gelingt, hängt davon ab, wie attraktiv die Organisation des Ridesharing-Angebots aus Sicht der potenziell Nutzenden ist, d.h., wie gut es ihre Anforderungen trifft. Weiterhin wird der Erfolg auch von der Qualität der Maßnahmen bestimmt, die zur Kommunikation und zur Förderung des Ridesharings ergriffen werden. Wecken diese das Interesse in der Bevölkerung und motivieren sie diese zum Mitmachen?

Vor diesem Hintergrund widmet sich das vorliegende Kapitel den folgenden drei Leitfragen:

1. Wie hoch ist die Bereitschaft der Bevölkerung, bei einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot mitzumachen?
2. Wie sollte ein lokales, organisiertes Ridesharing-Angebot aus Sicht der potenziell Teilnehmenden ausgestaltet sein?
3. Welche Ansatzpunkte gibt es dafür, Fahrthanbietende und Fahrtnachfragende für ein lokales, organisiertes Ridesharing-Angebot zu gewinnen?

Zur Beantwortung dieser drei Fragen wurde im Untersuchungsgebiet des Projekts GetMobil eine umfangreiche Bevölkerungsbefragung durchgeführt, an

welcher sich 863 Personen beteiligten (zum Untersuchungsgebiet ⇒ 6.3.2.1). Die Befragung hatte das Ziel, die Anforderungen und die Bedarfe der potenziellen Nutzenden zu erfassen und hierauf aufbauend Empfehlungen für die Weiterentwicklung von Mobilfahlt zu geben. Sie basiert auf einem verhaltensökonomischen Ansatz, der auch psychologisch fundierte Forschungen zur Verkehrsmittelwahl berücksichtigt, und bezieht die psychologische Motivationsforschung mit ein.

Die Interviewten wurden zur ersten Leitfrage u.a. gebeten, einzuschätzen, in welchem Ausmaß sie als Fahrthanbietende oder als Fahrtnachfragende bei einem Ridesharing-Angebot mitmachen würden. In diesem Zusammenhang erfolgte auch eine Differenzierung nach unterschiedlichen Zwecken der Fahrt. In Bezug auf die zweite Leitfrage gaben die Befragten Auskunft darüber, welche Anforderungen sie an die Angebotsmerkmale stellen würden, beispielsweise im Zusammenhang mit der Buchung oder einer Versicherung gegen Schäden. Zur Beantwortung der dritten Leitfrage äußerten sich die potenziellen Nutzenden zum Beispiel zu den Gründen, welche aus ihrer Sicht für und gegen ihre eigene Teilnahme an einem Ridesharing-Angebot sprechen.

Wie aus den Leitfragen hervorgeht, liegt der Fokus der Untersuchung auf dem lokalen, organisierten Ridesharing. ›Lokal‹ bezieht sich darauf, dass sich die Umfrage konkret mit möglichen Ridesharing-Angeboten in den jeweiligen Ortsteilen der Befragten befasste. ›Organisiert‹ bedeutet, dass es nicht um informelle Mitnahme geht, sondern um formelles Ridesharing (zu dieser Differenzierung ⇒ 2.2).

Der vorliegende Abschnitt stellt nun die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung zum lokalen, organisierten Ridesharing vor und dokumentiert deren Auswertung. Darauf aufbauend formuliert die Autorin Empfehlungen für die Einrichtung und Förderung von lokalen Ridesharing-Angeboten im Allgemeinen. Zudem wird im Speziellen jeweils die Relevanz der Ergebnisse für Mobilfahlt (⇒ 6.4.2) dargestellt.

Im weiteren Verlauf der Einführung wird zunächst der Mobilitätsbegriff spezifiziert (6.1.2). Dem folgt ein kurzer Literaturüberblick (6.1.3). Im Abschnitt 6.2 wird das Ridesharing-Verhaltensmodell vorgestellt, welches die Grundlage der Umfrage ist. Die Auswertung der Umfrage erfolgt im Abschnitt 6.3, hierzu werden – nach Ausführungen zu methodischen Grundlagen (6.3.2) und Rücklauf (6.3.3) – die Häufigkeiten der Antworten dargestellt (6.3.4).

Kernstück der Untersuchung sind die Regressionsanalysen zu den Bestimmungsgründen der Teilnahmebereitschaft an lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten im Abschnitt 6.3.5. Aufbauend hierauf wird in Abschnitt 6.4 in einem ersten Schritt eine Zusammenfassung gegeben (6.4.1). Anschließend werden in Abschnitt 6.4.2 aus den Ergebnissen Empfehlungen für die Gestaltung der Organisation von lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten abgeleitet (6.4.2.1). Dem folgen Empfehlungen für die inhaltliche Ausgestaltung von Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden und Mitfahrenden (6.4.2.2). Dies erfolgt jeweils im Allgemeinen für lokale, organisierte Ridesharing-Angebote sowie im Speziellen für Mobilfalt.

6.1.2 Drei Komponenten der Mobilität

Mobilität wurde lange Zeit als ein Mittel zum Zweck verstanden: eine Möglichkeit, von einem Ausgangspunkt A zu einem Ziel Z zu kommen. Heutzutage wird ein erweiterter Mobilitätsbegriff verwendet (s. z.B. Sheller/Urry 2016): Mobilität wird als facettenreiches und auch soziales Phänomen verstanden, welches gesellschaftlich eingebettet ist und einen positiven Wert an sich hat (s. z.B. Anable/Gatersleben 2005; Cass/Faulconbridge 2017). Neuere Forschungen befassen sich in diesem Zusammenhang auch damit, wie die Qualität des Erlebens während der Zeit, in der die Menschen unterwegs sind, wahrgenommen wird, welche Aktivitäten zu verzeichnen sind und inwieweit dies zum Wohlergehen der Menschen beiträgt (s. z.B. de Vos et al. 2013; Gatersleben/Uzzel 2007; te Brömmelstroet et al. 2017). Weiterhin wird der Mobilität auch ein Selbstzweck zugeschrieben (s. z.B. Mokhtarian/Salomon 2001). Dieser ist insbesondere bei Freizeitaktivitäten gegeben, bei denen die Bewegung im Raum der Hauptzweck ist (beispielsweise das Fahrradfahren; s. ebd.).

Vor diesem Hintergrund wird in der vorliegenden Untersuchung von einem Konzept der Mobilität ausgegangen, welches drei Komponenten hat: die ›Zielbezogenheit‹, die ›Qualitätsbezogenheit‹ und den ›Selbstzweck‹ (Abbildung 2).

1. Die ›Zielbezogenheit‹ richtet sich auf die Zwecke, zu welchen die Mobilität erfolgt. Hierzu werden in der Mobilitätsforschung üblicherweise die Zwecke wie ›Einkaufen‹, ›Gesundheit‹, ›Erledigungen‹ sowie ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ differenziert (s. z.B. Nobis/Kuhnimhof 2018).

2. Die ›Qualitätsbezogenheit‹ umfasst das Erleben und das Verhalten während der Zeit, in welcher Menschen unterwegs sind. Dieses bezieht sich nicht nur auf die Qualität der Mobilitätsoption selbst, sondern auch auf die Umstände, die mit der Reise verbunden sind.
3. Der ›Selbstzweck‹ erfasst die Aspekte, die sich aus der Mobilität um der Bewegung bzw. des Mobilseins willen ergeben.

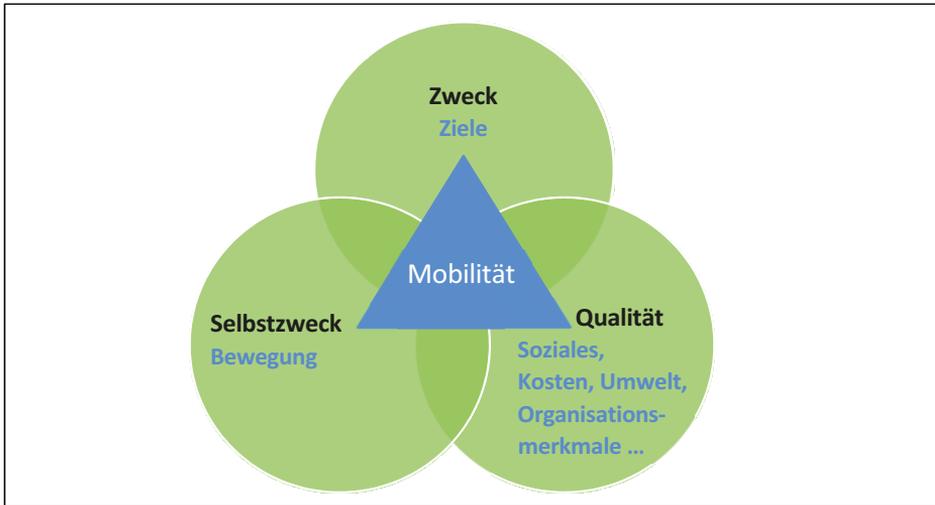


Abbildung 2: Die drei Komponenten der Mobilität

Die hier vorgenommene Differenzierung ist nicht trennscharf. So kann es u.a. sein, dass es Fahrten gibt, deren primäre Motivation der Fahrspaß ist, die jedoch trotzdem mit einem Zweck verbunden werden (s. z.B. Mokhtarian/Salomon 2001, Anable/Gatersleben 2005). Vor allem aber sind ›Zielbezogenheit‹ und ›Qualitätsbezogenheit‹ miteinander verbunden, denn für unterschiedliche Ziele können sich je nach den zur Verfügung stehenden Verkehrsmitteln und deren Ausstattung unterschiedliche Qualitäten ergeben. So kann beispielsweise eine Bahnfahrt dann eine höhere Qualität aufweisen, wenn während der Fahrt ein Internetzugang möglich ist.

Nun zeichnet sich Ridesharing dadurch aus, dass zwei oder mehr Personen gemeinsam eine Strecke zu einem bestimmten Ziel zurücklegen. Insofern ergibt sich für das Ridesharing die Zielbezogenheit aus dem Zweck, für den

jeweils eine Fahrt unternommen wird. Die Qualitätsbezogenheit ergibt sich daraus, dass die gemeinsame Reise zu unterschiedlichen Befindlichkeiten führen kann. Beispielsweise kann die mit dem gemeinsamen Reisen verbundene Interaktion oder auch das mit der Organisation des Ridesharings verbundene Prozedere als positiv oder auch als negativ wahrgenommen werden. Zur Qualitätsbezogenheit sind aber auch Aspekte zu zählen wie die Kosten oder die Umwelteinträge, die mit der Fahrt verbunden sind,⁴⁹ sowie außerdem die Merkmale des Ridesharing-Angebots. Die vorliegende Studie analysiert im Kern, unter welchen Bedingungen Personen bereit sind, Ridesharing zum Erreichen individueller Ziele zu nutzen. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf den Wirkungen der Aspekte, die mit der Qualität der Reise verbunden sind.

6.1.3 Stand der Forschung

In der Mobilitätsforschung werden als Bestimmungsgrößen der Entscheidung über die Nutzung von Verkehrsmitteln ökonomische, zeitliche sowie neuerdings auch ökologische Aspekte diskutiert. Beim Blick auf die Grundlagen der Entscheidung von Menschen liegt dabei häufig implizit oder auch explizit das Akteursmodell der Ökonomik, der Homo Oeconomicus, zugrunde. Dieses Modell besagt u.a., dass Menschen nutzenmaximierend und immer rational im Sinne ihrer Präferenzen entscheiden, hierfür alle Informationen zur Verfügung haben und diese auch vollkommen uneingeschränkt verarbeiten können. Mittlerweile ist es offensichtlich, dass dieses Konzept nicht geeignet ist, reales menschliches Entscheiden abzubilden. Deswegen befasst sich die verhaltensökonomische Forschung damit, das Akteursmodell zu verbessern bzw. zu ändern.

Hierbei können zwei Ansatzpunkte unterschieden werden (s. auch Sent 2004): Dem ersten Ansatz geht es im Wesentlichen darum, die Abweichungen vom Homo Oeconomicus zu identifizieren, das Konzept aber beizubehalten. Der andere Ansatz will ein neues Akteurskonzept schaffen und greift hierbei stark auf die Nachbarwissenschaften, insbesondere die Psychologie, aber auch die Soziologie zu. Die vorliegende Untersuchung und damit auch die Modellbil-

⁴⁹ Der Selbstzweck ist im vorliegenden Untersuchungszusammenhang nicht gegeben, da es primär nicht um Fahrten geht, die um des Fahrens willen durchgeführt werden. Sollte aber beispielsweise jemand aus Gründen des Fahrspaßes bereit sein, im Rahmen eines Ridesharing-Angebots einen Umweg zu fahren, könnte auch dieser Aspekt greifen.

dung und die inhaltliche Gestaltung der Umfrage sind dem letztgenannten Ansatz zuzurechnen.

Nun gibt es auch in den Verkehrswissenschaften Ansätze zur psychologischen Fundierung der Verkehrsmittelwahl. Relativ bekannt ist hierbei der Forschungszweig der sozialpsychologisch motivierten Mobilitätsforschung. Diese untersucht die Einflussgrößen der Intention (Bereitschaft), ein bestimmtes Verkehrsmittel zu nutzen. Oftmals werden hierbei die Einflussgrößen der Bereitschaft, auf das Autofahren zu verzichten und den ÖPNV zu nutzen, untersucht. Grundlage hierfür ist u.a. die Theorie des geplanten Verhaltens von Fishbein und Ajzen (heute Reasoned Action Approach (RAA) genannt; s. Fishbein/Ajzen 2011) und die Norm-Activation-Theorie von Schwartz (1977; s. zu einer Übersicht Hunecke 2015; s. auch Chng et al. 2017, welche zudem einen Überblick über weitere psychologische Modelle geben).

Im Rahmen dieser sozialpsychologisch motivierten Forschung wird beispielsweise entsprechend dem RAA der Einfluss der Einstellungen, der wahrgenommenen sozialen Normen und der Möglichkeiten, ein bestimmtes Verkehrsmittel nutzen zu können (wahrgenommene Kontrolle), untersucht. Ebenso wird die Bedeutung von Mobilitätsroutinen als Hemmnisse der Veränderung des Mobilitätsverhaltens und der Wirkung von Interventionen betrachtet (s. Gardner/Abraham 2008, Hoffmann et al. 2017). Hierauf aufbauend werden mobilitätsbezogene Modelle und Maßnahmen zur Beeinflussung des Mobilitätsverhaltens umgesetzt (s. z.B. Bamberg 2013, Friman et al. 2017, Fuji/Taniguchi 2005).

So untersucht beispielsweise Bamberg (2013) im Rahmen eines Feldexperiments die Wirkung einer Telefonmarketing-Kampagne zur Reduzierung der Pkw-Nutzung. Grundlage bildet dabei das sogenannte »Stage Model of Self-Regulated Behavioral Change«, das neben anderen theoretischen Ansätzen auch zentrale Aspekte des RAA berücksichtigt. Das Modell selbst geht davon aus, dass eine Person bei Mobilitätsentscheidungen mehrere Stufen eines Entscheidungsprozesses durchläuft, an dessen Ende die Einführung und Aufrechterhaltung eines neuartigen Verhaltens steht. In jeder der Stufen (im Modell als »predecisional«, »preactional«, »actional« und »postactional stage« bezeichnet) wirken dabei unterschiedliche Determinanten, die ein Fortschreiten in eine spätere Stufe beeinflussen. In der Studie wird nun eine spezielle Kombination von Marketingmaßnahmen eingesetzt, die die Phase des Entscheidungsprozesses

ses berücksichtigt, in der sich eine Person befindet. Zum Beispiel wurden Personen, die bereits eine Handlungsintention gebildet, aber diese noch nicht umgesetzt hatten (»actional stage«), gebeten, die konkrete Umsetzung eines Verzichts auf den Pkw zu planen. Insgesamt wurden im Experiment die Wirkung der Maßnahmen auf die Nutzung von vier Mobilitätsoptionen untersucht (Pkw, ÖPNV, Rad fahren oder zu Fuß gehen). Es zeigte sich hierbei, dass Personen, die mit umfangreichen Marketingmaßnahmen adressiert wurden, im Vergleich mit einer Kontrollgruppe eine deutlich niedrigere Pkw-Nutzung bei gleichzeitig höherer ÖPNV-Nutzung aufwiesen. Für eine Gruppe, die nur unspezifische Informationen erhielt, wurden hingegen keine signifikanten Unterschiede zur Kontrollgruppe gemessen.

Andere verkehrswissenschaftliche Beiträge, wie der von Steg (2005), haben zwar keinen explizit verhaltenswissenschaftlichen Ansatz, sie identifizieren aber unter Bezugnahme auf das Konzept der Qualität der Reise Faktoren, die auf die Verkehrsmittelwahl einen Einfluss haben. Diese werden nach instrumentellen, unabhängigkeitsbezogen und affektiven bzw. symbolischen Faktoren differenziert. Hierzu zählen beispielsweise Merkmale wie Kosten, Flexibilität, soziale Einflüsse und Emotionen beim Fahren, von deren Ausprägung dann die Auswahl eines Verkehrsmittels abhängt (s. auch Anable/Gatersleben 2005; s. zu einer Übersicht auch Reardon/Abdallah 2013). Ein weiterer Forschungsstrang, welcher sich ebenfalls mit der Qualität der Reise und dem Zusammenhang zwischen Mobilität und Wohlergehen befasst, hebt die positiven sozialen Aspekte einer Reise hervor, die etwa dadurch entstehen können, dass eine Kommunikation mit den Mitfahrenden zustande kommt (s. z.B. te Brömmelstroet et al. 2017; Schwanen et al. 2015; de Vos et al. 2016). Hieraus wird abgeleitet, dass die Verkehrspolitik stärker das Erleben während der Reise berücksichtigen sollte (s. z.B. Shliselberg/Givoni 2018).

In der Forschung zum Ridesharing sind derart systematische und/oder tiefergehende, auf die Erkenntnisse der Psychologie bezogene Ansätze derzeit noch nicht so häufig vertreten (s. hierzu Bachmann et al. 2018, Neoh et al. 2018). So weisen Bachmann et al. (2018) darauf hin, dass nur wenige Studien sich mit psychologischen Faktoren befasst haben, wobei diese dann primär Einstellungen berücksichtigen. Untersuchungsgegenstände waren hierbei etwa die Fahrt mit Fremden, die geringe zeitliche Flexibilität und soziale Aspekte des Reisens (s. ebd.).

Erst in jüngerer Zeit werden vertiefende Untersuchungen durchgeführt, die teilweise auch danach differenzieren, ob es um mögliche Fahrtangebote oder um eine mögliche Fahrtnachfrage geht. Als aktuelle Beispiele sollen im Folgenden die Ergebnisse von Umfragen zur Ridesharing-Bereitschaft vorgestellt werden, die von Bachmann et al. (2018) und von Amirkiaee/Evangelopoulos (2018) durchgeführt wurden.

Bachmann et al. (2018) nutzen den RAA-Ansatz von Fishbein und Ajzen (2011), erweitern diesen jedoch um die Bedeutung der Vertrauensbereitschaft von Menschen und die persönlichen Normen. Die Autoren finden auf Basis einer Bevölkerungsumfrage in der Schweiz heraus, dass soziale und persönliche Normen sowie die wahrgenommene Kontrolle direkt für die Intention zum Ridesharing von Bedeutung sind. Die Vertrauensbereitschaft wirkt jedoch nur indirekt über die wahrgenommene Kontrolle. Die Einstellung zum Ridesharing hingegen ist nicht von Bedeutung. Diese Ergebnisse gelten sowohl für die Bereitschaft zur Mitfahrt als auch für die Bereitschaft, andere mitzunehmen. Bachmann et al. (2018) empfehlen vier Maßnahmen zur Gestaltung von Ridesharing-Angeboten: Das Prozedere im Rahmen des Ridesharings sollte einfach zu handhaben sein, ein Ridesharing-Angebot sollte so gestaltet sein, dass Vertrauen aufgebaut werden kann, es sollte für die Teilnehmenden sichtbar offenlegen, welche Personen sich am Angebot beteiligen, und es sollte die positiven Folgen für die Umwelt hervorheben.

Amirkiaee/Evangelopoulos (2018) unterscheiden im Rahmen ihrer Umfrage unter Studierenden einer Universität in Amerika zwischen persönlichen und kontextuellen Einflüssen auf die Ridesharing-Bereitschaft. Die persönlichen Einflüsse beinhalten Persönlichkeitsmerkmale wie die Freude am Helfen und die Erwartung, dass sich andere reziprok verhalten, sowie die persönliche Einstellung zum Ridesharing. Die kontextuellen Einflüsse erfassen mögliche ökonomische und zeitliche Vorteile des Ridesharings sowie Vertrauen in die Sicherheit der Fahrten. Auch die erwarteten negativen Aspekte des Fahrens wie Stress und Parkplatzsuche werden hierunter gefasst. Die Autoren stellen in ihrer Studie hinsichtlich der direkten Wirkung der persönlichen und kontextuellen Größen einen nur schwachen Einfluss der allgemeinen Reziprozitätserwartung fest, aber einen etwas stärkeren Einfluss des Vertrauens und einen sehr starken Einfluss der Einstellung. Die kontextuellen Einflussgrößen wirken jedoch alle indirekt über die Einstellung, wobei die indirekte Wirkung des

Vertrauens am höchsten ist, gefolgt von dem erwarteten Zeitvorteil. Auf dieser Basis ist es nach Auffassung von Amirkaee/Evangelopoulos (2018) für die Gestaltung von Ridesharing-Angeboten u.a. wichtig, das Vertrauen und das Sicherheitsgefühl zu fördern. Dies kann beispielsweise über engere soziale Netzwerke erreicht werden, welche sich im Rahmen einer Kommune oder eines Unternehmens herausgebildet haben. Weiterhin sehen sie Bewertungssysteme und eine rigorose Überprüfung der Teilnehmenden als bedeutsam an.

Dieser kurze Einblick in die Ridesharing-Literatur macht deutlich, dass es relativ viele Aspekte gibt, die die Entscheidung zur Teilnahme an einem Ridesharing-Angebot beeinflussen können. Insgesamt scheint die Forschung zum Ridesharing jedoch sehr heterogen zu sein und auch die Ergebnisse sind teilweise recht widersprüchlich (s. zu einem Überblick Neoh et al. 2017, Neoh et al. 2018).

6.2 Modell der Bestimmungsgründe des lokalen, organisierten Ridesharings

Auf Basis der kurzen Synopse im vorhergehenden Abschnitt lässt sich ableiten, dass die Untersuchung der Bestimmungsgründe für die Bereitschaft, an einem Ridesharing-Angebot teilzunehmen, ein Modell erfordert, welches möglichst viele der potenziellen Einflussfaktoren aufnimmt und systematisiert.

Das nachfolgend vorgestellte Ridesharing-Modell (Ridesharing-Verhaltensmodell) soll einen derartigen Rahmen bieten. Es folgt dem Ansatz von Fishbein und Ajzen (2011), indem es sich nicht direkt auf die Handlung selbst (das durchgeführte Ridesharing) bezieht, sondern auf die Bereitschaft zur Teilnahme am lokalen Ridesharing, d.h. die Intention hierzu. Dabei wird mit Fishbein und Ajzen davon ausgegangen, dass die Ausprägung der Bestimmungsgrößen die Stärke der Intention beeinflusst und die Intention in Abhängigkeit von ihrer Stärke zu einer Handlung führt (\Rightarrow 6.1.3). Diese Differenzierung zwischen Bereitschaft und Handlung ist notwendig, da im Rahmen einer Umfrage bei Personen, die nicht bereits Ridesharing betreiben, natürlich nur die Bereitschaft erfasst werden kann.

Die Modellentwicklung erfolgte dabei in einem iterativen Prozess der Evaluierung des Stands der Forschung, in Gesprächen mit an Mobilfalt (\Rightarrow 5.1)

beteiligten Personen und Institutionen (u.a. mit dem Nordhessischen VerkehrsVerbund und einer Bürgermeisterin und einem Bürgermeister der Mobilfalt-Kommunen) sowie unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus 14 Tiefeninterviews (auch ⇒ 6.3.2.1; Anhang 5).

In diesem Prozess wurde erstens deutlich, dass es bei der Untersuchung der Intention zum lokalen Ridesharing wichtig ist, zwischen den unterschiedlichen Zwecken zu unterscheiden, die eine Fahrt haben kann. So kann es beispielsweise sein, dass für eine Person die Bereitschaft zur Teilnahme an einem Ridesharing-Angebot für Fahrten zum Einkaufen höher ist als für Fahrten zur Arbeit, während dies bei einer anderen Person genau umgekehrt ist. Deswegen wurde hierzu eine Differenzierung nach den Zwecken ›Einkaufen‹, ›Gesundheit‹, ›Andere private Erledigungen‹ sowie ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ vorgenommen (s. zu den Zwecken auch Nobis/Kuhnimhof 2018; zu der Erhebung der Wegezwecke im Mobilfaltgebiet ⇒ 7.2.8).

Da beim Ridesharing sowohl Fahrende als auch als Mitfahrende teilnehmen können, erwies es sich zweitens als notwendig, für beide Gruppen zu ausgewählten Aspekten jeweils spezifische Fragen zu stellen.

Im Modell-Erstellungsprozess wurde drittens deutlich, dass es sehr wichtig ist, möglichst eingehend die individuellen Gründe zu erfassen, die aus Sicht der potenziellen Nutzenden für oder gegen die Teilnahme an einem lokalen Ridesharing-Angebot sprechen. Das Ridesharing-Verhaltensmodell differenziert insofern zwischen Gründen für die Bereitschaft zur Teilnahme und Gründen gegen die Bereitschaft zur Teilnahme. Für die folgende Untersuchung werden hierbei die Gründe für die Teilnahme in vier Klassen eingeteilt: ›Soziales‹, ›Mobilitätskosten‹, ›Umwelt‹, ›Erweiterung Mobilitätsmöglichkeiten‹. Die Gründe dagegen umfassen die Merkmale ›Einschränkung der Flexibilität‹, ›Individuelle Dispositionen‹ sowie ›Vertrauen in Fahrende und Mitfahrende‹.

Eine vierte Erkenntnis aus dem Modell-Erstellungsprozess ist die Notwendigkeit, die Anforderungen an die Merkmale der Organisation eines lokalen Ridesharing-Angebots zu kennen, die von Seiten der potenziellen Nutzenden gestellt werden. Das Ridesharing-Verhaltensmodell erfasst deshalb die Anforderungen an die Angebotsmerkmale als eine weitere Untersuchungskategorie. Als die maßgeblichen fünf Merkmale sind hier anzuführen: ›Flexibilität‹, ›Schadensschutz‹, ›Mobilitätsgarantie‹, ›Auswahl‹, (räumlicher) ›Gültigkeitsbereich‹, ›Finanzen‹, ›Treffpunkte‹.

Sowohl die individuellen Gründe für und gegen die Teilnahme als auch die Anforderungen an die Angebotsmerkmale beinhalten Aspekte, die sich zu weiten Teilen darauf beziehen, wie die potenziellen Nutzenden die Ridesharing-Fahrten erleben und wie sie die Qualität der Fahrten einschätzen. Das Ridesharing-Verhaltensmodell beinhaltet jedoch auf Basis des Stands der Forschung noch weitere mögliche Faktoren, die Einfluss auf die Bereitschaft zur Teilnahme am lokalen Ridesharing haben können.

In Analogie zum Ansatz von Fishbein und Ajzen sind das zunächst die Einstellungen gegenüber dem lokalen Ridesharing-Angebot. Weiterhin nimmt das Ridesharing-Verhaltensmodell auch individuelle Mobilitätsmerkmale auf. Das umfasst zum einen die Anforderungen an die eigene Mobilität und zum anderen das Ausmaß des bereits praktizierten informellen Mitfahrens. Zusätzlich beinhaltet das Modell mit Blick auf die Differenzierung zwischen der Bereitschaft, als Fahrende aktiv zu werden, und der Bereitschaft, als Mitfahrende aktiv zu sein, die jeweils reziproke Bereitschaft.

Schließlich beinhaltet das Ridesharing-Verhaltensmodell auch Merkmale, die den Hintergrundfaktoren des Reasoned-Action-Ansatzes von Fishbein und Ajzen zugerechnet werden können (hierzu \Rightarrow 6.1.3). Dies sind die Aspekte wie die Infrastruktur (hierzu \Rightarrow 4.1 und 4.4) und die Größe der Kommunen (hierzu

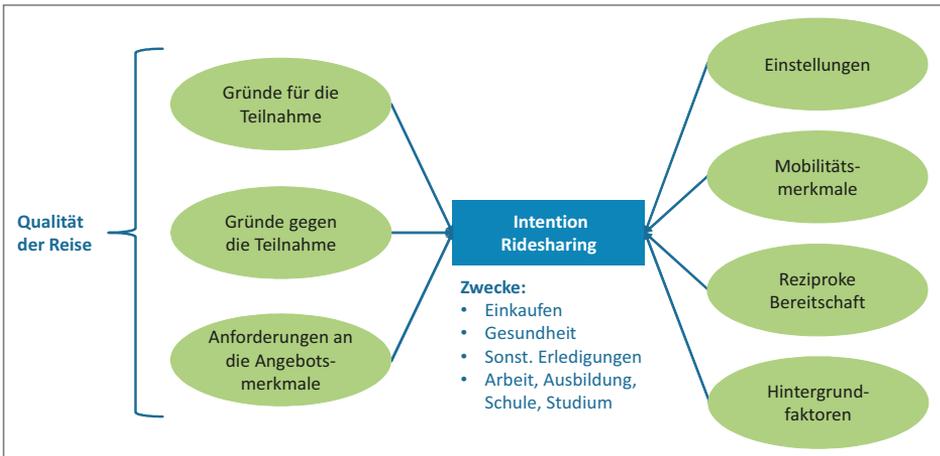


Abbildung 3: Ridesharing-Verhaltensmodell der Einflussgrößen auf die Bereitschaft zum lokalen Ridesharing (Fahrende und Mitfahrende)

⇒ 4.1) sowie zum anderen soziodemografische Merkmale wie Alter, Einkommen, Erwerbsstatus und Geschlecht. Insgesamt umfasst das Ridesharing-Verhaltensmodell somit sechs Gruppen von Einflussgrößen (Abbildung 3).

6.3 Empirische Erkenntnisse zum Ridesharing im ländlichen Raum

6.3.1 Einführung

Aufbauend auf dem im vorhergehenden Abschnitt dargestellten Ridesharing-Verhaltensmodell werden nun die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung zur Bereitschaft (Intention) zur Teilnahme an einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot vorgestellt.

Nach einer Erläuterung der Grundlagen der Befragung (6.3.2) folgt die Vorstellung der Auswertungen. Hierzu werden zunächst die Häufigkeitsverteilungen der Antworten zu den zentralen Kategorien des Verhaltensmodells dargestellt (6.3.4). Kern der Untersuchung sind dann die Regressionen im Abschnitt 6.3.5, mit deren Hilfe untersucht werden kann, welche Faktoren den größten Einfluss auf die Bereitschaft haben, andere auf der Fahrt zu den unterschiedlichen Zwecken mitzunehmen bzw. bei anderen mitzufahren.

6.3.2 Grundlagen der Bevölkerungsbefragung

6.3.2.1 Die Befragung

Die Bevölkerungsbefragung wurde in Form einer nach Alter und Geschlecht geschichteten telefonischen Umfrage im September und Oktober 2017 in den Untersuchungsgebieten Witzenhausen, Sontra, Herleshausen und Nentershäusen und im Januar 2018 in den Untersuchungsgebieten Bad Wildungen und Heringen von dem Befragungsinstitut Omnitrend durchgeführt (zu den Orten ⇒ Kap. 4). Befragt wurde die Bevölkerung ab einem Alter von mindestens 14 Jahren. Ausgenommen davon waren jedoch die Kernstädte bzw. Kernorte der Kommunen (zu diesen Begriffen ⇒ 4.1). Dies ist damit zu begründen, dass diese sowohl hinsichtlich der Ausstattung mit Nahversorgungseinrichtungen als auch in Bezug auf den ÖPNV besser ausgestattet sind, die Hauptprobleme also

in der Fläche liegen. Die Befragung war insofern auf die Ortsteile außerhalb der Kernstädte fokussiert.⁵⁰

Der erste Schritt zur Vorbereitung der Umfrage beinhaltete eine Literaturrecherche zu anderen, ähnlichen Erhebungen. Zudem flossen die Ergebnisse der im Abschnitt 6.2 erwähnten Gespräche und Tiefeinterviews maßgeblich in die inhaltliche Ausgestaltung des Fragebogens ein. Weiterhin erfolgten im Zuge der Erstellung des quantitativen Fragebogens mit 14 Personen Pre-Tests mittels der kognitiven Pre-Testing-Methode (s. Lenzner et al. 2016). Soweit sich hierbei relevanter Veränderungsbedarf für die Fragebögen ergab, wurde dies entsprechend umgesetzt und nochmals getestet. Dem folgte ein weiterer Pre-Test in Form einer telefonischen Umfrage mit 20 Personen unter Realbedingungen. Die Ergebnisse dieses Pre-Tests lieferten die letzten Korrekturen vor dem Erstellen der finalen Version des Fragebogens.

Die Tiefeninterviews dienten dabei dazu, ein grundlegendes Verständnis für die Spezifika der Mobilität und die Anforderungen an die Mobilität im ländlichen Raum zu erlangen, und halfen mit ihren Erkenntnissen, die Fragen und Schwerpunkte des Fragebogens vorzubereiten. Insbesondere erfolgte hierbei auch eine Auseinandersetzung mit der Frage, was Gründe bzw. Hinderungsgründe einer möglichen Teilnahme an einem lokalen Ridesharing-Angebot sein könnten (zu ausgewählten Ergebnissen ⇨ Anhang 5).

Im Rahmen der quantitativen, telefonischen Befragung führten die Interviewerinnen und Interviewer vorab die Befragten jeweils mit einem standardisierten Text in das Themenfeld lokales, organisiertes Ridesharing ein. Allerdings verwendeten sie nicht das Wort ›Ridesharing‹, sondern den Begriff ›Mitfahrinitiative‹. Dies geschah aus Gründen der Verständlichkeit. Hierbei, und im weiteren Interview, wurden alle entsprechenden Ausführungen und Fragen

50 Die Stichprobengröße betrug insgesamt 15.438 Personen (Auswahlstichprobe). Unter Berücksichtigung von stichprobenneutralen Ausfällen umfasste die Nettostichprobe 9.584 Personen. Von diesen waren ca. 51% nicht erreichbar und ca. 37% haben die Teilnahme an der Befragung abgelehnt. Es konnten insgesamt 1.113 Personen befragt werden. Von diesen mussten im Nachhinein 250 Personen ausgeschlossen werden. Hierzu zählten 19 Personen, die im Rahmen eines Pre-Tests befragt wurden, und 13 Personen, die in einem nicht zum Befragungsgebiet gehörigen Ortsteil wohnten. 218 der befragten Personen wurden fälschlicherweise nach dem Start des Feldexperiments in einem der Befragungsorte kontaktiert (zum Feldexperiment ⇨ Kap. 10). Um mögliche Einflüsse des Feldexperiments auf das Befragungsergebnis ausschließen zu können, wurden deren Angaben ebenfalls nicht in die Auswertungen einbezogen. Insgesamt wurden letztendlich die Antworten von 863 Personen berücksichtigt.

direkt namentlich auf den Ortsteil und die zugehörige Kernstadt der jeweils interviewten Person bezogen. Es ging also immer explizit um die Einrichtung und die Teilnahme an einem Ridesharing-Angebot im spezifischen Ortsteil der Befragten. Hiermit sollte ein besseres Einfühlen in die Themenstellung und ein besseres Verständnis der Thematik erreicht werden.

Der Fragebogen der quantitativen Befragung⁵¹ befasste sich dann, aufbauend auf dem Ridesharing-Verhaltensmodell, in einem zentralen Abschnitt damit, in welchem Umfang die Befragten sich an einem lokalen Ridesharing-Angebot beteiligen würden (Intention), aus welchen Gründen sie dies tun würden und welche Hinderungsgründe sie sehen. Ein zweiter großer Fragenblock war den Anforderungen an die Merkmale eines lokalen Ridesharing-Angebots gewidmet, die darauffolgenden Fragenblöcke thematisierten die Einstellung, die Mobilitätsmerkmale und die Hintergrundfaktoren (zu den Items des Fragebogens → Anhang 1).

Ein wesentlicher Aspekt der Gestaltung des Fragebogens – und damit der Umfrage – ist an dieser Stelle noch anzusprechen: Es war notwendig, bei bestimmten Fragen, insbesondere im ersten größeren Fragenblock, zwischen den Themenfeldern ›Mitfahrt bei anderen im Rahmen eines lokalen Ridesharing-Angebots‹ und ›Mitnahme von anderen im Rahmen eines lokalen Ridesharing-Angebots‹ zu unterscheiden (auch → 6.2). Denn nur auf diese Weise konnte in einer differenzierten Form untersucht werden, aus welchen Gründen Personen, die üblicherweise selbst mit dem Pkw fahren, einerseits andere mitnehmen würden und andererseits auch bei anderen mitfahren würden. Zudem war es auf diese Weise möglich, auch den Personen, die keinen Führerschein bzw. nur begrenzten Pkw-Zugang haben, für deren Situation als Mitfahrende relevante Fragen zu stellen.

Nun steht aber im Rahmen von quantitativen Umfragen nur begrenzt Zeit zur Verfügung, da die Abbruchquote bei längeren Befragungen hoch ist. Für die vorliegende telefonische Umfrage wurden 20 Minuten angesetzt. Obwohl das relativ viel Zeit ist, ergaben die telefonischen Pre-Tests, dass es in diesem Zeitrahmen nicht möglich ist, beide Themenfelder, Mitfahren und Mitnehmen,

⁵¹ Im Rahmen der Befragung wurde innerhalb der einzelnen Fragenblöcke die Reihenfolge der Fragen im Zufallsverfahren geändert, um mögliche Verzerrungen, die durch die Reihenfolge bestimmt sind, zu vermeiden.

zu erfassen. Deswegen wurde der Fragebogen teilweise aufgesplittet. Die Grundlage hierzu bildete eine Unterteilung der 863 Befragten in zwei Gruppen nach Führerscheinbesitz und Pkw-Verfügbarkeit: Personen, die einen Führerschein besitzen und mindestens einmal wöchentlich einen Pkw zur Verfügung haben, wurden zu der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ zusammengefasst (787 Personen), Personen, die den Pkw weniger häufig nutzen bzw. keinen Führerschein haben, zu der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ (76 Personen) (Abbildung 4).

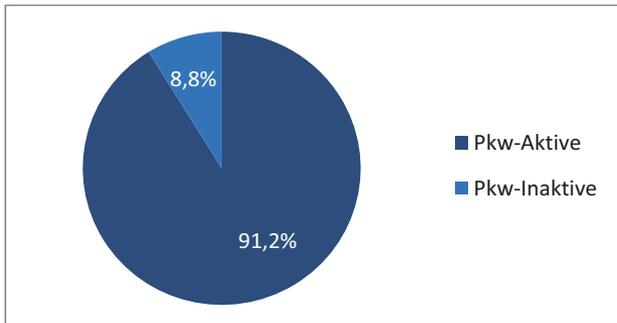


Abbildung 4: Verteilung ›Pkw-Aktive‹ und ›Pkw-Inaktive‹

Auf dieser Basis wurde der Fragebogen wie folgt aufgeteilt: Bei den Personen der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ wurde im Verlauf der Umfrage eine Zufallsziehung vorgenommen und die Gruppe nochmals unterteilt. Rund die Hälfte, 407 Personen, bekamen spezifische Fragen zur Bereitschaft zur Mitnahme (›Pkw-Fahrende‹) und 380 Personen bekamen spezifische Fragen zur Bereitschaft zur Mitfahrt (›Pkw-Mitfahrende‹). Hierbei wurden zudem jeweils förderliche und hemmende Faktoren sowie Anforderungen an die Merkmale eines Ridesharing-Angebots abgefragt. Alle Personen der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ beantworteten aber spiegelbildlich je einen identischen Fragenblock zur Bereitschaft, andere mitzunehmen, wie auch zur Bereitschaft, bei anderen mitzufahren.

Die 76 Personen der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ bekamen dieselben Fragen zum Themenfeld Mitfahrt gestellt wie die entsprechende Gruppe ›Pkw-Mitfahrende‹.

Allen 863 Befragten wurden dieselben Fragen zu den individuellen Mobilitätsmerkmalen, zur Einstellung zu lokalen Mitfahrinitiativen, zu einigen allgemeinen Merkmalen eines Ridesharing-Angebots und zu den Soziodemografika gestellt.

6.3.2.2 Auswertungsmethode und Darstellung

Die Auswertung der Umfrage erfolgte, wie üblich, zunächst mittels Häufigkeitsauswertungen. Die Ergebnisse hierzu werden in diesem Kapitel überwiegend in Abbildungsform wiedergegeben. Viele der Abbildungen enthalten dabei die Ergebnisse von mehreren Fragen, da diese in einem gemeinsamen, inhaltlich zusammenhängenden Fragenblock gestellt wurden. Da die meisten Fragen im Fragebogen mit einer 6-Punkte-Skala mit jeweils verbalisierten Endpunkten versehen waren (z.B. »trifft gar nicht zu« bis »trifft sehr zu«), basieren die Abbildungen auf entsprechenden Balkendiagrammen. Diese Balkendiagramme sind innerhalb der Abbildungen absteigend von oben nach unten nach der Ausprägung der drei höchsten Skalenpunkte sortiert. Der oberste Balken zeigt somit die Frage mit der durchschnittlich höchsten Zustimmung, der unterste Balken die Frage mit der durchschnittlich niedrigsten Zustimmung.

Um zu untersuchen, ob es Unterschiede zwischen den Antworten der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ und der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ in Bezug auf die Bereitschaft zum Mitfahren gibt, wurden zusätzlich statistische Gruppentests durchgeführt. Soweit diese signifikant und für die Ausführungen relevant sind, werden Unterschiede bei den Antworten in Abbildungen dargestellt oder im Text erwähnt. Die statistischen Tests selbst finden sich im ➔ Anhang 2.

Kernstück der Auswertung sind die Regressionsanalysen. Mit diesen kann auf Basis der Antworten der Befragten festgestellt werden, welche Bestimmungsgründe für die Intention, an einem Ridesharing-Angebot teilzunehmen, von Bedeutung sind. Die Regressionsanalysen erfolgten hierbei mittels der Methode der kategorialen Regression (CATREG) der IBM-Software SPSS (Version 22), weil die Daten überwiegend auf ordinalen Skalen beruhen und CATREG eine für solche Daten anwendbare Regressionsmethode ist (zu den Kennzahlen der Regressionen ➔ Anhang 3).⁵² Weiterhin ergab sich im Zuge der Regressionsanalysen die Notwendigkeit, Fragen, die eine hohe Korrelation aufwiesen, mittels Faktorenanalysenzusammenzufassen. Dies erfolgte in SPSS

⁵² Diese Methode ist noch nicht sehr verbreitet, weswegen zusätzlich auch die üblichen OLS-Regressionen berechnet wurden, welche die Ergebnisse im Wesentlichen bestätigten.

aufgrund der Ordinalskalen mittels kategorialen Hauptkomponentenanalysen (CATPCA) (zu den Kennzahlen der Faktorenanalysen → Anhang 4).⁵³

6.3.3 Rücklauf und soziodemografische Merkmale

6.3.3.1 Rücklauf

Die Nettostichprobe der Befragung war mit 863 ausgefüllten Fragebögen angesichts des relativ kleinräumigen Befragungsgebiets relativ hoch. Allerdings war trotz der Bemühungen des Befragungsinstituts, die Stichprobe nach Alter zu schichten, der Rücklauf insbesondere bei den Altersklassen der 18- bis 29-Jährigen und der Über-75-Jährigen deutlich geringer und bei den Altersklassen der 60- bis 64-Jährigen und der 65- bis 74-Jährigen höher als der Anteil dieser Altersgruppen an der Grundgesamtheit (zur Grundgesamtheit → 4.1). Dies liegt sicherlich auch daran, dass insbesondere junge Personen nicht über einen Festnetzanschluss erreichbar sind. Da bislang aber keine entsprechend räumlich aufgelösten Informationen über Handynummern zur Verfügung stehen und aufgrund des kleinräumigen Untersuchungsgebiets eine Zufallsziehung über Mobilfunk-Nummern nicht möglich war, konnte der Anteil der befragten 18- bis 29-Jährigen nicht mehr durch das Befragungsinstitut gesteigert werden. Weiterhin sind auch Frauen im Rücklauf etwas stärker vertreten, als es in der Grundgesamtheit der Fall ist.⁵⁴ Die Tabelle 10 führt den Rücklauf nach Altersklassen und Geschlecht auf.

⁵³ Auch hier kam zur Kontrolle die übliche Hauptkomponentenanalyse zur Anwendung, welche die Ergebnisse wiederum bestätigte.

⁵⁴ Bei der Darstellung von Ergebnissen von Bevölkerungsumfragen werden in Deutschland derartige Abweichungen gegenüber der Grundgesamtheit häufig mit Hochrechnungen, etwa mit den Gewichtungsmarkmalen Alter, Beruf, Einkommen und Geschlecht ausgeglichen. Hierauf wird im Folgenden bei der Auswertung der Antworten der Befragten jedoch verzichtet. Die Autorin dieses Beitrags ist der Auffassung, dass eine derartige Hochrechnung in dem sehr kleinräumigen Untersuchungsgebiet nicht sinnvoll ist, weil auf der Ortsteilebene die Daten in einzelnen Altersklassen zu niedrig oder auch gar nicht vorhanden sind. Die Auswertungen geben somit direkt die tatsächlichen Antworten der Befragten wieder. (Die Regressionen in Abschnitt 6.3.5.2 können dann einen Hinweis darauf geben, ob die soziodemografischen Merkmale für die Bereitschaft, an einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot teilzunehmen, von Bedeutung sind. Dies ist aber, wie sich zeigen wird, nicht der Fall.)

Altersklassen	Gesamt	
	Grundgesamtheit	Rücklauf
14 bis 17 Jahre	4%	3%
18 bis 29 Jahre	13%	6%
30 bis 39 Jahre	11%	8%
40 bis 49 Jahre	15%	15%
50 bis 59 Jahre	20%	23%
60 bis 64 Jahre	8%	13%
65 bis 74 Jahre	13%	22%
75 Jahre und mehr	15%	9%
Weiblich	50%	58%
Männlich	50%	42%
Anteil Gesamt	100%	100%

Tabelle 10: Rücklauf und Grundgesamtheit im Vergleich

Nach Ortsteilen differenziert, entspricht der Rücklauf nach Kernorten weitgehend der Grundgesamtheit (→ 4.1, Tabelle 3). Wie die Abbildung 5 zeigt, haben im Rücklauf die Ortsteile der beiden größeren Kernorte, Witzenhausen und Bad Wildungen, den höchsten Anteil an Befragten.

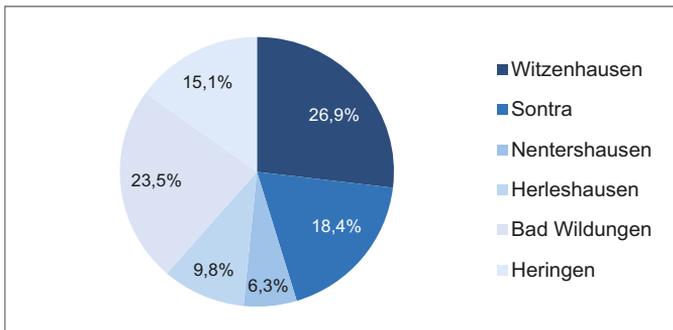


Abbildung 5: Wohnort der Befragten

6.3.3.2 Soziodemografische Merkmale

Die Tabelle 10 im vorherigen Abschnitt gibt schon wesentliche soziodemografische Merkmale des Rücklaufs wieder. Weitere soziodemografische Merkmale, die üblicherweise verwendet werden und auch in dieser Umfrage erhoben wur-

den, sind die Haushaltsgröße, die Anzahl der Kinder pro Haushalt, die berufliche Tätigkeit und das Einkommen. Mit Blick auf die vorliegende Fragestellung kommen zudem noch der Führerscheinbesitz, die Pkw-Verfügbarkeit und die Anzahl der Pkws pro Haushalt hinzu. Diese Merkmale werden im Folgenden dargestellt.

In Bezug auf die Haushaltsgröße zeigt die Abbildung 6, dass die meisten der befragten Personen in Ein- oder Zweipersonen-Haushalten leben, wobei es in fast drei Viertel der untersuchten Haushalte keine Kinder gibt (ohne Abbildung; die durchschnittliche Kinderzahl pro Haushalt beträgt 0,55).⁵⁵

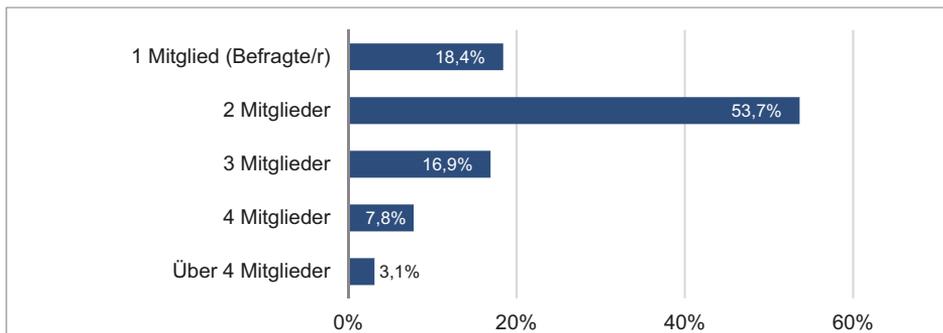


Abbildung 6: Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Klassen

Der größte Teil der befragten Personen waren Angestellte und Personen im Rentenalter (Abbildung 7). Dies korrespondiert mit der Verteilung der Altersgruppen (→ Tabelle 10). Die übrigen Beschäftigungsgruppen sind demgegenüber deutlich weniger stark vertreten. Von den Angestellten ist dabei der größte Teil vollzeitbeschäftigt (58,2%; ohne Abbildung).

⁵⁵ Die Zahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte in den untersuchten Kommunen (einschließlich Kernstädte bzw. -orte) insgesamt betrug gemäß Zensus 2011 (s. <https://ergebnisse.zensus2011.de/>, zuletzt abgerufen am 10.01.2019) 8.041 bzw. 8.015 bei einer Gesamtzahl von 23.884 Haushalten. Somit beträgt der Anteil der Ein- und Zweipersonenhaushalte an allen Haushalten 33,7% bzw. 33,6%. Folglich sind in der Befragung Einpersonenhaushalte unterrepräsentiert, die Zweipersonenhaushalte dagegen überrepräsentiert. Dies resultiert insbesondere aus der Art der Erhebung, da die Stichprobe nicht nach der Haushaltsgröße geschichtet wurde.

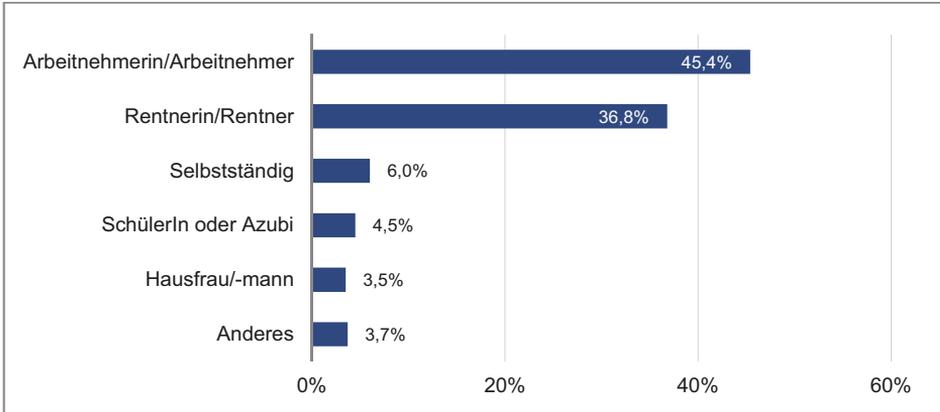


Abbildung 7: Berufliche Tätigkeit

Mit Blick auf die Einkommenssituation wurde in der Befragung nach dem monatlichen Nettoeinkommen des Haushalts gefragt. Die entsprechende Verteilung ist in Abbildung 8 zu sehen. Hierbei ist allerdings anzumerken, dass zu dieser Frage 69 Personen keine Auskunft gaben.

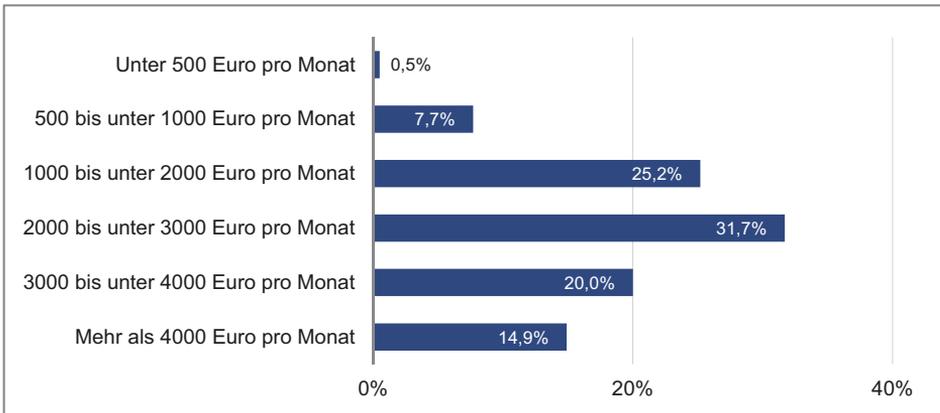


Abbildung 8: Nettoeinkommen pro Haushalt

Für die vorliegende Themenstellung ist es von besonderem Interesse, wie viele Personen über einen Führerschein verfügen und wie viele davon wie oft über einen Pkw verfügen können. Hierbei zeigte sich, dass der überwiegende Teil

der Befragten einen Pkw-Führerschein besitzt (93,7%, ohne Abbildung). Auch die Pkw-Verfügbarkeit ist im befragten Personenkreis relativ hoch: 88,8% der Befragten gaben an, täglich bzw. fast täglich über einen Pkw verfügen zu können (Abbildung 9). Die durchschnittliche Anzahl an Pkws pro Haushalt beträgt dabei 1,83 (ohne Abbildung).

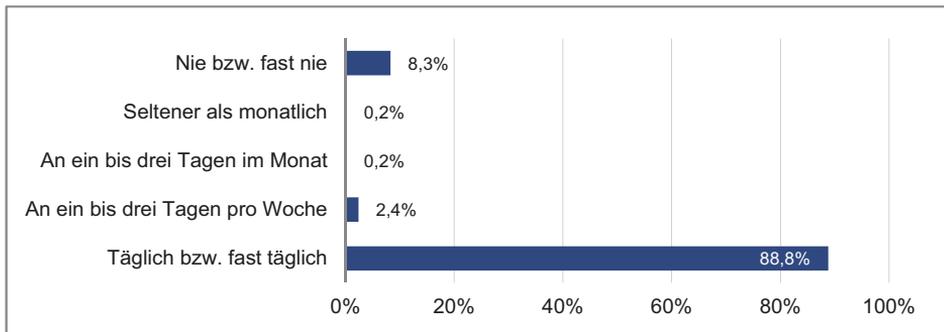


Abbildung 9: Pkw-Verfügbarkeit

6.3.4 Die Auswertung der Antworthäufigkeiten

6.3.4.1 Grundlagen der Bereitschaft als Fahrende mitzumachen

Dieser Abschnitt beinhaltet die Befragungsergebnisse der Gruppe ›Pkw-Aktive‹, d.h. der 407 Personen mit häufigem Pkw-Zugang, welche per Zufallsziehung Fragen zur Teilnahme als Fahrende bei einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot gestellt bekamen (→ 6.3.2.1). Eine Ausnahme hiervon sind die Fragen zu den Zwecken, für welche die Befragten andere im Rahmen eines lokalen Ridesharing-Angebots mitnehmen würden (Abbildung 11), denn diese Fragen wurden allen 787 Interviewten mit häufigerer Pkw-Nutzung gestellt (nicht nur der Zufallsgruppe), um die reziproke Bereitschaft zu erfassen.

Die nachfolgende Darstellung der Ergebnisse der Umfrage befasst sich zunächst mit der Häufigkeit der Bereitschaft, andere mitzunehmen (6.3.4.1.1). Dem folgt ein Abschnitt zu den Ergebnissen der Fragen nach Gründen bzw. Hinderungsgründen für die Bereitschaft, andere mitzunehmen (6.3.4.1.2 bzw. 6.3.4.1.3), und ein Zwischenstand (6.3.4.1.4).

6.3.4.1.1 Ausmaß der Bereitschaft, andere mitzunehmen

Um einen grundsätzlichen Überblick über das Ausmaß der Mitnahmebereitschaft im Rahmen von lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten zu erhalten, wurde danach gefragt, an wie vielen Tagen pro Woche bzw. pro Monat sich die Befragten vorstellen können, andere aus dem Ortsteil im Rahmen von lokalen Mitfahrinitiativen mitzunehmen. Wie die Abbildung 10 zeigt, ist die Bereitschaft hierzu hoch: insgesamt knapp drei Viertel – konkret 74,9% – aller Befragten gaben an, dass sie sich vorstellen können, an mindestens ein bis drei Tagen pro Woche oder sogar täglich andere Personen mitzunehmen. Nur 4,9% schließen eine Mitnahme Dritter aus.

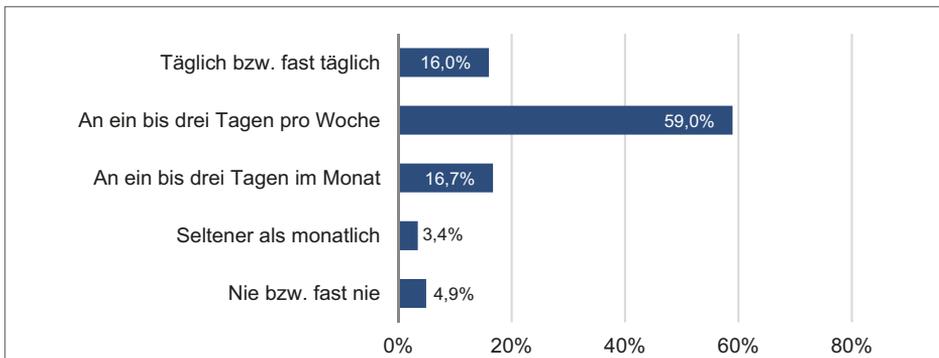


Abbildung 10: Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitnahme nach Tagen

Im Rahmen der Umfrage sollte nun entsprechend des Ridesharing-Verhaltensmodells noch genauer der Frage nachgegangen werden, ob es Unterschiede in der Bereitschaft zur Mitnahme in Bezug auf unterschiedliche Wegezwecke gibt.

Die Pre-Tests zu dieser Fragestellung zeigten dabei, dass es sehr aufwendig wäre, zeitliche Angaben nach Anzahl der Tage, wie dies in der Frage zur Abbildung 10 erfolgte, für jeden Zweck zu erfassen. Deswegen wurde nur allgemein mit einer 6-Punkte-Skala nach der Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitnahme zu den unterschiedlichen Zwecken gefragt. Die Fragen wurden dabei, wie in 6.3.4.1 bereits angesprochen, allen Personen der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ gestellt, nicht nur den Personen, die als Fahrende befragt wurden. Somit konnte für alle ›Pkw-Aktiven‹ nach Zwecken differenziert festgestellt werden, wie

hoch die Bereitschaft zur Mitnahme ist. Wie aus der Abbildung 11 ersichtlich, zeigt sich auch bei dieser Frage eine hohe Bereitschaft, andere mitzunehmen. Allerdings differiert diese je nach Zweck: Am häufigsten würden die Befragten andere Personen beim Einkaufen mitnehmen. Dem folgen die Zwecke ›Andere private Erledigungen‹, ›Unterwegssein im Zusammenhang mit der Gesundheit‹, ›Fahrten zu Arbeitsplatz und Ausbildungsstätte sowie Schule oder Studium‹⁵⁶. Das Schlusslicht bildet die Mitnahme zu ›Freizeitaktivitäten‹. Beim Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ ist interessant, dass der höchste Skalenpunkt von immerhin 41,1% der Befragten angegeben wurde, was im Vergleich zu den anderen Zwecken relativ hoch ist.

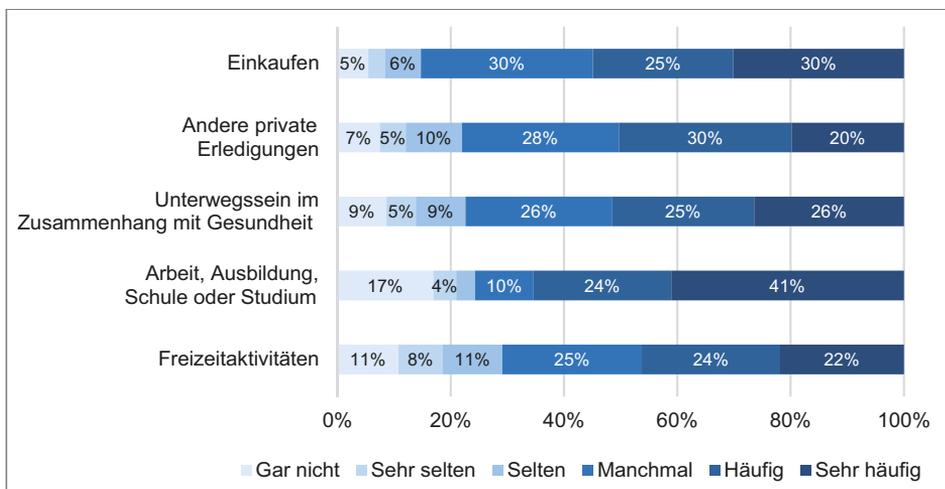


Abbildung 11: Bereitschaft zur Mitnahme nach Zweck des Weges der Befragten

Um nun noch einen Bezug zur Mitnahmereitschaft nach Tagen herzustellen, wurden die Fragen zur Mitnahme bei verschiedenen Zwecken auf der Grundlage der Häufigkeit der allgemeinen Bereitschaft zur Mitnahme betrachtet. Dies geschah mittels einer Korrelationsanalyse (Tabelle 11). Hierdurch wird im Kern zum Ausdruck gebracht, zu welchem Zweck an den meisten Tagen pro Woche mitgenommen werden würde.

⁵⁶ Diese Frage haben nur Personen beantwortet, die in einem entsprechenden Arbeits- oder Ausbildungsverhältnis stehen bzw. noch zur Schule gehen oder studieren (n=543).

	Zweck				
	Ein- kaufen	Gesund- heit	Andere private Erledigungen	Freizeit	Arbeit / Ausbildung / Schule / Studium
Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitnahme nach Tagen	,315**	,279**	,368**	,302**	,435**
Anzahl	407	407	407	407	265
0,01 ≤ α < 0,05: * ›signifikant‹, 0,001 ≤ α < 0,01: **: ›sehr signifikant‹, α < 0,001: ***: ›höchst signifikant‹					

Tabelle 11: Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Mitnahme nach Tagen und der Häufigkeit nach Zwecken

Wie die Korrelationstabelle zeigt, hat hier der Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ den höchsten Wert. Vertiefende Auswertungen des Datensatzes zeigen dabei, dass 16% der Befragten sowohl bei diesem Zweck als auch bei der Anzahl der Tage den höchsten Wert angegeben hatten, die Personen würden also täglich bzw. fast täglich andere auf dem Weg zur Arbeit mitnehmen; 23% hatten »an ein bis drei Tagen pro Woche« angegeben. Die zweithöchste Korrelation ergibt sich beim Zweck ›Andere private Erledigungen‹; hier sind es 6,4% bzw. 12,5%, die zugleich den höchsten Wert bei der Frage nach dem Zweck und den höchsten bzw. zweithöchsten Wert bei der allgemeinen Frage nach der Häufigkeit angaben. Dem folgen in absteigender Reihenfolge der Zweck ›Einkaufen‹ mit 27% bzw. 61%, der Zweck ›Freizeitaktivitäten‹ mit 27% bzw. 61% und der Zweck ›Gesundheit‹ mit 8,1% bzw. 18,4%.

6.3.4.1.2 Gründe für die Bereitschaft, andere mitzunehmen

Die Untersuchung der Gründe dafür, andere im Rahmen eines lokalen, organisierten Ridesharing-Angebots mitzunehmen, ist eines der zentralen Untersuchungsziele. Entsprechend dem Ridesharing-Verhaltensmodell wurden hierzu unterschiedliche Facetten sozialer Gründe sowie je ein möglicher finanzieller und ein möglicher umweltbezogener Grund erfasst:

- Die sozialen Gründe greifen drei Aspekte auf: die Möglichkeit, anderen durch das Ridesharing zu helfen (Altruismus), die Möglichkeit, durch das Ridesharing in Kontakt mit anderen zu kommen (Kontaktbedarf), und der

Einfluss des sozialen Umfelds auf die eigene Bereitschaft zum Ridesharing (soziale Norm).

- Die Mobilitätskosten erfassen die Fahrtkosten, die durch das Ridesharing gemindert werden können.
- Die umweltbezogenen Gründe zielen auf die erwartete Reduktion der schädlichen Umweltwirkung des Autofahrens.

Gründe für die Bereitschaft

- **Soziales**
- **Mobilitätskosten**
- **Umwelt**

Abbildung 12 zeigt die Verteilung der Antworten der Befragten. Hier wird deutlich, dass sowohl der Umstand, anderen mit der Mitnahme helfen zu können, als auch der Umstand, durch die Teilnahme an einem Ridesharing-Angebot die Umwelt zu schützen, die wichtigsten Gründe für die Teilnahmereitschaft an lokalen Ridesharing-Angeboten sind. Dem folgen der Einfluss des sozialen Umfelds und die Möglichkeit, über das Ridesharing-Angebot mit anderen in Kontakt zu kommen. Am wenigsten relevant ist der finanzielle Grund, die Senkung der Fahrtkosten.

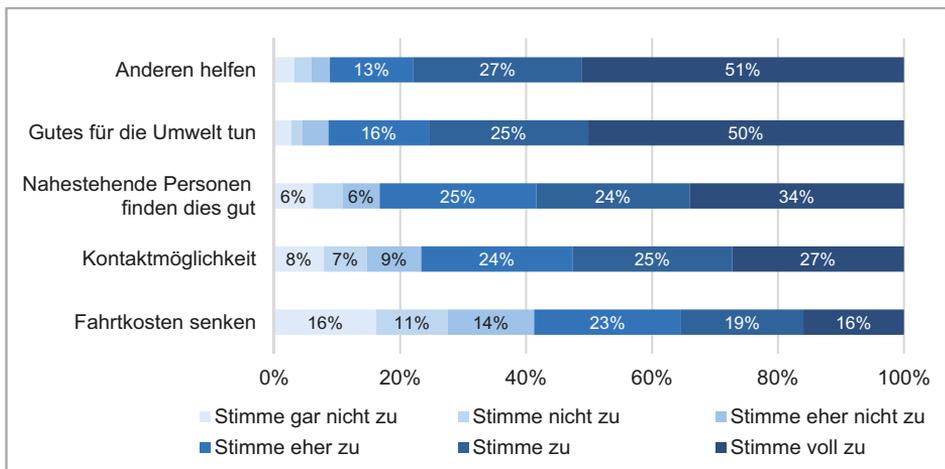


Abbildung 12: Motivationen der Bereitschaft zur Mitnahme

6.3.4.1.3 Hinderungsgründe für die Bereitschaft, andere mitzunehmen

Von besonderem Interesse war auch, herauszufinden, welche Aspekte sich negativ auf die Bereitschaft auswirken, andere im Rahmen eines lokalen, organisierten Ridesharing-Angebots mitzunehmen. In Entsprechung zum Ridesharing-Verhaltensmodell wurden hierzu die Hinderungsgründe in drei Klassen aufgeteilt: ›Einschränkung der Flexibilität‹, ›Individuelle Dispositionen‹ und ›Mangelndes Vertrauen‹ in die Mitfahrenden.

- Die ›Einschränkung der Flexibilität‹ erfasst Umstände, die sich aus einer vorab zu tätigenen Festlegung des Fahrtziels und des Fahrtzeitpunktes ergeben.
- Die ›individuellen Dispositionen‹ beziehen sich zum einen darauf, dass der Teilnahme am Ridesharing möglicherweise ein Zeitmangel und/oder gesundheitliche Gründe entgegenstehen. Erfasst wird weiterhin eine potenzielle Minderung des Spaßes am Autofahren.
- Die mit dem Merkmal ›Mangelndes Vertrauen‹ einhergehenden Fragen beinhalten die möglicherweise fehlende Bereitschaft, fremde Personen und/oder auch bestimmte, bekannte Personen aus dem Ort mitzunehmen. Auch mangelndes Vertrauen in die Zuverlässigkeit der Verabredungen wird hierunter gefasst.

Hindernisse der Bereitschaft
<ul style="list-style-type: none"> • Einschränkung Flexibilität • Individuelle Disposition • Mangelndes Vertrauen

Die Verteilung der Skalenpunkte in Abbildung 13 verweist zunächst im Allgemeinen darauf, dass die Hinderungsgründe nicht so stark ausgeprägt sind, wie die Gründe für die Mitnahme. Im Speziellen erweist sich der Verlust der Flexibilität als stärkstes Argument. Dem folgen zeitliche Restriktion und die Bedenken in Bezug auf die Zuverlässigkeit potenzieller Mitfahrender. Die anderen abgefragten Aspekte sind deutlich weniger relevant, Schlusslicht ist hier die Einschränkung des Fahrspaßes.

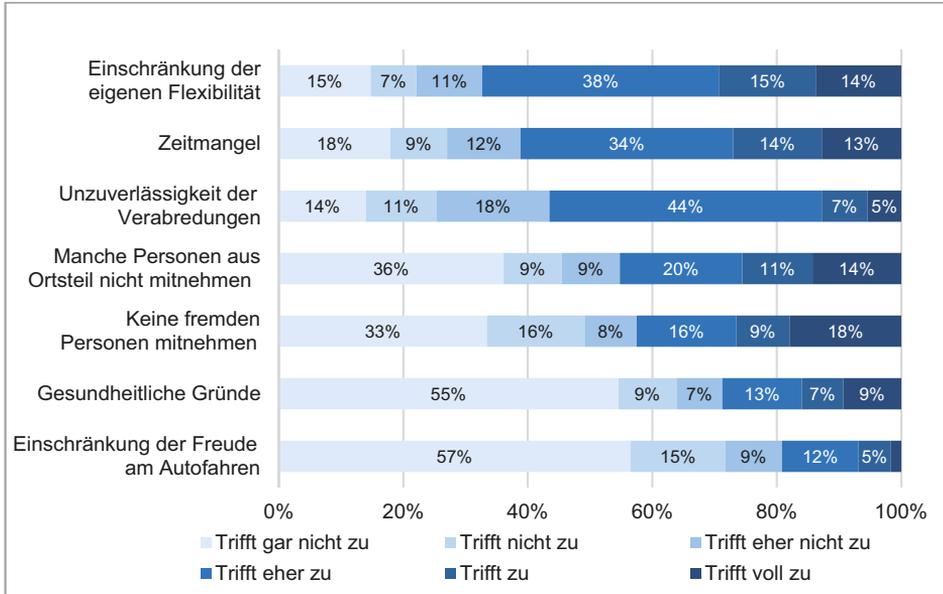


Abbildung 13: Hinderungsgründe der Mitnahme

6.3.4.1.4 Zwischenstand – Schlaglichter

Die Befragten haben eine relativ hohe Bereitschaft, an einem organisierten Ridesharing-Angebot im eigenen Ortsteil als Fahrende teilzunehmen. Auf Basis der Ausprägungen der höchsten Skalenpunkte lassen sich hier zwei Zwecke identifizieren, zu denen die meisten Befragten am häufigsten andere mitnehmen würden: ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ und die Zwecke ›Einkaufen‹, ›Gesundheit‹ und ›Andere private Erledigungen‹, die drei letztgenannten repräsentieren im Kern Alltagserledigungen.

Auf Basis der Korrelationsanalysen ist hierbei zum Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ eine tägliche oder fast tägliche Bereitschaft zur Mitnahme zu erwarten. Die Alltagserledigungen haben etwas geringere Werte. Dies lässt sich dadurch erklären, dass diese im Allgemeinen auch weniger häufig durchgeführt werden (s. z.B. Nobis/Kuhnimhof 2018; zu der Erhebung der Wegezwecke im Mobilfaltgebiet ⇨ 7.2.8).

Interessanterweise ist die Bereitschaft zur Mitnahme zu den Freizeitaktivitäten geringer als zu anderen Zwecken, obwohl hierfür nach den eben genannten Quellen öfter und weitere Strecken zurückgelegt werden als z.B. zum Ein-

kaufen. Woran dies liegt, ist allerdings auf Basis der Umfrage und des Stands der Forschung nicht festzustellen.

Die Gründe dafür, andere mitzunehmen, liegen überwiegend im sozialen Bereich (insbesondere mit Blick darauf, anderen hiermit helfen zu können) und im Umweltschutz. Der finanzielle Aspekt hat für die meisten Befragten die geringste Bedeutung.

Die Angaben zu den Hinderungsgründen für die Mitnahme verweisen auf die Problematik der Anpassung der eigenen Mobilitätsbedarfe an Dritte und auch auf mangelnde zeitliche Ressourcen. Auch der Aspekt ›Vertrauen‹ spielt eine Rolle und hierbei insbesondere in Bezug auf die Annahmen über die Zuverlässigkeit der Verabredung. Bedenken in Bezug auf die Mitnahme von fremden Personen sind zwar relevant, aber sie sind weniger stark ausgeprägt, als dies möglicherweise zu vermuten wäre. Sogar die Abneigung, bestimmte bekannte Personen aus dem Ortsteil mitzunehmen, fällt höher aus.

6.3.4.2 Grundlagen der Bereitschaft, als Mitfahrende mitzumachen

Dieser Abschnitt beinhaltet die Befragungsergebnisse der 380 Personen mit häufigerer Pkw-Nutzung (Gruppe ›Pkw-Aktive‹), die per Zufallsziehung Fragen zur möglichen Teilnahme als Mitfahrende bei einem lokalen Ridesharing-Angebot gestellt bekamen (⇒ 6.3.2.1). Weiterhin sind in den Auswertungen auch Antworten von den 76 Personen ohne oder mit seltener Pkw-Nutzung enthalten (Gruppe ›Pkw-Inaktive‹). Da die Antworten der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ bei einigen Fragen signifikant von den Antworten der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ abweichen, wird in diesen Fällen zusätzlich ein Vergleich der Antworten gegeben (zu den Tests ⇒ Anhang 2).

Zu den Fragen zur Mitfahrt gab es auch wieder einen Fragenblock, den alle 863 Befragten beantworteten, d.h. auch die 407 Personen, die zur Mitnahme befragt wurden. Dieser enthält zur Erfassung der reziproken Bereitschaft die Fragen zu den Zwecken, zu welchen die Befragten bei anderen im Rahmen eines lokalen Ridesharing-Angebots mitfahren würden.

Die folgenden Ergebnisdarstellungen befassen sich analog zum vorhergehenden Abschnitt zunächst mit der Häufigkeit der Bereitschaft, bei anderen mitzufahren (6.3.4.2.1). Dem folgen die Abschnitte zu den Gründen für die Bereitschaft, bei anderen mitzufahren (6.3.4.2.2), sowie zu den Hinderungsgründen (6.3.4.2.3) und zum Zwischenstand (6.3.4.2.4). Die Fragen sind, soweit dies

inhaltlich logisch ist, identisch mit den Fragen in den Abschnitten 6.3.4.1.2 und 6.3.4.1.3, sie sind jedoch in diesem Fall auf das Mitfahren bezogen. Allerdings gibt es einige Erweiterungen, die spezifische Aspekte des Mitfahrens erfassen.

6.3.4.2.1 Ausmaß der Bereitschaft, bei anderen mitzufahren

Spiegelbildlich zu den Fragen zur Bereitschaft, andere mitzunehmen, wurden die Befragten um Auskunft darüber gebeten, wie häufig sie sich vorstellen können, bei anderen mitzufahren (Abbildung 14). Die Bereitschaft hierzu ist etwas weniger stark ausgeprägt als die Bereitschaft zur Mitnahme. Aber immerhin noch mehr als die Hälfte der Befragten (54,6%) gab an, dass sie mindestens einmal wöchentlich bei anderen mitfahren würden, wobei der Anteil derjenigen, die täglich oder fast täglich mitfahren würden, bei 12,3% liegt.

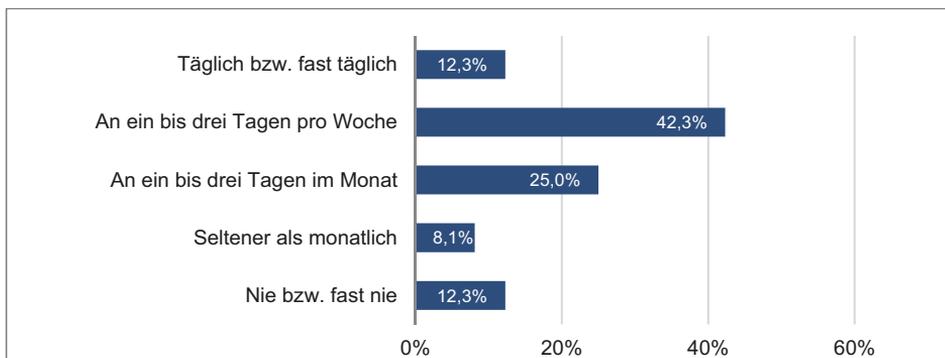


Abbildung 14: Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitfahrt nach Tagen

Auch bei der Frage zur Mitfahrt nach den Zwecken ergab sich eine relativ hohe Bereitschaft (Abbildung 15), wenngleich insgesamt ebenfalls schwächer ausgeprägt als bei den Fragen zur Mitnahme. Mit Blick auf die Reihenfolge, die sich aus der Summe der Häufigkeit der Nennung der drei höchsten Skalenpunkte ergibt, unterscheiden sich die einzelnen Zwecke dabei nur geringfügig. Beim Zweck ›Arbeit/Ausbildungsstätte/Schule/Studium‹ ist allerdings der letzte Skalenpunkt deutlich stärker ausgeprägt als bei den anderen Zwecken.

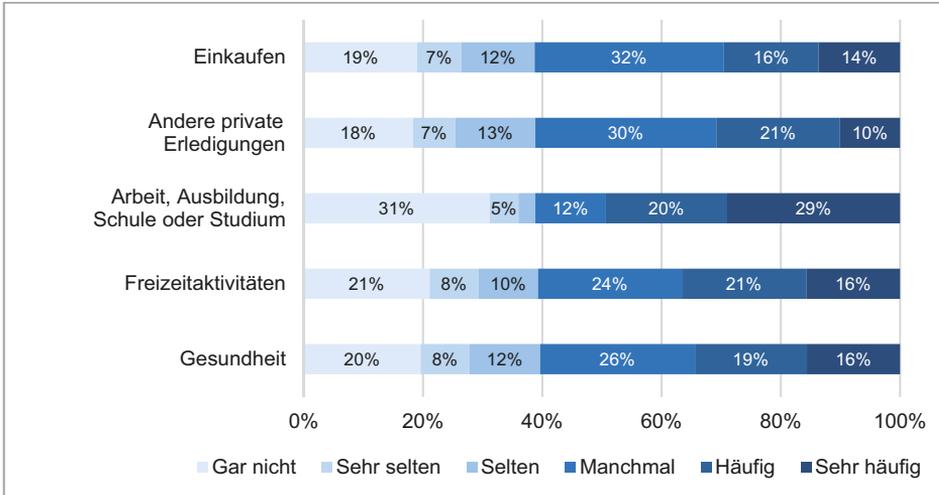


Abbildung 15: Bereitschaft zur Mitfahrt nach Zweck des Wegs der Befragten

Die statistischen Gruppentests zeigen hierbei signifikante Unterschiede zwischen den Angaben der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ und der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹. Abbildung 16 zeigt die Unterschiede in den Antworten differenziert nach diesen beiden Gruppen. Die Abbildung erfasst hierzu jeweils die Summe der höchsten drei Skaleneinheiten für die Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken, grup-

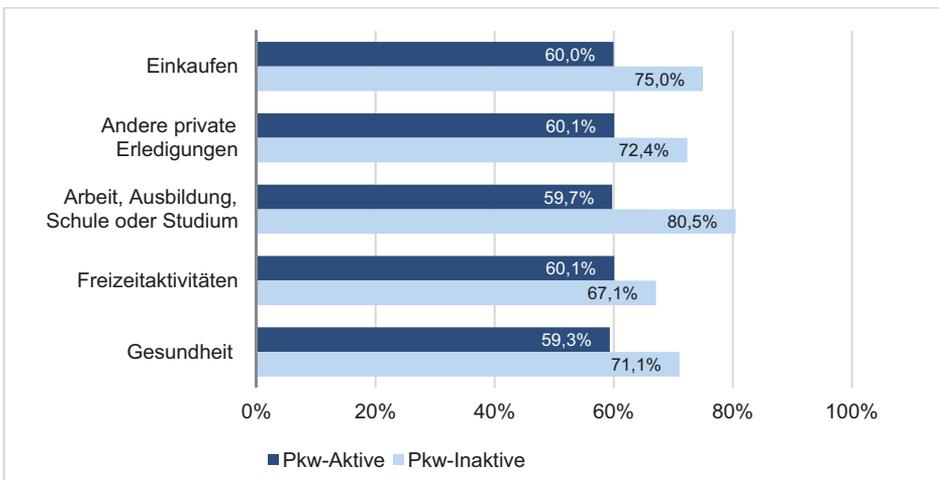


Abbildung 16: Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken der Befragten (gruppiert)

piert nach ›Pkw-Aktiven‹ und ›Pkw-Inaktiven‹. Es wird deutlich, dass die Befragten der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ eine höhere Mitfahrbereitschaft aufweisen. Am stärksten ist der Unterschied in Bezug auf den Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹; der Unterschied beträgt hier fast 21 Prozentpunkte.

Tabelle 12 weist noch den Zusammenhang (Korrelation) zwischen den Antworten zu der Frage nach der Mitfahrbereitschaft nach Tagen (⇒ Abbildung 14) und den Antworten zu den Fragen nach der Häufigkeit der Mitfahrbereitschaft nach Zwecken (⇒ Abbildung 15) aus. Wie die Korrelationstabelle zeigt, hat hier der Zweck ›Andere private Erledigungen‹ den höchsten Wert, gefolgt vom Zweck ›Einkaufen‹. Die Zwecke ›Freizeit‹ und ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ folgen an dritter Stelle und die niedrigste Korrelation weist der Zweck ›Gesundheit‹ auf. Anzumerken ist, dass die gemeinsamen Skalenwerte hier jeweils nicht so hoch ausgeprägt sind wie im Fall der Mitnahme. So haben beispielsweise beim Zweck ›Andere private Erledigungen‹ nur 3,3% der Befragten sowohl hier den höchsten Wert angegeben als auch bei der Frage zu der Häufigkeit nach Tagen.

	Zweck				
	Ein- kaufen	Gesund- heit	Andere private Erledigungen	Freizeit	Arbeit / Ausbildung / Schule / Studium
Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitfahrt nach Tagen	,416**	,331**	,456**	,356**	,356**
Anzahl	456	456	456	456	323
0,01 ≤ α < 0,05: * ›signifikant‹, 0,001 ≤ α < 0,01: **: ›sehr signifikant‹, α < 0,001: ***: ›höchst signifikant‹					

Tabelle 12: Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Mitfahrt nach Tagen und der Häufigkeit nach Zwecken – alle Mitfahrer

Alle Werte sind deutlich höher ausgeprägt, wenn die Korrelation nur mit den Befragten mit Führerschein und Pkw-Zugang (›Pkw-Aktive Mitfahrende‹) durchgeführt wird (d.h. ohne die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹). Insbesondere der Wert zum Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ steigt dann auf 0,556*** an (ohne Tabelle).

6.3.4.2.2 Gründe der Bereitschaft, bei anderen mitzufahren

Die Identifizierung der Gründe für die Bereitschaft, im Rahmen einer lokalen, organisierten Mitfahrinitiative bei anderen mitzufahren, gehört zu den zentralen Zielen dieser Untersuchung. Die Fragen an die potenziellen Mitfahrenden beinhalteten, wie auch schon die Fragen an die potenziellen Fahrenden, soziale, kosten- und umweltbezogene Aspekte. Allerdings wäre es im vorliegenden Zusammenhang inhaltlich nicht sinnvoll gewesen, den altruistischen Grund ›Helfen‹ aufzunehmen. Auf Basis des Ridesharing-Verhaltensmodells wurde jedoch ergänzend das Merkmal ›Erweiterung der Mobilitätsmöglichkeiten‹ erfasst, das zwei Aspekte beinhaltet: die Entlastung vom Fahren, die entsteht, wenn eine Person bei anderen mitfährt, statt selbst am Steuer zu sitzen, sowie die grundsätzliche Erweiterung der Mobilitätsmöglichkeiten.

Gründe für die Bereitschaft

- Soziales
- Mobilitätskosten
- Umwelt
- Erweiterung Mobilitätsmöglichkeiten
- Fahrtentlastung

Im Ergebnis erweist sich als wichtigster Grund, ›Etwas Gutes für die Umwelt zu tun‹ (Abbildung 17), die Hälfte aller Befragten gab hierzu den höchsten Skalenpunkt an. Hierauf folgen absteigend die Gründe ›günstig mobil sein können‹, ›nahestehende Personen würden das gut finden‹, ›Möglichkeit, seine eigenen Mobilitätsmöglichkeiten zu erweitern‹, ›Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu kommen‹, ›Einmal nicht selbst am Steuer sitzen müssen‹.

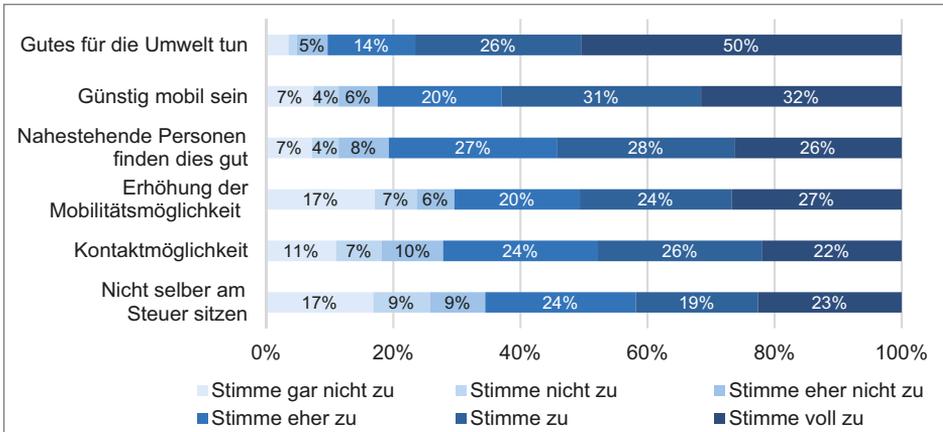


Abbildung 17: Motivationen zur Bereitschaft zur Mitfahrt

Wie die statistischen Gruppentests ergaben, sind für die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ die Gründe ›Erhöhung der Mobilitätsmöglichkeiten‹ und ›Günstig mobil sein‹ wichtiger als bei der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ (→ Anhang 2).

6.3.4.2.3 Hinderungsgründe für die Mitfahrt

Die Fragen zu den Hinderungsgründen der Mitfahrt entsprachen den Fragen, die zu den Hinderungsgründen der Mitnahme gestellt wurden. Dies beinhaltet die Merkmale ›Einschränkung der Flexibilität‹, ›Individuelle Dispositionen‹ und ›Mangelndes Vertrauen‹. Allerdings wurde hier nicht nach der Freude am Autofahren gefragt, sondern im Rahmen des Merkmals ›Individuelle Disposition‹ eine Frage danach gestellt, ob ein Hinderungsgrund darin liege, anderen nicht zur Last fallen zu wollen.

Hindernisse der Bereitschaft

- **Einschränkung Flexibilität**
- **Individuelle Disposition**
- **Mangelndes Vertrauen**

Wie auch bei den Fragen zur Mitnahme erweist sich bei den Fragen zur Mitfahrt der Verlust der Flexibilität als stärkster Hinderungsgrund für eine Teilnahme an einer lokalen Mitfahrinitiative (Abbildung 18). Dem folgen die zeitlichen Restriktionen, das Bedürfnis, anderen nicht zur Last zu fallen, die

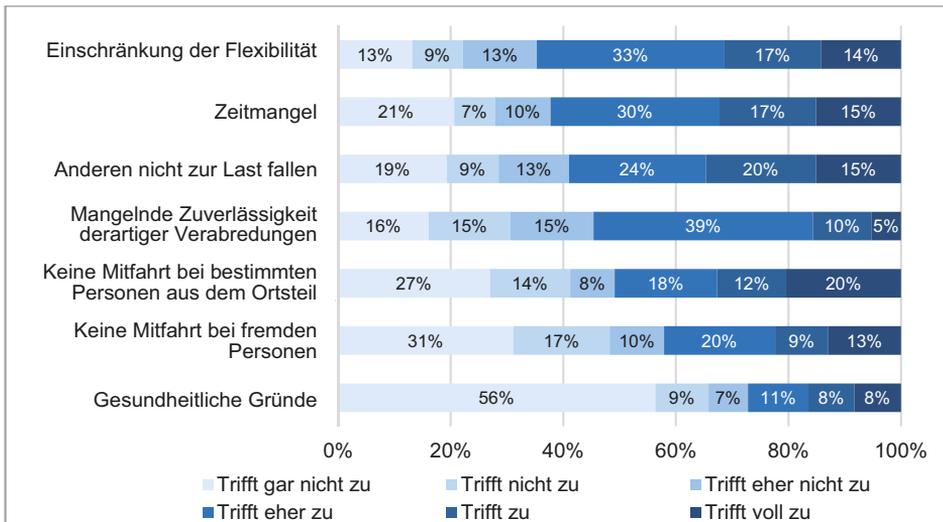


Abbildung 18: Hinderungsgründe für die Mitfahrt

Bedenken in Bezug auf die Zuverlässigkeit potenzieller Fahrtanbietender sowie Bedenken bezüglich der Mitfahrt bei bekannten Personen aus dem Ortsteil bzw. bei fremden Personen. Schlusslicht sind hier die gesundheitlichen Gründe.

Wie aus Abbildung 19 hervorgeht, gibt es auch bei den Hinderungsgründen Unterschiede zwischen den Gruppen ›Pkw-Aktive‹ und ›Pkw-Inaktive‹. Die Einschränkung der Flexibilität, Zeitmangel und auch der Hinderungsgrund, bei bestimmten Personen aus dem Ortsteil nicht mitfahren zu wollen, spielen für die ›Pkw-Inaktiven‹ eine geringere Rolle als für die ›Pkw-Aktiven‹. Hingegen sind die Hinderungsgründe ›Anderen nicht zur Last fallen‹, ›Mangelnde Zuverlässigkeit derartiger Verabredungen‹, ›Keine Mitfahrt bei fremden Personen‹ sowie ›Gesundheitliche Gründe‹ für die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ von größerer Relevanz.⁵⁷

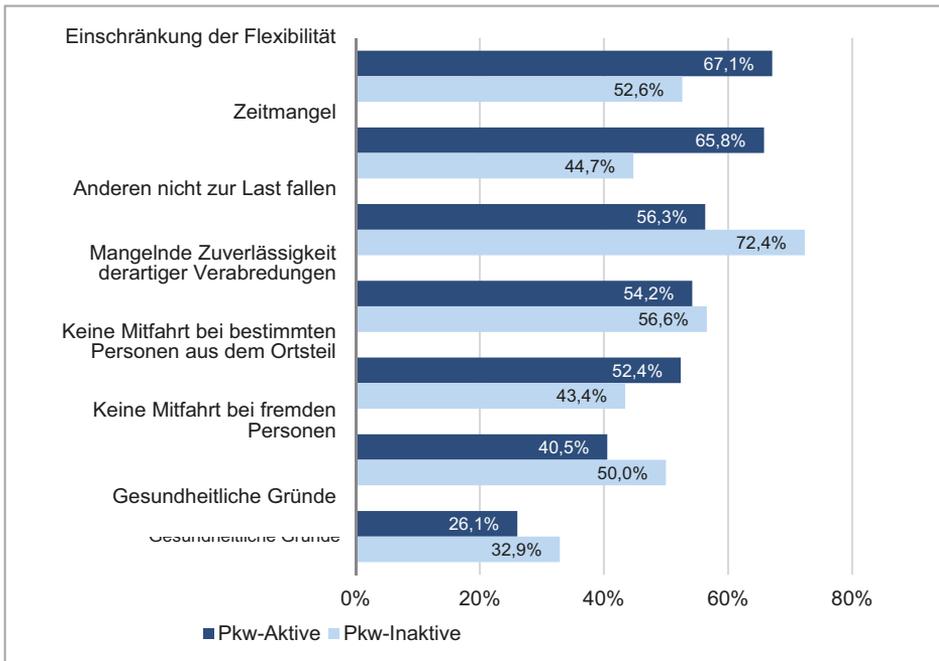


Abbildung 19: Hinderungsgründe für die Mitfahrt (gruppiert)

⁵⁷ Die statistischen Gruppentests ergaben hier signifikante Unterschiede bezüglich der Einschränkung der Flexibilität, des Zeitmangels, der gesundheitlichen Einschränkungen und des Wunsches, anderen nicht zur Last zu fallen.

6.3.4.2.4 Zwischenstand – Schlaglichter

Die Bereitschaft, bei anderen mitzufahren, ist etwas weniger stark ausgeprägt als die Bereitschaft, andere mitzunehmen, aber immer noch auf einem relativ hohen Niveau. Wie die Häufigkeitsauswertungen verdeutlichen, differiert die Bereitschaft nach den Zwecken nicht sehr stark. Die Korrelationsanalysen zeigen dann, dass die Befragten zu den Zwecken ›Andere private Erledigungen‹ und ›Einkaufen‹ häufiger mitfahren würden als zu anderen Zwecken. Es sind dabei auch Unterschiede zwischen der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ und der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ festzustellen, wobei die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ insgesamt eine höhere Bereitschaft zum Mitfahren zu allen Zwecken aufweist.

Es zeigt sich weiterhin ein deutlicher Unterschied in der Gewichtung der Gründe, die für das Mitfahren sprechen, und der Gewichtung der Gründe, die für das Mitnehmen sprechen. Bei der Mitfahrt steht der Umweltschutz an erster Stelle, gefolgt von finanziellen Gründen. Dies stellt sich bei der Mitnahme anders dar: Zwar steht hier der Umweltschutz (nach dem Grund ›Helfen‹) ebenfalls an prominenter Stelle, die finanziellen Gründe sind jedoch deutlich weniger wichtig. Zur Mitfahrt selbst sind aber auch Unterschiede zwischen den befragten Gruppen festzustellen: Für die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ sind die Gründe ›Erhöhung der Mobilitätsmöglichkeiten‹ und ›Günstig mobil sein‹ wichtiger als für die Gruppe ›Pkw-Aktive‹.

Die Antworten zu den Hinderungsgründen der Bereitschaft zur Mitfahrt verweisen, wie auch bei der Bereitschaft zur Mitnahme, wieder auf die Problematik der Anpassung der eigenen Mobilität an Dritte und auch auf mangelnde zeitliche Ressourcen. Der Aspekt Vertrauen ist insgesamt auch von Bedeutung, aber auch hier ist die Angst vor Fremden deutlich weniger stark ausgeprägt als andere Aspekte. Wesentliche Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Gruppen ›Pkw-Aktive‹ und ›Pkw-Inaktive‹ finden sich bei dem Wunsch, anderen nicht zur Last zu fallen, der für die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ wichtiger ist, und bei den Fragen zur Einschränkung der Flexibilität und des Zeitmangels, welche für die Gruppe der ›Pkw-Inaktiven‹ unwichtiger sind.

6.3.4.3 Wichtige Angebotsmerkmale von lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Befragung zu den Merkmalen eines Ridesharing-Angebots dargestellt. Die Fragen hierzu wurden bis auf wenige Ausnahmen, auf welche im Text jeweils hingewiesen wird, allen Befragten gestellt. Entsprechend dem Ridesharing-Verhaltensmodell werden die Angebotsmerkmale nach den Aspekten ›Flexibilität‹, ›Versicherung‹, ›Mobilitätsgarantie‹, ›Auswahl‹, ›Gültigkeitsbereich‹, ›Finanzen‹ und ›Treffpunkte‹ differenziert. Im Folgenden wird die Auswertung zunächst Antworten zu den ersten drei Aspekten erfassen (6.3.4.3.1). Der nächste Abschnitt beschäftigt sich mit den finanziellen Aspekten (6.3.4.3.2), dann folgen die Fragen zu den Ein- und Aussteigeorten (6.3.4.3.3) sowie der Zwischenstand (6.3.4.3.4).

Angebotsmerkmale

- Flexibilität
- Versicherung
- Mobilitätsgarantie
- Auswahl
- Gültigkeitsbereich
- Finanzen
- Treffpunkte

6.3.4.3.1 Angebotsmerkmale ›Flexibilität‹, ›Versicherung‹, ›Mobilitätsgarantie‹, ›Vertrauen‹ und ›Gültigkeitsbereich‹

Die Befragung erfasste in einem ersten Fragenblock die Angebotsmerkmale ›Flexibilität‹, ›Versicherung‹ und ›Mobilitätsgarantie‹ sowie ›Vertrauen‹. Die Befragten wurden in diesem Zusammenhang gebeten, anzugeben, wie wichtig für sie diese Angebotsmerkmale wären, wenn eine Mitfahrinitiative in ihrem Ort eingeführt würde. Die vier Merkmale sind wie folgt operationalisiert:

- Das Merkmal ›Flexibilität‹ erfasst die Frage danach, wie wichtig es ist, dass Verabredungen ohne großen Aufwand erfolgen und eine kurzfristige Absprache möglich ist.
- Das Merkmal ›Versicherung‹ bezieht sich darauf, ob es eine Versicherung für die Fahrten geben sollte.
- Für die ›Mobilitätsgarantie‹ wurde gefragt, ob ein Ersatz zur Verfügung gestellt werden sollte, wenn Fahrende vereinbarte Fahrten ausfallen lassen.
- Das Merkmal ›Vertrauen‹ umfasst die Frage nach der Möglichkeit, Fahrende bzw. Mitfahrende auswählen zu können.

- Das Merkmal ›Gültigkeitsbereich‹ beinhaltet eine Frage nach der räumlichen Erweiterung des Ridesharing-Angebots.

Abbildung 20 zeigt die Ergebnisse zu den entsprechenden Fragen. Am wichtigsten sind den Befragten die beiden Aspekte des Merkmals ›Flexibilität‹. Dem folgt mit einer immer noch starken Ausprägung der Wunsch nach einer Versicherung: Bei allen drei genannten Aspekten wurde von über 50% der Befragten der höchste Skalenpunkt angegeben. Etwas weniger relevant sind, in absteigender Reihenfolge, die Rückfallebene und die Möglichkeit der Auswahl von Fahrenden und Mitfahrenden.

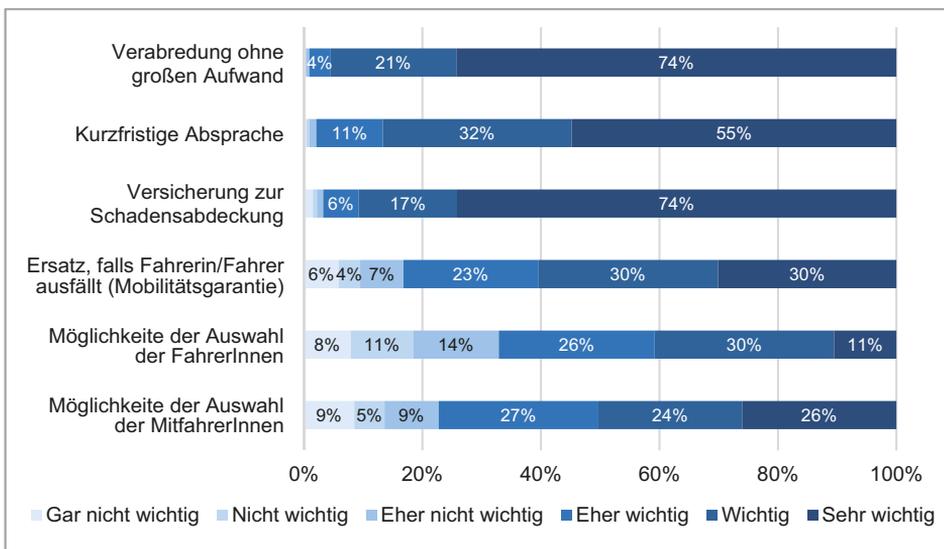


Abbildung 20: Bewertung von Angebotsmerkmalen von lokalen Mitfahrinitiativen

Zu diesem Fragenkomplex sind Unterschiede bei den Antworten der Gruppen ›Pkw-Aktive‹ und ›Pkw-Inaktive‹ festzustellen (auch ⇔ Anhang 2). Hierzu weisen die ersten vier der in der Abbildung 20 aufgeführten Variablen einen signifikanten Unterschied auf. Die Tabelle 13 verdeutlicht dies, indem für diese Variablen getrennt nach Gruppen jeweils die Werte der höchsten drei Skalenpunkte einzeln und in der Summe ausgewiesen werden. Sie zeigt dabei, dass die Unterschiede mit Blick auf die Summe der höchsten Skalenpunkte eher gering ausfallen, die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ aber – mit Ausnahme der

Frage zur Mobilitätsgarantie – den höchsten Skalenpunkt (sehr wichtig) deutlich weniger als Antwortmöglichkeit nutzt als die Gruppe ›Pkw-Aktive‹.

	Pkw-Aktive				Pkw-Inaktive			
	Eher wichtig	Wichtig	Sehr wichtig	Summe höchste Skalenpunkte	Eher wichtig	Wichtig	Sehr wichtig	Summe höchste Skalenpunkte
Verabredung ohne großen Aufwand	3,2%	19,3%	76,6%	99,1%	7,9%	40,8%	50,0%	98,7%
Kurzfristige Absprache	10,4%	31,4%	56,0%	97,8%	19,7%	36,8%	42,1%	98,7%
Versicherung zur Schadensabdeckung	5,8%	14,9%	76,1%	96,8%	7,9%	34,2%	53,9%	96,1%
Ersatz, falls Fahrer ausfällt (Mobilitätsgarantie)	23,3%	29,7%	29,7%	82,7%	17,1%	36,8%	34,2%	88,2%

Tabelle 13: Bewertung von Angebotsmerkmalen von lokalen Mitfahrinitiativen (gruppiert)

Eine weitere Frage zu den Angebotsmerkmalen befasste sich mit dem ›Gültigkeitsbereich‹ der räumlichen Zuordnung des Ridesharing-Angebots. Grundsätzlich können eingegrenzte Gültigkeitsbereiche, wie etwa ein lokaler oder organisationsbezogener Zuschnitt deswegen von Vorteil für ein Ridesharing-Angebot sein, weil über die soziale Einbindung in die jeweilige Gemeinschaft mehr Vertrauen in das Ridesharing-Angebot bzw. zu den Fahrenden und Mitfahrenden entstehen kann. Die Befragung konnte dieses Themenfeld nicht vertiefend behandeln, aber es gab zur Abgrenzung des ›Gültigkeitsbereichs‹ die Frage danach, ob ein lokales Ridesharing-Angebot nur für den eigenen Ortsteil gelten sollte oder ob es möglich sein sollte, dass Bewohner der anderen Ortsteile des jeweiligen Kernorts mitmachen können. Wie die Abbildung 21 verdeutlicht, ist ein erheblicher Teil der Befragten dafür, dass ein lokales Ridesharing-Angebot alle Ortsteile eines Kernorts umfassen sollte.

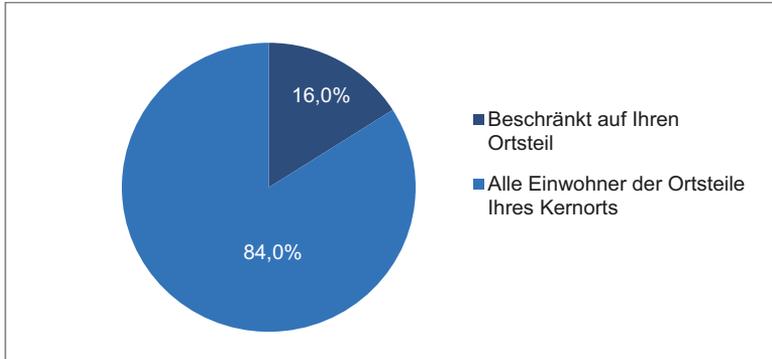


Abbildung 21: Erweiterung des Ridesharing-Angebots auf alle Einwohner des Kernorts

6.3.4.3.2 Angebotsmerkmal Fahrtkosten

Ein relevantes Element im Zusammenhang mit der Etablierung von Ridesharing-Angeboten ist die Frage, ob und in welchem Ausmaß die Fahrt anbietenden entschädigt werden sollen. Hierzu gibt es mehrere Möglichkeiten. Die Umfrage erfasst dazu zunächst zwei Szenarien. So können zum einen die Fahrenden andere Personen kostenlos mitnehmen oder beide können sich die Fahrtkosten teilen. Wie aus Abbildung 22 ersichtlich, sind deutlich mehr Personen für ein Teilen der Fahrtkosten als dafür, dass die Fahrt für die Mitfahrende kostenlos erfolgen soll. Die Gruppentests zwischen den ›Pkw-Aktiven‹ und ›Pkw-Inaktiven‹ zeigen hierzu noch, dass die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ stärker dafür ist, die Fahrtkosten zu teilen, als die Gruppe ›Pkw-Aktive‹ (ohne Abbildung; ↪ Anhang 2).

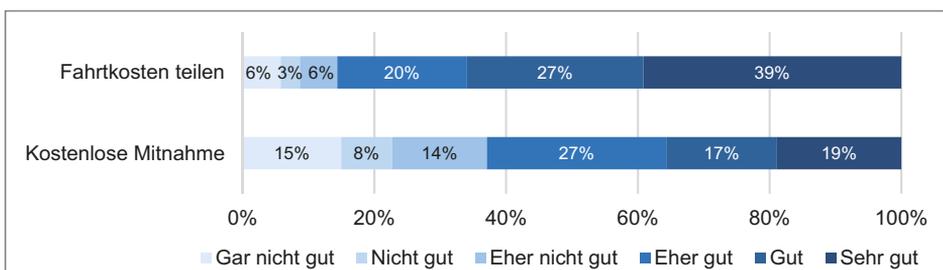


Abbildung 22: Fahrtkosten teilen oder kostenlose Mitnahme

Aktuell wird im Zusammenhang mit Ridesharing-Angeboten, die in den ÖPNV integriert werden (vgl. das Beispiel Mobilfalt → Kap. 5), auch die Möglichkeit diskutiert, die Fahrenden zusätzlich finanziell zu motivieren, um die Anzahl der Fahrtangebote zu erhöhen. Dies könnte durch eine Entschädigung der Fahrenden erfolgen. Vor diesem Hintergrund wurde in der Befragung die Gruppe ›Pkw-Aktive‹, welche für die Fragen zur Mitnahme ausgelost wurden, vertiefend danach gefragt, ob sie im Vergleich zu ihren Angaben zur Mitnahmehäufigkeit (→ 6.3.4.1.1) andere häufiger mitnehmen würden, wenn sie pro Kilometer eine Entschädigung von 30 Cent erhalten würden bzw. wenn sie pro Kilometer 60 Cent verdienen könnten. Die Antworten zeigen deutlich, dass bei einer Entschädigung von 30 Cent pro Kilometer dies etwa die Hälfte der Befragten zumindest positiv in Erwägung ziehen würde, bei einer Entschädigung von 60 Cent pro Kilometer jedoch bei rund zwei Dritteln der Befragten eine Ablehnung besteht (Abbildung 23).

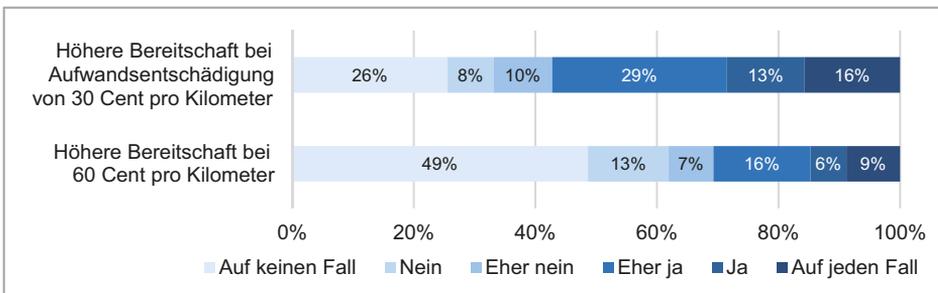


Abbildung 23: Fahrtkosten werden pro Kilometer entgolten

Die Abbildung 24 erfasst noch ein weiteres Szenario der Vergütung, welches auch wieder in Bezug zur aktuellen Diskussion um die Integration von Ridesharing-Angeboten in den ÖPNV steht: die Anpassung der Fahrtkosten für die Mitfahrenden an den jeweiligen Tarif des ÖPNV. Dafür wurden die potenziellen Mitfahrenden danach gefragt, ob sie bereit wären, einen Preis von 2,30 Euro, d.h. den Nahverkehrstarif der Untersuchungsregion, pro Strecke zu bezahlen. Dies wurde überwiegend positiv bestätigt.

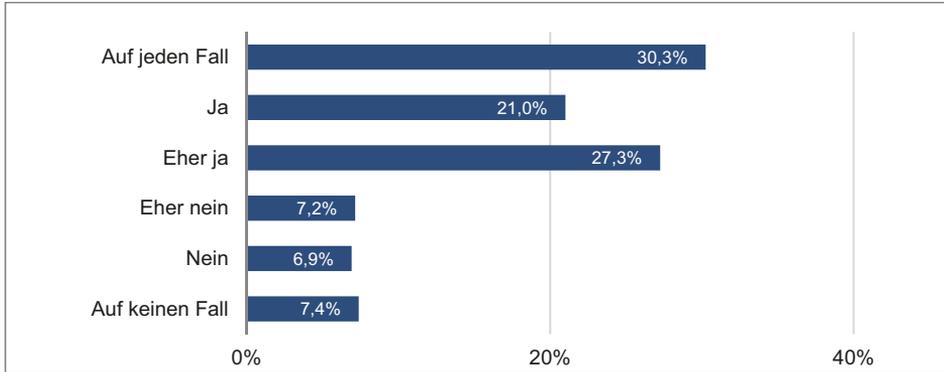


Abbildung 24: Bereitschaft zur Mitfahrt bei Fahrpreis von 2,30 Euro pro Strecke

6.3.4.3.3 Angebotsmerkmal Zu- und Aussteigeort

Wie im Abschnitt 2.4 dargestellt, gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, im Rahmen von Ridesharing-Angeboten die Frage der Zu- und Aussteigeorte zu regeln. Vor diesem Hintergrund befasste sich ein Fragenblock damit, ob die Befragten es besser finden, dass sich die Teilnehmenden bei den Fahrenden bzw. Mitfahrenden zu Hause oder treffen oder dass der Treffpunkt ein neutraler Ort ist. Bei den Pre-Tests zu diesen Fragen hatte sich ergeben, dass sich die Befragten hierzu auch die Antwortmöglichkeit »Es kommt darauf an« wünschelten (z.B. in Abhängigkeit von der Hilfsbedürftigkeit der mitgenommenen Person). Diese Antwortmöglichkeit haben, wie in Abbildung 25 ersichtlich, dann auch relativ viele Befragte ausgewählt. Insgesamt wird aber deutlich, dass der außerhäusige Treffpunkt in Relation zu den anderen Varianten eine relativ hohe Zustimmung findet.

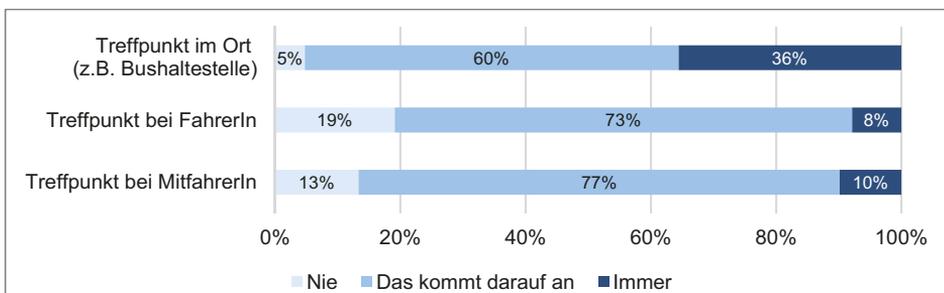


Abbildung 25: Treffpunkte

6.3.4.3.4 Zwischenstand – Schlaglichter

Die Ergebnisse zu den Angebotsmerkmalen verweisen auf die besondere Bedeutung einer flexiblen und zeitnahen Möglichkeit zur Verabredung mit anderen Teilnehmenden. Aber auch die Merkmale ›Flexibilität‹, ›Versicherung‹, ›Mobilitätsgarantie‹ und ›Vertrauen‹ sind von Bedeutung. Weiterhin befürworten die Befragten eine Ausweitung des Ridesharing-Angebots auf weitere Ortschaften der Kerngemeinde.

Hinsichtlich der Finanzierung der Fahrten sind die meisten Befragten für eine hälftige Aufteilung der Kosten. Allerdings sind über die Hälfte der befragten möglichen Fahrenden tendenziell auch bereit, häufiger zu fahren, wenn sie pro Kilometer 30 Cent erhalten, wohingegen sie bei einer Entschädigung von 60 Cent deutlich weniger häufig Bereitschaft zeigen. Dies kann auf einen in der Motivationsforschung gut dokumentierten Crowding-Out-Effekt hindeuten: Eine bestehende Motivation wird durch einen zu hohen Anreiz von außen, in diesem Fall die Vergütung, gemindert (s. Ryan/Deci 2017).

In Bezug auf die Treffpunkte scheinen die Befragten eher bereit zu sein, auf andere Rücksicht zu nehmen und diese flexibel zu handhaben, wobei ein neutraler Treffpunkt im Ort einem Treffpunkt bei Fahrenden oder Mitfahrenden zu Hause vorgezogen wird.

6.3.4.4 Ergebnisse zu den Einstellungen und den individuellen Mobilitätsmerkmalen

Im folgenden, letzten Abschnitt zu den Häufigkeitswertungen werden die Ergebnisse zu den Einstellungen zu lokalen Mitfahrinitiativen (6.3.4.4.1) und den individuellen Mobilitätsmerkmalen (6.3.4.4.2) dargestellt. Diese Fragen hierzu wurden, bis auf die im Text erwähnten Ausnahmen, allen Befragten gestellt. Der Abschnitt schließt wieder mit einem Zwischenstand (6.3.4.4.3)

6.3.4.4.1 Einstellung zu lokalen Ridesharing-Angeboten

In Bezug auf die Einstellungen wurden die Befragten zunächst gebeten, lokale Ridesharing-Angebote im Allgemeinen zu bewerten. Anschließend folgte dann eine Konkretisierung in Bezug auf den eigenen Ortsteil.

Insgesamt ist eine relativ positive Bewertung solcher Angebote im Allgemeinen festzustellen. Wie die Abbildung 26 zeigt, ist mehr als die Hälfte der

Befragten der Auffassung, dass lokale Mitfahrinitiativen sehr gut sind. Die Einrichtung eines lokalen Ridesharing-Angebotes im eigenen Ortsteil fand auch eine relativ hohe Zustimmung, 49,4% der Befragten halten dies für sehr sinnvoll (Abbildung 27).

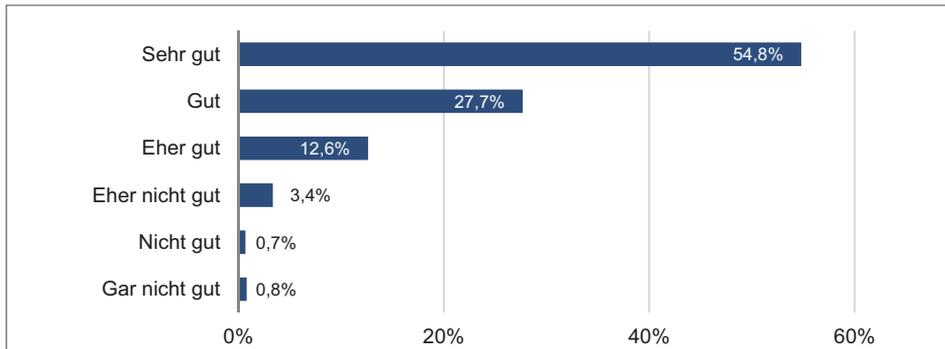


Abbildung 26: Bewertung von lokalen Ridesharing-Angeboten im Allgemeinen

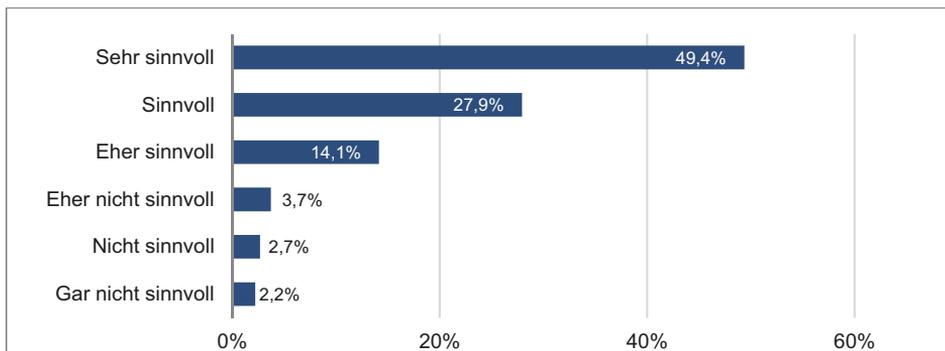


Abbildung 27: Bewertung der Einrichtung einer lokalen Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil

Die Befragten wurden außerdem darum gebeten, die mögliche Wirkung einer lokalen Mitfahrinitiative im Ortsteil zu bewerten. Hierbei fand die Aussage, dass eine Mitfahrinitiative die Lebensqualität im Ort verbessern kann, die höchste Zustimmung (Abbildung 28). Etwas weniger stark, aber noch immer sehr deutlich, ist die Zustimmung zur positiven Wirkung auf den Zusammenhalt im Ort und zur Aussage, dass eine solche Initiative von der Bevölkerung positiv aufgenommen würde.

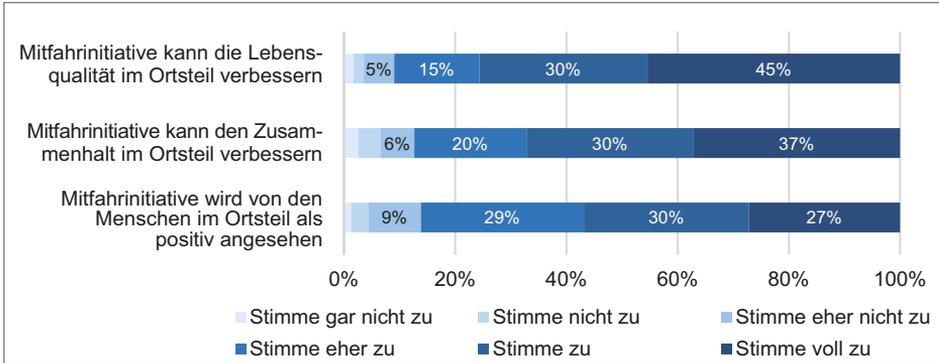


Abbildung 28: Differenzierte Einstellungen zu einer Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil

Auch hinsichtlich der Bewertung von Mitfahrinitiativen im eigenen Ortsteil ergaben die statistischen Gruppentests zwischen der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ und der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ wieder Unterschiede (zu den Gruppentests → Anhang 2). Hierzu sind in Abbildung 29 jeweils die summierten Anteile der obersten drei Skalenpunkte aufgeführt. Auffällig ist, dass die Gruppe ›Pkw-Aktive‹ durchgehend häufiger einen der drei höchsten Skalenpunkte gewählt hat, d.h. insgesamt positivere Einstellungen zu Mitfahrinitiativen aufweist.⁵⁸

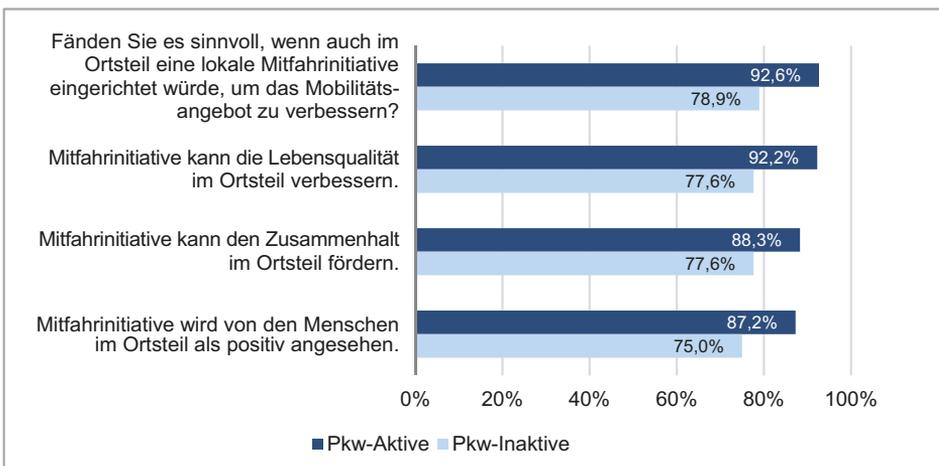


Abbildung 29: Einstellungen zu einer Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil (gruppiert)

⁵⁸ Die statistischen Gruppentests zu diesen Variablen sind alle signifikant, → Anhang 2.

6.3.4.4.2 Mobilitätsmerkmale der Befragten

Dieser Abschnitt setzt sich mit den Mobilitätsmerkmalen der Befragten auseinander. Das beinhaltet die persönliche Wertschätzung verschiedener Verkehrsmittel, die Anforderungen an die eigene Mobilität sowie das bereits praktizierte Verhalten hinsichtlich informeller Mitnahme. Außerdem erfasst diese Kategorie noch einen Fragenblock, der nur Personen betrifft, die keinen Pkw nutzen (Gruppe ›Pkw-Inaktive‹). Hier wurde erhoben, wie zufrieden die Befragten mit ihren Mobilitätsoptionen sind, wobei in den Fragen nach den Zwecken differenziert wurde.

Bei der persönlichen Wertschätzung der Verkehrsmittel wurde abfragt, wie gerne die Befragten selbst mit dem Auto fahren, bei anderen im Auto mitfahren oder mit der Bahn bzw. dem Bus fahren. Die höchste Wertschätzung erhielt hierbei das Selbstfahren, dem folgten das Mitfahren und, mit deutlich weniger Zustimmung, das Bahnfahren; Schlusslicht war das Busfahren (Abbildung 30).

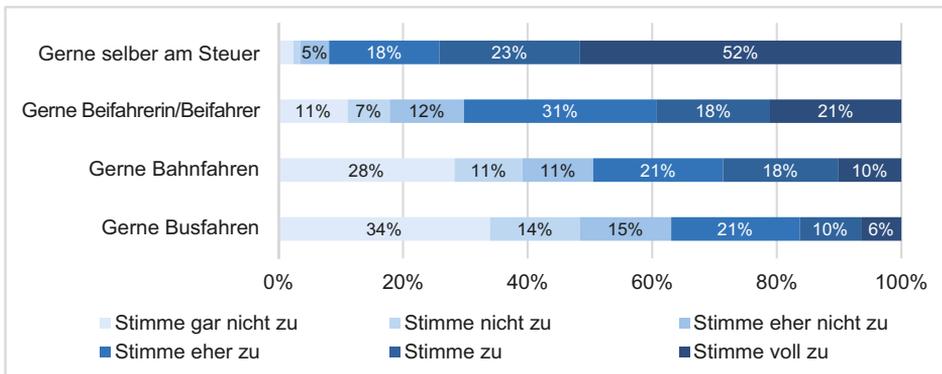


Abbildung 30: Wertschätzung der Verkehrsmittel

Die Fragen zu den Anforderungen an die eigene Mobilität können den bereits mehrfach in der Befragung adressierten Themenfeldern ›Unabhängigkeit‹, ›Umwelt‹ und ›Finanzen‹ zugeordnet werden. Wie aus der Abbildung 31 ersichtlich, sind alle Merkmale relevant, den beiden ersten, die die Unabhängigkeit betreffen, kommt jedoch auch hier eine besondere Bedeutung zu.

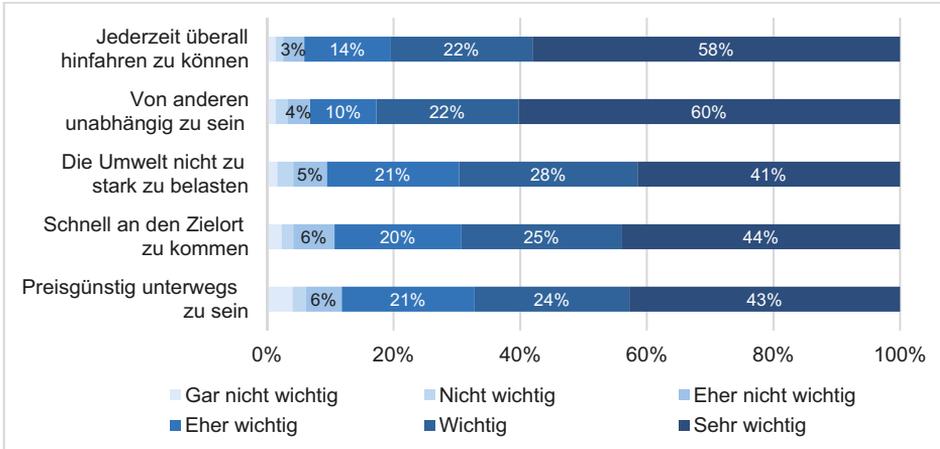


Abbildung 31: Anforderungen an die alltägliche Mobilität

Ebenfalls zur klären war im vorliegenden Zusammenhang, ob die Befragten bereits Erfahrungen mit der informellen Mitnahme bzw. Mitfahrt in ihrem Ortsteil gesammelt haben. Die Ergebnisse zeigen, dass mehr als die Hälfte der Befragten mindestens einmal monatlich jemanden aus dem Ortsteil mitnehmen (Abbildung 32), aber nur relativ selten täglich. Hingegen gaben nur 36,0% der Befragten an, mindestens einmal im Monat bei anderen Personen aus dem Ortsteil mitzufahren (Abbildung 33). Dabei fahren, wie die Gruppentests zeigen, die Personen der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ häufiger bei anderen aus dem Ortsteil mit als die der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ (ohne Abbildung; zu den Gruppentests ↻ Anhang 2).

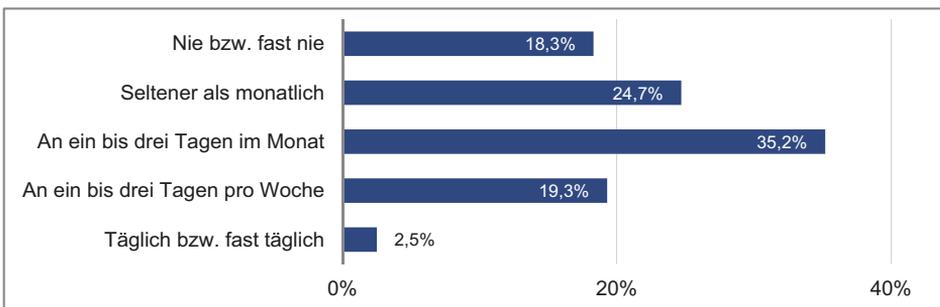


Abbildung 32: Nehmen Sie als Fahrerin/Fahrer öfter einmal andere Personen aus dem Ortsteil mit?

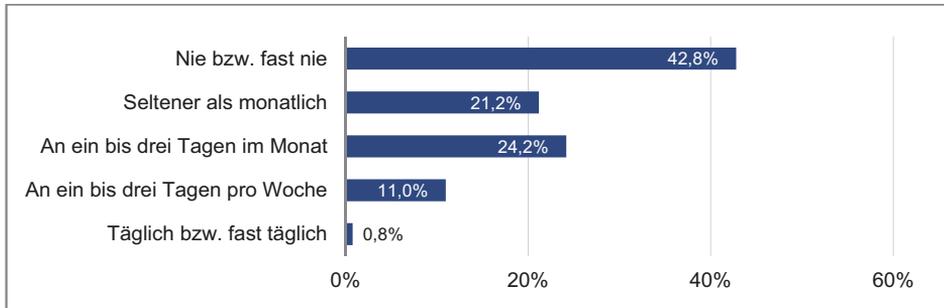


Abbildung 33: Fahren Sie als Mitfahrerin/Mitfahrer öfter mal bei anderen Personen aus dem Ortsteil mit?

6.3.4.4.3 Zwischenstand – Schlaglichter

Insgesamt bewerten die die Befragten die Einrichtung einer lokalen, organisierten Mitfahrinitiative überwiegend positiv. Zu den ebenfalls in diesem Abschnitt erfassten Mobilitätsmerkmalen lässt sich hinsichtlich der Verkehrsmittel eine deutliche Bevorzugung des Pkw feststellen – vor allem als Fahrerin bzw. Fahrer, aber auch als Beifahrerin bzw. -fahrer. Hinsichtlich der Anforderungen an die Mobilität haben alle erfassten Bereiche – ›Unabhängigkeit‹, ›Umwelt‹ und ›Finanzen‹ – eine relativ hohe Bedeutung. Schließlich zeigt sich eine moderate bereits praktizierte Teilnahme am informellen Mitnehmen bzw. Mitfahren, wobei die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ häufiger vertreten ist als die Gruppe ›Pkw-Aktive‹.

6.3.5 Bestimmungsgründe der Teilnahmebereitschaft an einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot

6.3.5.1 Einführung

In den vorhergehenden Abschnitten wurden die Ergebnisse der Häufigkeitsauswertung präsentiert. Hierbei zeigte sich eine relativ hohe Bereitschaft der Befragten, im Rahmen von lokalen Mitfahrinitiativen als Fahrende oder Mitfahrende aktiv zu sein. Dargestellt wurde dabei u.a. auch, welche Gründe aus Sicht der Befragten für eine Teilnahme sprechen und welche dagegen, und zudem, welche Anforderungen an die Angebotsmerkmale gestellt werden. Die Häufigkeitsauswertungen zeigen aber nicht, wie diese Merkmale mit der Höhe der Bereitschaft, andere mitzunehmen oder bei anderen mitzufahren, zusam-

menhängen. D.h., sie geben keine Auskunft darüber, welche untersuchten Aspekte im Sinne des Ridesharing-Verhaltensmodells (⇒ 6.2) die Bereitschaft (Intention) zum Ridesharing in welchem Ausmaß beeinflussen. Dies kann jedoch mittels Regressionsrechnungen untersucht werden: Ist beispielsweise die Bereitschaft, andere mitzunehmen, eher davon abhängig, dass hierdurch Fahrtkosten gespart werden können, oder ist das Motiv, anderen zu helfen, relevanter? Im welchem Ausmaß spielt die Einstellung zu lokalen Mitfahrinitiativen und das Alter der Befragten eine Rolle? Welche Art der Finanzierung ist relevant?

Mit dem vorliegenden Abschnitt sollen nun die Ergebnisse von insgesamt sieben Regressionen vorgestellt werden. Untersucht wird mit diesen, welche Einflussgrößen auf die Bereitschaft, andere zu bestimmten Zwecken mitzunehmen oder bei anderen zu bestimmten Zwecken mitzufahren, wirken.

6.3.5.2 Grundlagen der Regressionen

Die zu erklärende Variable der Regressionen ist immer die Bereitschaft, andere zu bestimmten Zwecken mitzunehmen bzw. bei anderen zu bestimmten Zwecken mitzufahren. Im Ridesharing-Verhaltensmodell wurden hierzu fünf Zwecke differenziert, welche auch bei der Befragung eine zentrale Rolle einnahmen:

1. Einkaufen
2. Gesundheit
3. Andere private Erledigungen
4. Freizeit
5. Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium

Im Rahmen der Auswertungen stellte sich nun heraus, dass die Items zu den Zwecken 1-4 mit Blick auf die Themenstellungen Mitnahme bzw. Mitfahrt jeweils relativ hoch miteinander korrelieren und insofern eine getrennte Betrachtung nicht unbedingt notwendig ist. Um dies genauer zu untersuchen und die Items statistisch gestützt zu bündeln, wurden Faktorenanalysen durchgeführt. Hierbei fügten sich die ersten drei Zwecke zu einem Faktor zusammen (⇒ Anhang 4). Dieses Bündel von Zwecken wird im Folgenden ›Alltagserledigungen‹ genannt und für die Regressionen verwendet. Der Zweck ›Freizeit‹ passte nicht zu dem Bündel und wird weiterhin gesondert behandelt. Dies trifft

auch auf den Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ zu. Weil jedoch die Anzahl der Schülerinnen/Schüler, Studierenden und Auszubildenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, relativ gering ist, konnten diese bei den Regressionen zum Zweck ›Arbeit/Ausbildung/Schule/Studium‹ nicht berücksichtigt werden. Die Regressionen erfassen deswegen nur den Zweck ›Arbeit‹, und somit nur Personen, die berufstätig sind.⁵⁹

Insgesamt gibt es also drei Zwecke bzw. Bündel von Zwecken, deren Bestimmungsgrößen untersucht werden: ›Alltagserledigungen‹, ›Freizeit‹ und ›Arbeit‹. Wie aber die Ergebnisse der Häufigkeitsauswertungen (⇒ 6.3.4) verdeutlichen, können aus der Perspektive von Fahrthanbietenden andere Gründe für die Teilnahmbereitschaft zu den drei Zwecken von Bedeutung sein als aus der Perspektive von Fahrtnachfragenden. Deswegen wurden die Regressionen zu den drei Zwecken jeweils sowohl für Fahrthanbietende als auch für Fahrtnachfragende separat durchgeführt. Und weil die Gruppentests (⇒ 6.3.4.2) darauf verwiesen, dass Personen ohne Führerschein bzw. Pkw-Zugang (Gruppe ›Pkw-Inaktive‹) teilweise andere Anforderungen an ein Ridesharing-Angebot haben als Personen mit Führerschein und Pkw-Zugang (Gruppe ›Pkw-Aktive‹), erfolgte eine Aufteilung der Gruppe der Fahrtnachfragenden. So konnten separate Regressionen für die Gruppen ›Pkw-Aktive‹ und ›Pkw-Inaktive‹ berechnet werden. Es ergab sich dabei, dass aufgrund der niedrigen Grundgesamtheit der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ nur eine Regression sinnvoll durchzuführen war. Dies war die Regression zu den Bestimmungsgründen der Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹.⁶⁰

Insgesamt werden somit im Folgenden die Ergebnisse von sieben Regressionen dargestellt. Die Tabelle 14 gibt einen entsprechenden Überblick und erfasst zudem auch jeweils die Anzahl der Befragten.

⁵⁹ Alle Personen, die angaben, einer Tätigkeit nachzugehen, wurden der Gruppe ›Berufstätige‹ zugeordnet, hierzu zählen auch einige wenige Rentner.

⁶⁰ Eine Regression zu den Bestimmungsgründen der Mitfahrbereitschaft zum Zweck ›Arbeit‹ ist bei dieser Personengruppe nicht sinnvoll, weil nur 6 Personen in Beschäftigung stehen. Da zudem nicht alle Befragten Freizeitaktivitäten nachgehen, ist auch für den Zweck ›Freizeit‹ die für die Regression zu verwendende Anzahl von 42 Personen relativ niedrig, so dass hierauf verzichtet wurde. Anzumerken ist aber, dass auch für die Regression zu den Bestimmungsgründen der Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹ die Anzahl der Befragten mit 76 relativ gering ist.

Regressions- nummer	Fahrt anbietende – Pkw-Aktive			Fahrt nachfragende – Pkw-Aktive			Fahrt nachfragende – Pkw-Inaktive
	1	2	3	4	5	6	7
Zweck	Alltags- erledi- gungen	Frei- zeit	Arbeit	Alltags- erledi- gungen	Frei- zeit	Arbeit	Alltags- erledi- gungen
Anzahl	407	407	204	380	380	216	76

Tabelle 14: Übersicht der Regressionen

Die Berechnung der sieben Regressionen wurden dann immer mit allen Bestimmungsgrößen des Ridesharing-Verhaltensmodells (⇒ 6.2) und den diesen zugrunde liegenden Items durchgeführt, d.h. mit allen entsprechenden Fragen des Fragebogens, einschließlich der soziodemografischen Merkmale. Zudem wurden auch die in ⇒ 4.1 und 4.4 und dargestellten räumlichen und infrastrukturellen Merkmale einbezogen.

Die Abbildung 34 gibt hierzu noch einmal einen Überblick über die Bestimmungsgrößen des Ridesharing-Verhaltensmodells und weist diesen übergeordnete Bedeutungsinhalte, im Folgenden ›Merkmale‹ genannt, entsprechend den Fragen der Befragung zu. Hierbei ist den drei Bestimmungsgrößen auf der linken Seite des Ridesharing-Verhaltensmodells, die sich auf die Qualität der Reise beziehen, jeweils ein eigener Quadrant gewidmet; die weiteren Bestimmungsgründe sind unter der Überschrift ›Weitere Merkmale‹ zusammengefasst.

Diese Systematik der Abbildung 34 wird in den nachfolgenden Abschnitten zur Darstellung der Ergebnisse der Regressionen verwendet. Hierbei werden in die Quadranten jeweils immer nur die Variablen aufgenommen, die im Rahmen der einzelnen Regressionen einen signifikanten Einfluss hatten (auf einem Niveau von mindestens 5%). Variablen, die einen Wert höher als 0,20 aufweisen, sind hierbei fett hervorgehoben. Eine Tabelle mit den genauen Werten der Regressionen findet sich in ⇒ Anhang 3.

Im Folgenden werden zunächst die Ergebnisse der drei Regressionen zur Mitnahmebereitschaft der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ vorgestellt (6.3.5.2.1). Dem schließen sich die entsprechenden Auswertungen für die Mitfahrbereitschaft der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ an (6.3.5.2.2). Abschnitt 6.3.5.2.3 ist der Regression

der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ gewidmet, dem schließt sich wieder ein Zwischenstand an (6.3.5.3).

<p>Gründe für die Teilnahme</p>	<p>Gründe gegen die Teilnahme</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Soziales • Mobilitätskosten • Umwelt • Erweiterung Mobilitätsmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Einschränkung Flexibilität (zeitlich) • Individuelle Dispositionen • Mangelndes Vertrauen
<p>Angebotsmerkmale</p>	<p>Weitere Merkmale</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilität • Versicherung • Mobilitätsgarantie • Auswahl • Gültigkeitsbereich • Finanzen • Treffpunkte 	<ul style="list-style-type: none"> • Einstellungen • Reziproke Bereitschaft • Individuelle Mobilitätsmerkmale • Hintergrundfaktoren

Abbildung 34: Systematisierung der Bestimmungsgrößen

6.3.5.2.1 Die Bereitschaft von Befragten der Gruppe ›Pkw-Aktive‹, bei einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot als Fahrende mitzumachen

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Regressionen für die Bereitschaft vorgestellt, im Rahmen von lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten andere mitzunehmen. Entsprechend Tabelle 14 sind dies drei Regressionen: die Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Alltagserledigungen‹, zum Zweck ›Freizeit‹ und zum Zweck ›Arbeit‹.

Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Alltagserledigungen‹ (Regression 1)

Die Abbildung 35 zeigt die Ergebnisse zur Mitnahmebereitschaft zu ›Alltagserledigungen‹, differenziert nach der Systematisierung der Bestimmungsgrößen des Ridesharing-Verhaltensmodells. Der Erklärungsgrad der Regression

ist dabei mit einem Wert von 0,355 als relativ gut zu bezeichnen. Die Effektstärke liegt mit einem Wert von 0,144 knapp unterhalb der von Cohen et al. (2003) auf 0,15 festgelegten Grenze für einen mittleren Effekt.⁶¹

Von den in der Befragung erfassten Gründen für die Bereitschaft zur Mitnahme sind nur zwei relevant, die beide dem Merkmal ›Soziales‹ zuzuordnen sind: der Grund, anderen helfen zu wollen, der insgesamt den zweithöchsten Einfluss hat, sowie der Grund, mit anderen in Kontakt zu kommen. Die anderen Gründe, beispielsweise Fahrtkosten zu sparen, spielen für die Mitnahme keine Rolle.

Gründe für die Bereitschaft	Hindernisse der Bereitschaft
+ Soziales (Helfen , Kontakt)	- Individuelle Dispositionen (hinreichend Zeit)
Angebotsmerkmale	Weitere Merkmale
+ Flexibilität (kurzfristig, <i>aufwandsfrei</i>)	+ Reziproke Bereitschaft + Indiv. Mobilitätsmerkmale (Unabhängigkeit) + Einstellungen + Hintergrundfaktoren (geringe Nahversorgung u. Ortsgröße)
R ² _{adj.} : 0,355	

Abbildung 35: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 1): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Alltagserledigungen‹

Bei den Hinderungsgründen ist der Zeitmangel das wichtigste hemmende Element der Bereitschaft zur Mitnahme. Die anderen untersuchten Hinderungsgründe sind nicht von Bedeutung. Bei den Angebotsmerkmalen erweist sich die

⁶¹ Nach Cohen et al. (2003) bedeutet eine Effektstärke von 0,02 einen kleinen Effekt, eine Effektstärke von 0,15 einen mittleren Effekt und eine Effektstärke von 0,35 einen starken Effekt.

Möglichkeit, kurzfristige Absprachen treffen zu können, als relevante Bestimmungsgröße (auch ist es von Bedeutung, die Verabredung ohne großen Aufwand tätigen zu können)⁶².

Weiterhin hängt die Bereitschaft zur Mitnahme auch davon ab, inwieweit die Befragten sich selbst auch als Mitfahrende sehen können; dieses reziproke Merkmal hat den höchsten Einfluss in der Regression. Ein zusätzlicher Einflussfaktor ist der Anspruch an die eigene Mobilität, jederzeit zu jedem Ort fahren zu können. Ebenfalls von Bedeutung sind die Einstellungen zu lokalen, organisierten Mitfahrinitiativen.⁶³ Außerdem spielen zwei räumliche Aspekte eine Rolle: Die Bereitschaft zur Mitnahme zu Alltagserledigungen ist höher, wenn im Ortsteil keine Nahversorgungsmöglichkeiten bestehen (Nahversorgungsklasse D; ⇨ 4.4) bzw. wenn der Ortsteil zu den 25% kleinsten Orten der Grundgesamtheit gehört (zur Grundgesamtheit ⇨ 4.1).

Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Freizeitaktivitäten‹ (Regression 2)

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Regression zur Mitnahmereitschaft im Rahmen von Freizeitaktivitäten dargestellt. Diese weist einen relativ guten Erklärungsgrad von 0,331 mit einer Effektstärke von 0,123 auf. Abbildung 36 differenziert die Ergebnisse wieder nach den vier grundlegenden Modellkategorien.

Von den vier untersuchten Gründen, die für eine Mitnahme sprechen, ist hier nur der Aspekt der sozialen Interaktion, d.h. die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu kommen, relevant, während keiner der untersuchten Hinderungsgründe für eine Mitnahme einen signifikanten Einfluss hat. Hinsichtlich der Angebotsmerkmale erweist es sich auch hier als wichtig, Absprachen zum Ridesharing ohne großen Aufwand treffen zu können. Die deutlich größte Bedeutung hat, wie schon bei der vorhergehenden Regression, die reziproke Bereitschaft. Somit haben Befragte, die bereit wären, im Rahmen ihrer Freizeitaktivitäten bei anderen mitzufahren, auch eine höhere Bereitschaft zur Mit-

⁶² Aufgrund der zu hohen Kollinearität zwischen den beiden Variablen kann nur eine der beiden Variablen in die Regression aufgenommen werden. Der Erklärungsgrad steigt bei Verwendung der Variablen bezüglich des Aufwands minimal auf 0,356.

⁶³ Die Einstellung wurde hier mittels eines Faktors gemessen, welcher alle einstellungsbezogenen Variablen enthält (zu den Variablen ⇨ Abbildung 27 und Abbildung 28; zur Faktorenanalyse ⇨ Anhang 4).

nahme. Weitere Bestimmungsgrößen sind der Anspruch, preisgünstig mobil zu sein, sowie bereits praktiziertes informelles Ridesharing. Ersteres weist hierbei einen negativen Einfluss auf, d.h., die Bereitschaft zur Mitnahme ist umso höher, je weniger finanzielle Aspekte für die Befragten bei ihrer Mobilität eine Rolle spielen. Weiterhin ist auch ein Merkmal der untersuchten Einstellungen zu Mitfahrinitiativen relevant: Befragte, die der Ansicht sind, dass Mitfahrinitiativen den Zusammenhalt im Ortsteil verbessern können, zeigen eine tendenziell höhere Mitnahmebereitschaft zu Freizeitaktivitäten.



Abbildung 36: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 2): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Freizeitaktivitäten‹

Bereitschaft zur Mitnahme zur ›Arbeit‹ (Regression 3)

Die Regression zur Mitnahmebereitschaft im Rahmen von Wegen von oder zur Arbeit hat einen Erklärungsgrad von 0,277 und eine relativ kleine Effektstärke von 0,083. Wie in Abbildung 37 ersichtlich ist, spielt hierbei keiner der untersuchten Gründe für die Bereitschaft, Fahrten anzubieten, und auch keiner der Hinderungsgründe eine signifikante Rolle. Relevant ist hingegen ein finanzielles Angebotsmerkmal: Die Auswertungen zeigen, dass die Befragten bei einer

Aufwandsentschädigung von 30 oder auch 60 Cent pro gefahrenem Kilometer häufiger bereit wären, Dritte auf dem Weg zur Arbeit mitzunehmen, als ohne diese Anreize.⁶⁴ Weiterhin ist, wie auch bei den vorherigen Regressionen, hier wieder die reziproke Bereitschaft die stärkste Einflussgröße. Relevant sind ebenfalls die Einstellungen zu Mitfahrinitiativen, d.h., je positiver diese bewertet werden, desto höher ist die Mitnahmereitschaft. Ein negativer Einfluss zeigt sich beim Mobilitätsmerkmal ›Unabhängigkeit‹: Je stärker die Befragten es bevorzugen, selbst am Steuer zu sitzen, desto geringer ist die Mitnahmereitschaft. Schließlich zeigt die Regression auch eine höhere Mitnahmereitschaft bei Personen, in deren Haushalt nur ein Pkw zur Verfügung steht, gegenüber den Personen mit mehreren Pkws im Haushalt.

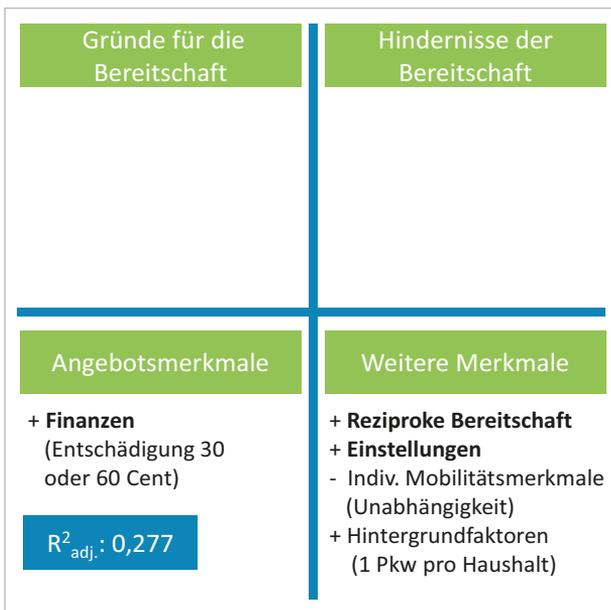


Abbildung 37: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 3): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Arbeitszwecken‹

⁶⁴ Die beiden Fragen zur Aufwandsentschädigung wurden für die Regressionsanalyse zu einem Faktor zusammengefasst (→ Anhang 4). Bei einer getrennten Untersuchung der beiden Variablen ist der Erklärungsgrad des Modells mit der Variablen 30 Cent mit einem Wert von 0,286 etwas höher als der Erklärungsgrad mit der Variablen 60 Cent (0,269) und zudem auch etwas höher als der Erklärungsgrad der obigen Regression.

6.3.5.2.2 Die Bereitschaft von Befragten der Gruppe ›Pkw-Aktive‹, bei einem organisierten, lokalen Ridesharing-Angebot als Mitfahrende mitzumachen

Dieser Abschnitt beinhaltet die Ergebnisse der Regressionen mit den Angaben der Personen aus der Gruppe ›Pkw-Aktive‹, die Fragen zur Mitfahrbereitschaft beantwortet haben. Entsprechend Tabelle 14 sind dies wieder drei Regressionen: Die Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹, zum Zweck ›Freizeit‹ und zum Zweck ›Arbeit‹.

Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹ (Regression 4)

Die in Abbildung 38 dargestellte Regression zur Bereitschaft zur Mitfahrt zu Alltagserledigungen weist einen guten Erklärungsgrad von 0,394 und eine mittlere Effektstärke von 0,184 auf. Den höchsten Einfluss innerhalb der gesamten Regression hat hier der Grund, günstig mobil zu sein, gefolgt von dem Grund, nicht selbst fahren zu müssen (Entlastung). Weiterhin ist die Aussicht auf eine Verbesserung der eigenen Mobilitätsmöglichkeiten relevant. Bei den

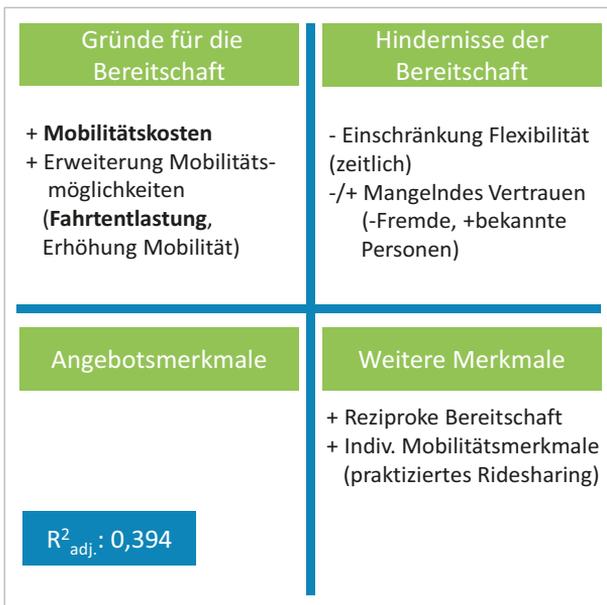


Abbildung 38: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 4): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹

Gründen, die die Mitfahrbereitschaft reduzieren könnten, zeigt sich Folgendes: Befragte, die der Ansicht sind, dass ihre Flexibilität durch Absprachen zur Mitfahrt zu stark eingeschränkt wird, haben eine geringere Mitfahrbereitschaft. Dies gilt ebenso für Befragte, die nicht bei fremden Personen im Auto mitfahren möchten. Umgekehrt weisen Befragte, die bei bestimmten, ihnen bekannten Personen nicht mitfahren möchten, eine höhere Bereitschaft auf. Die Variablen der Bestimmungsgröße Angebotsmerkmale haben in dieser Regression keinen nennenswerten Einfluss. Zu den relevanten ›Weiteren Merkmalen‹ zählen wieder die reziproke Bereitschaft sowie bereits praktiziertes informelles Mitfahren bei anderen, nicht zum eigenen Haushalt gehörenden Personen aus dem Ortsteil.

Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Freizeitaktivitäten‹ (Regression 5)

Die folgende Regression erfasst die Bestimmungsgründe der Mitfahrbereitschaft zu ›Freizeitaktivitäten‹. Mit einem Erklärungsgrad von 0,373 und einer Effektstärke von 0,162 ist dieses Regressionsmodell ebenfalls als gut zu bewerten. Abbildung 39 zeigt, dass Befragte, denen preisgünstige Mobilität wichtig ist, eine höhere Mitfahrbereitschaft aufweisen. Gründe, die gegen eine Mitfahrt sprechen könnten, spielen keine Rolle. Bei den Angebotsmerkmalen ist der Schutz vor Schäden durch eine entsprechende Versicherung die einzige relevante Bestimmungsgröße. Den größten Einfluss innerhalb der gesamten Regression hat die reziproke Bereitschaft, d.h., dass Befragte, die bereit wären, andere im Rahmen von Freizeitaktivitäten mitzunehmen, auch eher bei anderen zu diesem Zweck mitfahren würden. Von den ›Weiteren Merkmalen‹ sind die (positiven) Einstellungen zu Mitfahrinitiativen von Bedeutung. Außerdem spielen die individuellen Mobilitätsmerkmale eine Rolle: Befragte, die schnell an den Zielort gelangen wollen, sowie Befragte, die bereits Mitfahrten bei anderen, haushaltsexternen Personen aus dem Ortsteil praktizieren (informelles Mitfahren), haben eine höhere Bereitschaft. Ebenso wird die Mitfahrbereitschaft positiv beeinflusst, wenn die Befragten in einem Haushalt mit insgesamt drei Personen leben. Ein negativer Einfluss ist jedoch beim Merkmal ›Umwelt‹ zu verzeichnen: Befragte, denen es wichtig ist, die Umwelt nicht zu stark zu belasten, zeigen eine tendenziell geringere Mitfahrbereitschaft.

Gründe für die Bereitschaft	Hindernisse der Bereitschaft
+ Mobilitätskosten	
Angebotsmerkmale	Weitere Merkmale
+ Versicherung	+ Reziproke Bereitschaft + Einstellung -/+ Indiv. Mobilitätsmerkmale (+Schnelligkeit, -Umwelt, +prakt. Ridesharing) + Hintergrundfaktoren (3 Haushaltsmitglieder)
$R^2_{adj.}: 0,373$	

Abbildung 39: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 5): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Freizeitaktivitäten‹

Bereitschaft zur Mitfahrt zur ›Arbeit‹ (Regression 6)

Das Regressionsmodell zur Mitfahrbereitschaft im Rahmen des Zweckes ›Arbeit‹ ist, in Anbetracht eines Erklärungsgrads von 0,456 (dies ist der höchste Wert aller sieben Regressionen) und einer Effektstärke von 0,263, als gut bis sehr gut zu bewerten. Zu den aus Abbildung 40 hervorgehenden Bestimmungsgründen der Mitfahrbereitschaft zählen zum einen ein sozialer Aspekt, d.h. die Möglichkeit, mit anderen in Kontakt zu kommen, zum anderen ein finanzieller Aspekt, d.h. preisgünstig mobil sein zu können. Von den untersuchten potenziellen Hinderungsgründen ging kein signifikanter Einfluss auf die Mitfahrbereitschaft aus. Auch die untersuchten Angebotsmerkmale spielen bei dieser Regression keine Rolle. Wie auch schon in der vorangegangenen Regression zur Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Freizeitaktivitäten‹ hat auch hier die reziproke Bereitschaft den deutlich größten Einfluss. Weiterhin zeigt sich ein negativer Einfluss des Mobilitätsmerkmals ›Unabhängigkeit‹: Befragte, denen es wichtig ist, nicht von anderen abhängig zu sein, haben eine tendenziell geringere Mitfahrbereitschaft.

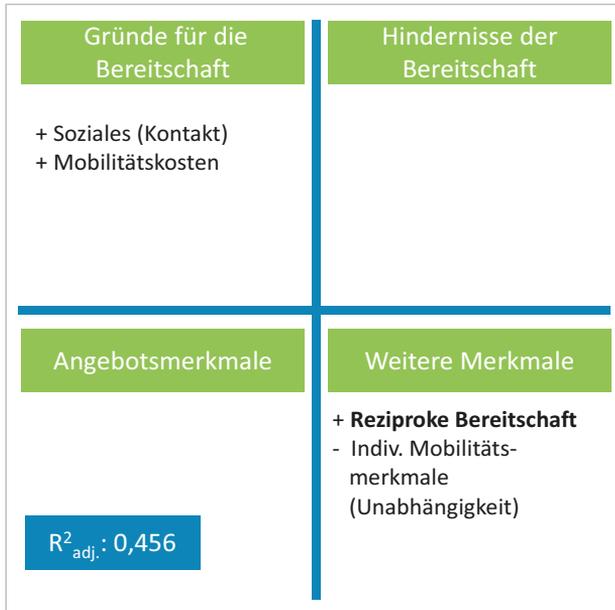


Abbildung 40: ›Pkw-Aktive‹ (Reg. 6): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Arbeitszwecken‹

6.3.5.2.3 Die Bereitschaft von Befragten der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹, bei einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot als Mitfahrende mitzumachen (Regression 7)

Die abschließende Regression beschäftigt sich mit der Mitfahrbereitschaft von Befragten der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹, d.h. von Personen ohne Führerschein oder Pkw-Zugang. Wie schon in Abschnitt 6.3.5.1 erläutert, wurde hierzu nur eine Regression zu den ›Alltagserledigungen‹ durchgeführt.

Mit einem Erklärungsgrad von 0,387 und einer Effektstärke von 0,176 kann dieses Modell als gut bezeichnet werden. Die Abbildung 41 zeigt die Ergebnisse im Einzelnen. Von den untersuchten Gründen für die Mitfahrbereitschaft erwiesen sich drei Merkmale als signifikante Bestimmungsgrößen.⁶⁵

⁶⁵ Da die Variablen der Gründe für die Bereitschaft bei dieser Personengruppe stark korrelierten, wurde zur Bündelung der Fragen eine Faktorenanalyse durchgeführt. Diese ergab zwei Faktoren: Der erste Faktor enthielt die Variablen der Komponenten ›Sozial‹ und ›Umwelt‹ und der zweite Faktor die Variablen der Komponenten ›Mobilitätskosten‹ und ›Erweiterung der Mobilitätsmöglichkeiten‹ (zu den Kennziffern ⇨ Anhang 4).

Der Faktor Sozial/Umwelt/Mobilitätskosten hat dabei den größten Einfluss innerhalb der gesamten Regression. Potenzielle Hinderungsgründe spielen in dieser Regression keine Rolle. Mit Blick auf die Angebotsmerkmale zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Mitfahrbereitschaft und dem Treffpunkt von Fahrenden und Mitfahrenden. Befragte ›Pkw-Inaktive‹, die angaben, dass die Fahrenden die Mitfahrenden je nach Situation auch zuhause abholen sollten, weisen eine höhere Mitfahrbereitschaft auf. Weiterhin fördert die Unzufriedenheit mit den örtlichen Einkaufsmöglichkeiten sowie eine geringe Nahversorgung die Mitfahrbereitschaft.



Abbildung 41: ›Pkw-Inaktive‹ (Reg. 7): Bestimmungsgründe der Bereitschaft zur Mitfahrt zu ›Alltagserledigungen‹

6.3.5.3 Zwischenstand – Schlaglichter

Die Regressionen zeichnen ein vielfältiges Bild der Bestimmungsgründe für die Bereitschaft der Teilnahme an einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot. Hierbei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Bestimmungsgründen für die Mitnahme- und die Mitfahrbereitschaft einerseits und

den Zwecken der Fahrt andererseits. Dies bestätigt die Notwendigkeit, zum besseren Verständnis der Grundlagen des Ridesharings und zur Ableitung von Maßnahmen zur Förderung des Ridesharings differenzierte Analysen vorzunehmen. Die Ergebnisse bestätigen auch das im Rahmen dieses Kapitels entwickelte Ridesharing-Verhaltensmodell: Jede Kategorie des Ridesharing-Verhaltensmodells ist mindestens in einer Regression von Bedeutung. Im Folgenden sollen einige als besonders relevant erscheinende Ergebnisse schlaglichtartig nochmals hervorgehoben und in Beziehung zueinander gesetzt werden.

Als eine wesentliche Erkenntnis kann die Relevanz der sozialen Gründe für die Bereitschaft zur Mitnahme zu ›Alltagserledigungen‹ und zu ›Freizeit-zwecken‹ hervorgehoben werden. So ist es für die Befragten von Bedeutung, bei der Mitnahme zu ›Alltagserledigungen‹ anderen mit ihrer Handlung helfen zu können. Da zugleich hier auch die fehlende Nahversorgung eine Rolle spielt, weist dies möglicherweise darauf hin, dass den Befragten die hieraus resultierenden Probleme bekannt sind und sie entsprechend einen Beitrag zur Abhilfe leisten möchten; spiegelbildlich hierzu wollen die Befragten ohne Führerschein bzw. Pkw-Zugang (Gruppe ›Pkw-Inaktive‹) umso häufiger bei einer Mitfahrinitiative mitmachen, je unzufriedener sie mit ihren Möglichkeiten sind, zum Einkaufen zu kommen. Ein weiterer sozialer Aspekt, die Kontaktmöglichkeit, ist sowohl für die ›Alltagserledigungen‹ als auch für den Zweck ›Freizeit‹ wichtig.

Eine zweite wesentliche Erkenntnis betrifft die finanziellen Argumente. Diese sind für potenzielle Fahrthanbietende nur bei einem der Zwecke, dem Zweck ›Arbeit‹, wesentlich. Hier – und nur hier – greift bei den Fahrthanbietenden der in Aussicht gestellte finanzielle Anreiz in Höhe von 30 oder 60 Cent. Die ökonomischen Gründe in Bezug auf die Einsparung von Mobilitätskosten sind jedoch für die potenziellen Fahrtnachfragenden in allen drei Regressionen nach Zwecken von signifikanter Bedeutung. Dies trifft sowohl auf die Befragten der Gruppe ›Pkw-Aktive‹ als auch auf die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ zu. Offenbar besteht hier also ein Bedarf an günstiger Mobilität, der mit dem Ridesharing abgedeckt werden könnte.

Insgesamt zeigt sich weiterhin ein relativ hoher Einfluss der ›reziproken Bereitschaft‹, also der Bereitschaft von Fahrthanbietenden auch bei anderen mitzufahren und umgekehrt. Diese ist bei allen sieben Regressionen relevant.

Somit wird eine relativ hohe Bereitschaft deutlich, sowohl Fahrten anzubieten als auch nachzufragen.

In Widerspruch zu den deskriptiven Auswertungen haben die Angebotsmerkmale einen relativ geringen Einfluss: Nahezu alle im Fragebogen erfassten Merkmale sind in den Regressionen nicht signifikant, nur zweimal besteht ein Zusammenhang mit den Merkmalen, die sich auf die Kurzfristigkeit der Buchung und den geringen Aufwand beziehen. Entsprechend den in der Abbildung 20 im Abschnitt 6.3.4.3.1 dargestellten Häufigkeiten, weisen jedoch diese beiden Angebotsmerkmale sowie auch das Merkmal ›Versicherung im Schadensfall‹ eine sehr hohe Zustimmungquote auf. Diese steigert sich noch, wenn nur die Daten der ›Pkw-Aktiven‹ betrachtet werden: Hier liegt der Median bei 6 und die Kurtosis zwischen 5 und 25. Diese hohe Zustimmung ist nun paradoxerweise die Ursache dafür, dass mittels der Regressionsanalysen der Einfluss der Variablen nicht mehr gut untersucht werden kann. Sie verursacht einen sogenannten »Deckeneffekt«, der dazu führt, dass der Einfluss und auch das Signifikanzniveau der Variablen nicht oder nur in geringem Maße erfasst werden (s. hierzu Urban/Mayerl 2018). Dieser Umstand ist bei der Interpretation der Ergebnisse und der Ableitung von Empfehlungen für die Ausgestaltung von Ridesharing-Angeboten und von Maßnahmen zur Motivierung der Teilnahme zu beachten.

Interessanterweise haben die soziodemografischen Merkmale kaum einen signifikanten Einfluss. Somit spielen Alter, Einkommen oder auch die Anzahl der Kinder im Haushalt so gut wie keine Rolle für die Bereitschaft, Fahrten anzubieten oder nachzufragen. Ebenso ist der Umweltschutz nur von sehr eingeschränkter Bedeutung.

Anzumerken ist hinsichtlich der Regressionsergebnisse erstens noch der Einfluss der Einstellungen. Dieser ist weniger gravierend, als es nach dem Modell von Fishbein und Ajzen idealtypisch hätte der Fall sein müssen. Noch weniger relevant ist die ›Soziale Norm‹, welche nur im Falle der Befragtengruppe ›Pkw-Inaktive‹ signifikant ist. Aspekte der Kontrolle, die mit den Hinderungsgründen abgedeckt werden, sind ebenfalls nur zu einem relativ kleinen Anteil relevant. Insofern verweisen die Regressionsergebnisse hier auch auf die Notwendigkeit, in der Mobilitätsforschung nicht nur die Theorie des geplanten Verhaltens anzuwenden, sondern die Untersuchungen auf eine breitere psychologische Fundierung zu stellen.

6.4 Zusammenfassung und Empfehlungen

6.4.1 Zusammenfassung

Die Auswertung der Umfrage hat gezeigt, welche Einflussgrößen von Bedeutung sind, wenn es um die Frage geht, wie die Bevölkerung in ländlichen Regionen zur Teilnahme an lokalen, organisierten Ridesharing-Angeboten bewegt werden kann. Als wichtige Leitlinie zeichnete sich die Notwendigkeit ab, auf die Qualität der Reise zu achten und die NutzerInnen zu ihren Anforderungen, Bedarfen und Motivationen zu Wort kommen zu lassen. Die Untersuchung erfolgte dabei unter einer verhaltensökonomischen Perspektive und nutzte Erkenntnisse der Psychologie und der Motivationsforschung.

Zu Beginn der Studie wurden drei Leitfragen formuliert, die den Inhalt der Untersuchung bestimmten (\Rightarrow 6.1). Die *erste* fragte danach, wie hoch die Bereitschaft der Bevölkerung in der Untersuchungsregion ist, an einem lokalen, organisierten Ridesharing-Angebot teilzunehmen. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass ein solches Angebot von der Bevölkerung sehr positiv aufgenommen wird: Viele der Befragten sagten, dass sie an einem solchen Angebot teilnehmen würden. Die Bereitschaft, als Fahrende mitzumachen und andere mitzunehmen, ist dabei sogar etwas höher als die Bereitschaft zur Mitfahrt.

Wie kann nun diese potenzielle Bereitschaft in aktive Teilnahme überführt werden? Dies ist keine einfache Frage, denn Ridesharing bedeutet für viele Menschen eine Umstellung der Mobilitätsgewohnheiten: Ein Ridesharing-Angebot muss mit dem Alleinfahren im Pkw, d.h. mit der von anderen unabhängigen Mobilität, konkurrieren. Ein solches Angebot kann deshalb nur dann gut funktionieren, wenn den Nutzenden die Umstellung der Mobilitätsgewohnheiten leicht gemacht wird und das Angebot sich an ihren Bedarfen und Anforderungen orientiert.

Hiermit ist die *zweite* Leitfrage der Untersuchung angesprochen: Wie soll ein lokales, organisiertes Ridesharing-Angebot aus der Sicht der potenziell Nutzenden ausgestaltet sein? Im Rahmen der Befragung wurden die Interviewten deswegen gebeten, ihre Meinung zur Wichtigkeit unterschiedlicher Angebotsmerkmale zu äußern. Flexibilität in Bezug auf die Fahrzeiten und ein geringer Aufwand des Organisierens stellten sich als wesentliche Punkte heraus. Ein interessanter Nebenaspekt ist auch, dass es nicht empfehlenswert ist, eine Vergütung für Fahrende einzuführen.

Ein Organisationsrahmen, welcher auf die Bedarfe der Nutzenden abgestellt wird, ist aber nur eine Seite der Medaille, denn grundlegende Voraussetzung für den dauerhaften Erfolg eines Ridesharing-Angebots ist die Gewinnung von Nutzenden. Hierzu ist es zum einen wichtig, das Angebot bekannt zu machen und die Menschen zum Mitmachen zu motivieren. Das ist wegen der starken Verhaftung in Mobilitätsroutinen kein einfaches Vorhaben und es kann durchaus dazu kommen, dass eine hohe Bereitschaft vorliegt, jedoch eine Teilnahme am Ridesharing-Angebot nicht erfolgt. Ein solches Verhalten wird als ›behavioral intention gap‹ bezeichnet (s. u.a. Bamberg 2013), was bedeutet, dass eine Verhaltensabsicht zwar vorliegt, diese aber nicht zur tatsächlichen Handlung führt. Ein Beispiel hierfür ist der Umstand, dass sich bei Mobilfalt deutlich mehr Personen registrieren als nachher auch tatsächlich teilnehmen.

Um eine solche Lücke zwischen Absicht und Verhalten so gering wie möglich zu halten und gleichzeitig das Angebot bekannt zu machen und die Bereitschaft zum Mitmachen zu stärken, empfehlen sich neben der nutzerorientierten Ausrichtung der Angebotsmerkmale weitere Maßnahmen, die die Menschen z.B. dazu motivieren, dauerhaft Fahrten anzubieten und nachzufragen. Entsprechend der psychologischen Bedürfnis- und Motivationsforschung führen dabei nur solche Maßnahmen zu einer dauerhaften Handlung, die die intrinsische, d.h. die bestehende eigene Motivation von Menschen stärken bzw. in diese integriert werden können (s. Ryan/Deci 2017).

Die *dritte* Leitfrage bezog sich entsprechend darauf, welche Ansatzpunkte es dafür gibt, Fahrende und Mitfahrende für ein lokales, organisiertes Ridesharing-Angebot zu gewinnen. Hierzu bietet die Umfrage wichtige Erkenntnisse, denn sie erfragte die Gründe und die Hinderungsgründe für die Teilnahme und somit die Motive für und gegen die Teilnahme. Darüber hinaus wurden auch Einstellungen sowie soziodemografische und raumbezogene Aspekte erfasst, die auf die Motivation wirken können. Ein wesentliches Ergebnis der Umfrage war die Tatsache, dass für Fahrende das Motiv, anderen helfen zu können, sehr wichtig ist. Dies traf auf Fahrten zu Einkäufen, zu Gesundheitszwecken und zu sonstigen privaten Erledigungen zu (Zwecke ›Alltagserledigungen‹). Für die Mitfahrenden hingegen war eher die finanzielle Entlastung von Bedeutung. Die Ergebnisse haben dabei auch gezeigt, dass es sinnvoll ist, nach unterschiedlichen Zwecken zu differenzieren.

Diese und weitere Ergebnisse der Umfrage werden im nächsten Abschnitt aufgenommen und umgesetzt einerseits in Empfehlungen für die Organisation von Ridesharing-Angeboten und andererseits für die inhaltliche Ausgestaltung von Maßnahmen. Dies erfolgt zum einen in Bezug auf lokale, organisierte Ridesharing-Angebote im Allgemeinen sowie zum anderen in Bezug auf Mobilfahlfahrt im Speziellen.

6.4.2 Empfehlungen für lokale, organisierte Ridesharing-Angebote und für die Weiterentwicklung von Mobilfahlfahrt

Die Auswertung der Umfrage mit der Erfassung von Häufigkeiten, Gruppentests und insgesamt sieben Regressionsanalysen bietet eine relativ umfassende Basis für die Entwicklung von praxisorientierten Vorschlägen zur Organisation von Ridesharing-Angeboten und zur Motivierung von Teilnehmenden. Das Design der Umfrage erlaubte eine sehr differenzierte Betrachtung und ermöglichte sowohl zwischen den Anforderungen verschiedener Personengruppen zu unterscheiden (solche mit und ohne Führerschein bzw. Pkw-Zugang) als auch zwischen den unterschiedlichen Bedarfen und Beweggründen von potenziellen Fahreranbietenden und Fahrtnachfragenden. Zudem konnten verschiedene Fahrtzwecke berücksichtigt werden, was sich als sinnvoll erwies, weil die Teilnahmebereitschaft je nach Zweck unterschiedlich ausgeprägt sein kann.

Im Folgenden werden zunächst gemäß der zweiten Leitfrage die Empfehlungen für die Ausgestaltung derjenigen Merkmale von Ridesharing-Angeboten formuliert, die sich in der Umfrage als bedeutsam herausgestellt haben (⇒ 6.3.5.2). Veränderungen an bestehenden Angeboten durch entsprechende Maßnahmen werden auch strukturelle Interventionen genannt (s. Gärling/Fujii 2009, 107; Steg 2005) (s. Gärling/Schuitema 2007 unter Nutzung von Steg/Tertoolen 1999).

Anschließend werden entsprechend der dritten Leitfrage Empfehlungen für die Inhalte von Maßnahmen gegeben, mit denen Fahrende (⇒ 6.4.2.2.1) und Mitfahrende (⇒ 6.4.2.2.2) motiviert werden können. Diese können im Sinne eines aktivierenden Mobilitätsmanagements als »personenfokussierte Interventionen« (s. Hunecke 2015, 75) oder »weiche Maßnahmen« (BMVI 2016, 63) bzw. »psychologische Maßnahmen« (s. Gärling/Fuji 2009, 107; eigene Übersetzung) bezeichnet werden und zielen auf die Förderung einer freiwilligen Änderung des Mobilitätsverhaltens durch die Adressierung von innerpsychischen Zuständen (s. BMVI 2016).

Allerdings sind noch zwei Aspekte zu beachten: Zum einen sind Menschen unterschiedlich. Deswegen können auch die empfohlenen Maßnahmen unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, nicht einzelne Interventionen, sondern Bündel von Interventionen durchzuführen (hierzu auch die Simulationsergebnisse in ↗ 12.4). Zum anderen können die empfohlenen Interventionen auch zu Zielkonflikten bei den Nutzenden führen. Diese können entweder aus der Unterschiedlichkeit der Ziele einer Person resultieren oder sich durch externe Bedingungen, z.B. im Rahmen einer Integration von Ridesharing in den ÖPNV, ergeben. Ein Beispiel hierfür ist die Taktgebundenheit des ÖPNV, die sich nicht mit den Anforderungen an die Flexibilität im Rahmen von Ridesharing-Angeboten verträgt. In diesem Sinne empfiehlt es sich, der Durchführung von Interventionen systematische, vertiefende Untersuchungen zu Wirkung und Wechselwirkung von Interventionen vorzuschalten (s. auch Daskalakis/Beckenbach 2017).

6.4.2.1 Angebotsmerkmale

Die Art und Weise, wie ein Ridesharing-Angebot organisiert ist, kann wesentlich zum Erfolg beitragen. Im Abschnitt 2.4 wurde aufgezeigt, dass es hierbei relativ viele Ansatzpunkte für die Ausgestaltung von Angebotsmerkmalen gibt, (↗ 2.4, Tabelle 1). Das Ridesharing-Verhaltensmodell, das der Untersuchung zugrunde lag, nahm diese Kategorien auf, so dass in der Befragung die Kategorien ›Gültigkeitsbereich‹ ›Flexibilität‹, ›Schadensschutz‹, ›Finanzen‹, ›Mobilitätsgarantie‹ und ›Vertrauen‹ vertreten sind.

Die folgenden Unterabschnitte fassen jeweils die entsprechenden Ergebnisse der Befragung zu diesen Kategorien zusammen und formulieren Vorschläge für die Gestaltung der Angebotsmerkmale von lokalen Ridesharing-Angeboten im Allgemeinen und, hieraus abgeleitet, strukturelle Maßnahmen für Mobilfahrräder im Speziellen.

6.4.2.1.1 Gültigkeitsbereich

Ein grundlegender Aspekt, der bei der Organisation eines Ridesharing-Angebots zu klären ist, ist die Auswahl des Gültigkeitsbereichs und damit des Kreises der Teilnehmenden. Die vorliegende Untersuchung hatte hierbei mit der Fokussierung auf das lokale, organisierte Ridesharing einen spezifischen räumlichen Ansatz. Die relativ hohe Bereitschaft, bei einem derartig räumlich ein-

gegrenzten Ridesharing-Angebot mitzumachen, und auch die positiven Einstellungen gegenüber einem solchen Angebot zeigen, dass eine Einschränkung der Teilnehmenden auf lokaler Ebene sinnvoll sein kann. Zu fragen ist dann allerdings, ob die Teilnahme sich tatsächlich nur auf den Ortsteil beziehen sollte oder darüber hinaus auch auf alle Ortsteile der Kommune. Die Interviewten äußerten auf diese Frage hin eine hohe Zustimmung zu einer Ausweitung auf alle Ortsteile. Hieraus lässt sich folgende erste Empfehlung für die Angebotsmerkmale ableiten:

Empfehlung Angebotsmerkmale

Ridesharing-Angebote auf Ortsteil-Ebene einrichten,
Teilnehmende aller Ortsteile einer Kommune zulassen.

Nun ist es gerade ein Kernmerkmal von Mobilfalt, dass sich das Angebot auf alle Ortsteile der Kommune bezieht. Hier wäre zu fragen, ob es nicht sinnvoll sein könnte, noch stärker als bisher den lokalen Charakter hervorzuheben. Für den Fall, dass sich der Gültigkeitsbereich von Mobilfalt erweitern sollte, ist zu prüfen, ob dies zu einer Abnahme bei der Motivation zum Mitmachen führt. Wenn das der Fall ist, muss überlegt werden, wie dieser Entwicklung entgegen gewirkt werden kann.

6.4.2.1.2 Flexibilisierung

Ein weiterer wesentlicher Aspekt im Rahmen von Ridesharing-Angeboten ist die Frage, wie viel Flexibilität zugelassen wird (auch → 2.4). In der Befragung finden sich hier auf zwei Ebenen relevante Ergebnisse, zum einen bei den Antworten auf die Fragen zu den Angebotsmerkmalen, die eine sehr hohe Zustimmungsquote erhielten, und zum anderen bei den Ergebnissen der Regressionen. Besonders für potenzielle Fahrt anbietende war es wichtig, die Fahrzeiten und die Ziele selbst bestimmen zu können. Es wurde zudem ein geringer Organisationsaufwand gefordert und die Möglichkeit, Buchungen kurzfristig durchführen zu können. Da Fahrt anbietende den relevanten Kern eines funktionierenden Ridesharing-Angebots darstellen, ist dieses Ergebnis von besonderer Bedeutung. Weiterhin war es für die Mitfahrenden wichtig, dass sie zumindest in bestimmten Fällen von den Fahrenden von zu Hause

abgeholt und auch wieder dorthin zurückgebracht werden. Insofern ist mit Blick auf die Flexibilität als ein zweites Angebotsmerkmal festzuhalten:

Empfehlung Angebotsmerkmale

Freie Wahl von Zeit, Zielen sowie Zu- und Aussteigeorten zulassen, kurzfristige Buchungen erlauben und den Aufwand so gering wie möglich halten.

Derzeit ist Mobilfakt mit der Festlegung der Taktzeiten und Strecken auf das ÖPNV-Angebot sowie der einstündigen Vorlaufzeit bei der Buchung nicht besonders flexibel (eine Ausnahme ist das Angebot im Raum Witzenhausen, dort gibt es eine Flexibilisierung der Fahrzeiten; ➔ 10.4). Deswegen wird auf Basis der Ergebnisse der Befragung empfohlen, Mobilfakt-Fahrten auch außerhalb der bisherigen Taktzeiten zu erlauben, die Streckenbindung aufzuheben und spontane Buchungen ohne größere Vorlaufzeit zuzulassen.

Um den Aufwand für die Fahrenden zu reduzieren, könnte dabei das Buchungssystem um Maßnahmen ergänzt werden, die es Fahrenden erlauben, direkt auf Mitfahrwünsche zu reagieren. Damit wäre es für Fahrende nicht unbedingt erforderlich, ein Fahrtangebot selbst einzutragen, und sie könnten spontan entscheiden, ob sie jemanden mitnehmen möchten. Für die Fahrenden würde auf diese Weise transparenter, dass Mitfahrbedarfe vorliegen.⁶⁶ Eine solche Maßnahme könnte dabei auch den Wunsch adressieren, anderen helfen zu können, der ein wichtiges Motiv der Mitnahme (Zweck ›Alltagsangelegenheiten‹) ist.

6.4.2.1.3 Versicherung

Für die Interviewten war ein weiteres Angebotsmerkmal sehr wichtig: eine Versicherung, die für Schäden aufkommt, die im Zusammenhang mit Ridesharing-Fahrten auftreten können. Dieses Merkmal hatte eine sehr hohe Zustimmung und ist möglicherweise nur wegen des statistischen Deckeneffekts

⁶⁶ Konkret könnte die Umsetzung so aussehen, dass Fahrende Mitfahrwünsche in einer App angezeigt bekommen bzw. per SMS, Mail oder Telefon/Handy über einen Mitfahrwunsch benachrichtigt werden. Idealerweise sollte eine Reaktion darauf einfach durchzuführen sein, z.B. Bestätigung durch einen Click. Sofern Mobilfakt räumlich über die Grenzen einer Kommune hinaus ausgeweitet wird, wäre es sinnvoll, Mitfahrwünsche von Personen aus dem Ortsteil oder der Kommune dabei besonders hervorzuheben.

(⇒ 6.3.5.3) in den Regressionen nicht oder nur schwach (Zweck ›Freizeit‹, Mitfahrende) signifikant. Dies führt zur folgender Empfehlung:

Empfehlung Angebotsmerkmale
Versicherung für den Schadensfall anbieten.

Im Rahmen von Mobilfalt wird derzeit davon ausgegangen, dass die Kfz-Haftpflichtversicherungen der Fahratanbietenden in jedem Fall für Schäden der Mitfahrenden aufkommen. Bei Unsicherheiten sind die Fahratanbietenden per AGB aufgefordert, bei ihrer Versicherung nachzufragen. Bis heute liegen nach Auskunft des NVV keine Hinweise dafür vor, dass die Schäden, die Mitfahrende im Rahmen von Mobilfalt erleiden könnten, nicht über die Kfz-Haftpflichtversicherung abgedeckt wären. Allerdings weisen die Ergebnisse der Befragung darauf hin, dass die potenziellen Nutzenden sich einen umfangreichen Versicherungsschutz wünschen. Dieser könnte beispielsweise durch eine Zusatzversicherung erreicht werden, die vom NVV auf seine Kosten für alle Mobilfalt-Nutzenden jeweils nur für eine Fahrt abgeschlossen werden könnte. Eine solche Zusatzversicherung sollte auf jeden Fall dann greifen, wenn die normale Kfz-Haftpflichtversicherung die Abdeckung von Schäden im Rahmen von Mobilfalt nicht übernehmen würde. Hierbei könnten u.a. auch noch die folgenden weiteren Aspekte berücksichtigt werden: Übernahme der Kosten für die Höherstufung, wenn die normale Kfz-Versicherung greifen sollte; zusätzliche Kasko-Versicherung für Fahrzeuge, die für Mobilfalt zum Einsatz kommen; Haftpflichtversicherung, die Schäden abdecken würde, die Fahratanbietenden durch Mitfahrende entstehen könnten.

6.4.2.1.4 Die Preise

Ein weiteres wichtiges Thema im Zusammenhang mit dem Ridesharing ist die Regelung der Bezahlung. In der Untersuchung zeichnen die Antworten zu den diesbezüglichen Fragen ein gemischtes Bild: So fand der Vorschlag, die Fahrtkosten zu teilen, eine breite Zustimmung bei den Interviewten. Aber auch eine kostenfreie Mitnahme wurde als gut bewertet. Die Personen, die zum Mitfahren befragt wurden, waren jedoch zumindest tendenziell auch bereit, einen festen Preis von 2,30 Euro zu bezahlen (dies ist der derzeitige ÖPNV-Tarif für Strecken von den Ortsteilen zum Kernort).

Weiterhin waren Personen, die als Fahrthanbietende befragt wurden, deutlich häufiger bereit, andere mitzunehmen, wenn sie dafür eine Aufwandsentschädigung von 30 Cent pro gefahrenem Kilometer erhalten würden. Eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 60 Cent pro Kilometer fand jedoch eine geringere Zustimmung. Diese Diskrepanz deutet auf einen möglichen Crowding-Out-Effekt hin: Wie die psychologische Bedürfnis- und Motivationstheorie herausgefunden hat, kann ein zu hoher finanzieller Anreiz zu einer Minderung der intrinsischen Motivation, d.h. der inneren Bereitschaft zu einer Handlung, führen (s. Ryan/Deci 2017⁶⁷).

Da nun insgesamt von allen Fragen zu den Fahrtkosten nur eine in einer einzigen Regression (Zweck ›Arbeit‹, mitnehmen) signifikant war, sollte angesichts der Dringlichkeit der Crowding-Out-Problematik eine finanzielle Entschädigung, die über das Teilen der Fahrtkosten hinausgeht, möglichst vermieden werden. Die Entschädigung der Fahrenden sollte auf keinen Fall so hoch sein, dass mit der Mitnahme – über eine reine Kostenentschädigung hinaus – Geld verdient werden kann. Unter Abwägung der Ergebnisse kann somit eher das hälftige Aufteilen der Fahrtkosten und die Einräumung einer Möglichkeit zum Verzicht auf eine Entschädigung empfohlen werden.

Empfehlung Angebotsmerkmale

Die Möglichkeit bieten, die Fahrtkosten zu teilen.

Bei Mobilfalt ist die Finanzierung derzeit so geregelt, dass die Mitfahrenden 1 Euro pro Fahrt zahlen, sofern sie privat mitgenommen werden, und die Fahrthanbietenden 30 Cent Entschädigung pro Kilometer erhalten (⇒ Kap. 5). Auf Basis der Ergebnisse der Befragung ist dies vielleicht nicht optimal, aber vertretbar.

⁶⁷ Laut Ryan/Deci (2017) werden finanzielle Belohnungen als autonomie- und kontrolleinschränkend empfunden. Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass finanzielle Belohnungen zumeist auf einer vorab festgelegten Bewertung der Handlung bzw. des Handlungsergebnisses beruhen, welche als Kontrolle empfunden wird. Dies hat einen Rückgang der intrinsischen Motivation zur Folge (ebd.). Sofern jedoch die Belohnung zu gering ist, um als wirklich relevant empfunden zu werden, hat sie eher keine negative Wirkung (ebd.). Auch kann eine Belohnung, die unabhängig von der Handlung gegeben wird, positiv wahrgenommen werden, sofern hiermit keine Kontrolle verbunden ist (ebd.).

6.4.2.1.5 Mobilitätsgarantie und Auswahl von Fahrenden und Mitfahrenden

Die Mobilitätsgarantie und die Möglichkeit der Auswahl von Fahrenden und Mitfahrenden sind zwei weitere Angebotsmerkmale, die in der Umfrage erfasst wurden und eine relativ breite, wenn auch nicht extrem starke Zustimmung erhielten. Obwohl sie in beiden Regressionen nicht signifikant waren, empfiehlt es sich, bei beiden Merkmalen zu prüfen, ob sie nicht Bestandteil eines Ridesharing-Angebots sein sollten.

Das erste Angebotsmerkmal, die Mobilitätsgarantie, bezieht sich auf die Bereitstellung einer Ersatzfahrt, wenn eine Fahrt ausfällt. Ist das beispielsweise eine Fahrt zu einem Arzttermin oder die Rückfahrt von einem entfernten Ort nach Hause, kann ein Ausfall erhebliche Probleme nach sich ziehen. Da dieses Merkmal zudem für die Gruppe der Personen ohne Führerschein bzw. Pkw-Zugang (›Pkw-Inaktive‹), denen weniger Mobilitätsalternativen zur Verfügung stehen, wichtiger war als für die Gruppe ›Pkw-Aktive‹, wird empfohlen, eine Mobilitätsgarantie einzuführen. Diese kann in Analogie zu den Angeboten von Anrufsammeltaxen aufgesetzt werden.

Empfehlung Angebotsmerkmale
Mobilitätsgarantie einführen.

Mobilfalt bietet eine Mobilitätsgarantie an (⇒ Kap. 5). Da sich bislang nur wenige Fahrtanbieter an Mobilfalt beteiligen, ist dies auch die am stärksten frequentierte Nutzungsform (ebd.). Diese sollte insofern beibehalten werden, jedoch empfiehlt es sich, genauer zu untersuchen, inwieweit die Mobilitätsgarantie zu welchen Konditionen weiterhin gewährleistet werden sollte.

Das zweite Angebotsmerkmal, die Möglichkeit der Auswahl von Fahrenden und Mitfahrenden, ist bei Sharing-Plattformen im Rahmen des Anbietens und Nachfragens von Sharing-Produkten weit verbreitet. In den Regressionen war die direkte Frage hierzu nicht signifikant. Allerdings gibt das Ergebnis der Regression Zweck ›Alltagserledigungen‹ zumindest einen indirekten Hinweis darauf, dass eine solche Auswahlmöglichkeit sinnvoll sein könnte. Hier zeigte sich nämlich, dass viele Befragte bei bestimmten (ihnen bekannten) Personen aus dem Ortsteil nicht mitfahren wollen. Diesem Hinderungsgrund kann nur

dann begegnet werden, wenn eine Auswahl des Fahrenden möglich ist. Deswegen wird empfohlen, dieses Angebotsmerkmal einzuführen.

Empfehlung Angebotsmerkmale

Auswahlmöglichkeit von Fahrenden und Mitfahrenden zulassen.

Bei Mobilfalt ist es im Moment nicht möglich, die Fahrenden und Mitfahrenden auszuwählen. Lediglich für Frauen besteht die Möglichkeit, eine Einschränkung hinsichtlich des Geschlechts zu machen. In der Regel sehen aber die Nutzenden erst am Einstiegsort, also der Bushaltestelle, wer die Fahrenden bzw. die Mitfahrenden sind. Entsprechend sinnvoll wäre es, die Einführung einer solchen Maßnahme zu prüfen.

6.4.2.2 Die Gewinnung von Fahrenden und Mitfahrenden

Die Ausgestaltung der Angebotsmerkmale ist eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für den Erfolg von lokalem, organisiertem Ridesharing (vgl. auch das Beispiel flinc → Kap. 8). Da mit dem Ridesharing eine Veränderung von Mobilitätsroutinen verbunden ist und es Menschen oftmals schwerfällt, Routinen zu ändern, wird es auch notwendig sein, diese Änderung durch personenfokussierte Maßnahmen unterstützend zu motivieren. Wie im Abschnitt 6.4.1 angesprochen, ist es hierfür wichtig, an der intrinsischen Motivation der potenziellen Nutzenden anzusetzen und diese zu stärken. Hierfür bieten die Regressionsanalysen eine sehr gute Grundlage, denn sie zeigen, auf welche Bestimmungsgrößen die Bereitschaft zur Mitnahme oder Mitfahrt zurückzuführen ist. Insbesondere die Gründe für die Teilnahme, die die intrinsische Motivation ausdrücken, sind hierfür wesentliche Anhaltspunkte. Wichtig ist es hierbei, dass jegliche Maßnahmen, die als Bevormundung, Vorwurf oder Kontrolle verstanden werden können, vermieden werden.

Im Folgenden werden auf Basis der Ergebnisse der Umfrage Empfehlungen für die Gestaltung von Maßnahmen zur Gewinnung von Teilnehmenden gegeben. Hierbei geht es allerdings nicht um die Form der Maßnahme, sondern um ihre Inhalte. Das Augenmerk liegt zunächst auf der Gewinnung von Fahrenden und im folgenden Abschnitt auf der Aktivierung von Mitfahrenden.

6.4.2.2.1 Gewinnung von Fahrenden

Die Gewinnung von Personen, welche bereit sind, andere bei Fahrten mitzunehmen, ist eine grundlegende Voraussetzung für den Erfolg eines lokalen Ridesharing-Angebots. Insofern empfiehlt es sich, Maßnahmen zunächst schwerpunktmäßig auf die Motivierung zur Teilnahme von Fahrenden auszurichten. Da viele Befragte sich vorstellen konnten, sowohl als Fahrtenbietende als auch als Fahrtnachfragende aktiv zu sein, versprechen Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden auch eine Wirkung auf die Motivation zur Mitfahrt.

Wie die Ergebnisse der Regressionen zeigen, geht die größte Motivation zur Mitnahme Dritter von den sozialen Gründen aus. Am stärksten ausgeprägt ist dies bei der Regression zur Mitnahme zu ›Alltagsangelegenheiten‹. Dort hat insbesondere ein Grund eine relativ große Bedeutung für die potenzielle Bereitschaft der Befragten, beim Ridesharing mitzumachen: die Möglichkeit, anderen Personen aus ihrem Ortsteil helfen zu können. Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden sollten insofern das Helfen adressieren und sich konkret auf den Zweck ›Alltagsangelegenheiten‹ bzw. auf die einzelnen Zwecke, die hierunter gefasst sind (z.B. ›Sonstige private Erledigungen‹), beziehen. Es ist sinnvoll, hierbei auch den Bezug zum Ortsteil herzustellen.

Empfehlung Fahrende

Das Thema, anderen im Ortsteil helfen zu können, in den Mittelpunkt stellen.

Auf Basis der Ergebnisse der hier vorgestellten Untersuchung können in Bezug auf die Gewinnung von Fahrenden für Mobilfahlt Kampagnen empfohlen werden, die das Helfen in den Mittelpunkt stellen und sich auf konkrete Zwecke und Ortsteile beziehen.

Nicht ganz so wichtig, aber in den Regressionen zu dem Zweck ›Alltags-erledigungen‹ und ›Freizeit‹ immer noch signifikant, ist ein zweiter sozialer Grund: die Möglichkeit, durch das Ridesharing mit anderen in Kontakt zu kommen. Insofern empfiehlt es sich, dieses Merkmal ebenfalls bei Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden zu berücksichtigen.

Empfehlung Fahrende

Die Kontaktmöglichkeiten durch das Ridesharing herausstellen.

Auch für Mobilfalt ist es in diesem Sinne zweckdienlich, Maßnahmen zu entwickeln, die das gemeinsame, »gesellige« Fahren mit Mobilfalt in den Mittelpunkt stellen. Hierbei könnte auch eine Verbindung zu Zwecken und Ortsteilen hergestellt werden.

Die Ergebnisse der Regressionen verweisen zudem auf die Bedeutung der Einstellungen der Befragten zum lokalen, organisierten Ridesharing. Die Befragten sind beispielsweise der Meinung, dass ein lokales Ridesharing-Angebot sinnvoll für die Verbesserung der Mobilitätsmöglichkeiten in den Ortsteilen ist und den Zusammenhalt im Ort fördern kann. Vor diesem Hintergrund sollten Maßnahmen diese positiven Einstellungen betonen und/oder fördern.

Empfehlung Fahrende

Positive Einstellung adressieren und fördern.

Dies ist auch für Mobilfalt zu empfehlen. Hierbei ist es sinnvoll, die positive Wirkung von Mobilfalt für die jeweiligen Ortsteile hervorzuheben. Eine solche Maßnahme ist auch gut mit dem Aspekt »Helfen« zu verbinden.

Wie die Regression zum Zweck »Alltagsangelegenheiten« weiterhin deutlich macht, sind Personen aus Ortsteilen ohne Nahversorgungsangebot und/oder aus besonders kleinen Ortsteilen tendenziell häufiger als Personen aus anderen Ortsteilen bereit, als Fahratanbietende aktiv zu werden. Insofern können sich Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden in diesen Ortsteilen auch auf die mangelnden lokalen Versorgungsmöglichkeiten beziehen.

Empfehlung Fahrende

Die fehlenden lokalen Nahversorgungsmöglichkeiten thematisieren.

Für Mobilfalt kann vor diesem Hintergrund eine Maßnahmenkampagne empfohlen werden, die nur in Ortsteilen mit fehlenden bzw. geringen Nahversorgungsmöglichkeiten durchgeführt wird. Diese sollte entsprechend die fehlenden lokalen Versorgungsmöglichkeiten thematisieren. Auch dies kann wiederum mit dem Thema »Helfen« verknüpft werden.

6.4.2.2.2 Gewinnung von Mitfahrenden

Wie angesprochen, können sich Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden indirekt auch auf die Gewinnung von Mitfahrenden auswirken. Die Ergebnisse der Befragung legen aber auch nahe, Empfehlungen zu Inhalten direkter Maßnahmen zur Motivierung des Mitfahrens zu geben. Direkte Maßnahmen sind aber auch deswegen wichtig, weil es potenzielle Mitfahrende gibt, die keinen Führerschein und/oder Pkw-Zugang haben (›Pkw-Inaktive‹) und mit Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden somit nicht erreicht werden können.

Die Ergebnisse der Regressionen zeigen dann auch, dass für die Fahrtnachfrage überwiegend andere Gründe wichtig sind als für das Fahrangebot. So ist das Merkmal ›Mobilitätskosten‹ für das Anbieten von Fahrten nicht relevant, wohl aber für das Mitfahren und hierbei sowohl für die Mitfahrenden, die ansonsten selbst mit dem Pkw fahren (›Pkw-Aktive‹), als auch für Mitfahrende, die keinen Führerschein bzw. keinen Pkw-Zugang haben (›Pkw-Inaktive‹). Das Merkmal ist dabei in allen vier Regressionen, d.h. für alle untersuchten Zwecke, signifikant. Insofern empfiehlt es sich, bei Maßnahmen zur Gewinnung von Mitfahrenden zu betonen, dass das lokale, organisierte Ridesharing hilft, die Mobilitätskosten in Grenzen zu halten. Um hier einem Crowding-Out-Effekt vorzubeugen, sollte dies im Kontext der Maßnahmen zum Angebotsmerkmal ›Preise‹ erfolgen.

Empfehlung Mitfahrende

Zusammenhang zwischen Ridesharing und den Mobilitätskosten herstellen.

Im Rahmen von Maßnahmen zur Förderung von Mobilität wäre es in diesem Sinne wichtig, die entsprechenden Vorteile für die Mitfahrenden zu thematisieren.

Das Merkmal ›Erhöhung der eigenen Mobilitätsmöglichkeiten‹ ist nur in Bezug auf die Regressionen zu den ›Alltagsangelegenheiten‹ von Bedeutung – das jedoch wieder für beide Gruppen, die ›Pkw-Aktiven‹ und die ›Pkw-Inaktiven‹. Maßnahmen könnten somit auch hierauf einen Schwerpunkt legen.

Empfehlung Mitfahrende

Erweiterung der Mobilitätsmöglichkeiten betonen.

Für Mobilfalt empfiehlt es sich insofern, auch die Erweiterung der Mobilitätsmöglichkeiten zu thematisieren. Hierbei könnten zudem die einzelnen Zwecke, die im Zweck ›Alltagsangelegenheiten‹ gebündelt sind, z.B. der Zweck ›Sonstige private Erledigungen‹, berücksichtigt werden.

Für die Gruppe ›Pkw-Aktive‹ war es weiterhin wichtig, dass das Ridesharing sie vom Selbstfahren entlasten kann. Diese Entlastung begründet einen weiteren Maßnahmenschwerpunkt:

Empfehlung Mitfahrende (nur ›Pkw-Aktive‹)
Entlastung vom Fahren thematisieren.

Auch für Mobilfalt ist es empfehlenswert, bei Kampagnen zur Gewinnung von Mitfahrenden die Entlastung vom Fahren zu thematisieren. Dies kann auch gut mit dem Themenfeld ›günstiges Mitfahren‹ verknüpft werden.

Drei weitere Einflussgrößen sind nur für die Gruppe ›Pkw-Inaktive‹ von Bedeutung: die Gründe ›Soziales‹ und ›Umwelt‹ sowie die fehlende Nahversorgungsmöglichkeit. Der Grund ›Umwelt‹ war in keiner anderen Regression von Bedeutung, deswegen ist es nicht sinnvoll, diesen als zentrales Thema von Maßnahmen aufzunehmen. Hinsichtlich der sozialen Gründe war es für die Pkw-Inaktiven wichtig, mit anderen in Kontakt zu kommen. Auch sind Personen der Gruppe ›Pkw-Inaktive‹, die in Ortsteilen wohnen, die keine Nahversorgungseinrichtungen haben, eher bereit, als Mitfahrende am lokalen, organisierten Ridesharing teilzunehmen. Beide Aspekte können entsprechend im Rahmen von Maßnahmen thematisiert werden.

Empfehlung Mitfahrende (›Pkw-Aktive‹)
Kontaktmöglichkeit hervorheben;
die fehlenden lokalen Versorgungsmöglichkeiten berücksichtigen.

Die beiden Einflussgrößen, ›Kontakt‹ und ›mangelnde Nahversorgung‹ hatten sich auch als relevante Inhalte von Maßnahmen zur Gewinnung von Fahrenden herausgestellt (Zweck ›Alltagserledigungen‹). Insofern könnten zur Gewinnung von Nutzenden von Mobilfalt für beide Zielgruppen jeweils gemeinsame Maßnahmen in den Ortsteilen gestaltet werden.

6.4.2.3 Differenzierung nach Zwecken

Wie die Ergebnisse der Umfrage gezeigt haben, ist es sinnvoll, nach den Zwecken der Fahrten zu differenzieren, da für die Mitnahme bzw. Mitfahrt zu verschiedenen Zwecken unterschiedliche Einflussgrößen wirksam sind. Dies wurde bei den bisherigen Ausführungen zu den Empfehlungen schon berücksichtigt, soll hier aber noch vertiefend dargestellt werden.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse der Regressionen fällt insbesondere auf, dass es zwischen dem Zweck ›Arbeit‹ und dem Zweck ›Alltagserledigungen‹ relativ große Unterschiede gibt. Dabei hat der Zweck ›Arbeit‹ zwar einen relativ hohen Erklärungsgrad, dieser beruht aber nur auf wenigen Einflussgrößen und hierbei wesentlich auf der Erwartung, im Rahmen des Ridesharing den Weg zur Arbeit wechselweise selbst zu fahren bzw. mitgenommen zu werden. Dies zeigt, dass Fahrgemeinschaften zur Arbeit Anklang finden, die Erklärungsgründe und die Anforderungen aber nicht dieselben sind wie für die Fahrten zu anderen Zwecken. Insofern empfiehlt es sich, Ridesharing zum Zweck ›Arbeit‹ sowohl bei der Gestaltung der Angebotsmerkmale als auch bei der Entwicklung von Maßnahmen gesondert zu betrachten.

Deshalb wird auf Basis der Ergebnisse dieser Studie empfohlen, in einem ersten Schritt die Zwecke ›Alltagserledigungen‹ und ›Freizeit‹ in Maßnahmen zur Motivierung der Teilnahme zu thematisieren.

Die Korrelationen zwischen den Zwecken und der Häufigkeit der Fahr- und Mitfahrbereitschaft nach Tagen haben zudem gezeigt, dass insbesondere Fahrten zum Zweck ›Andere private Erledigungen‹ relativ häufig angeboten bzw. nachgefragt werden würden. Es bietet sich insofern an, hierauf einen Maßnahmenswerpunkt zu legen. Als weiterer Schwerpunkt ist der Zweck ›Einkaufen‹ zu empfehlen.

In einem zweiten Schritt kann dann das Potenzial, welches für Fahrgemeinschaften zur Arbeit besteht, aktiviert werden.

Empfehlung Zwecke

Zunächst mit dem Maßnahmenswerpunkt zum Zweck ›Andere private Erledigungen‹ beginnen, für den Zweck ›Arbeit‹ gesonderte Ansätze zur Aktivierung des Potenzials entwickeln.

Das Marketing zu Mobilität differenziert bislang nicht zwischen den Zwecken. Die Empfehlungen zur Gewinnung von Fahrenden und Mitfahrenden haben jedoch schon sinnvolle Ansätze gezeigt, um unterschiedliche Maßnahmen für die einzelnen Zwecke zu entwickeln. Es ist sicher lohnenswert, diese umzusetzen. Insbesondere für die Förderung von Ridesharing zum Zweck ›Arbeit‹ ist es notwendig, ein spezifisches Angebotsformat zu entwickeln.

Literaturverzeichnis

- Abrahamse, W., & Keall, M. (2012). Effectiveness of a web-based intervention to encourage carpooling to work: A case study of Wellington, New Zealand. *Transport policy*, 21, 45-51.
- Amirkiaee, S. Y., & Evangelopoulos, N. (2018). Why do people rideshare? An experimental study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 55, 9-24.
- Anable, J., & Gatersleben, B. (2005). All work and no play? The role of instrumental and affective factors in work and leisure journeys by different travel modes. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(2-3), 163-181.
- Bachmann, F., Hanimann, A., Artho, J., & Jonas, K. (2018). What drives people to carpool? Explaining carpooling intention from the perspectives of carpooling passengers and drivers. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 59, 260-268.
- Bamberg, S. (2013). Applying the stage model of self-regulated behavioral change in a car use reduction intervention. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 68-75.
- BMVI (2016). *Mobilitäts- und Angebotsstrategien in ländlichen Räumen – Planungsleitfaden für Handlungsmöglichkeiten von ÖPNV-Aufgabenträgern und Verkehrsunternehmen unter besonderer Berücksichtigung wirtschaftlicher Aspekte flexibler Bedienungsformen*, Berlin.
- te Brömmelstroet, M., Nikolaeva, A., Glaser, M., Nicolaisen, M. S., & Chan, C. (2017). Traveling together alone and alone together: mobility and potential exposure to diversity. *Applied Mobilities*, 2(1), 1-15.
- Carrus, G., Passafaro, P., & Bonnes, M. (2008). Emotions, habits and rational choices in ecological behaviours: The case of recycling and use of public transportation. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 51-62.
- Cass, N., & Faulconbridge, J. (2017). Satisfying everyday mobility. *Mobilities*, 12(1), 97-115.
- Cebon, P., & Samson, D. (2011). Using real time information for transport effectiveness in cities. *City, Culture and Society*, 2(4), 201-210.
- Chng, S., Abraham, C., White, M. P., Hoffmann, C., & Skippon, S. (2017). Psychological theories of car use: An integrative review and conceptual framework. *Journal of Environmental Psychology*, 55, 23-33.

- Ciari, F. (2012, May). Why do people carpool: Results from a Swiss survey. In 12th Swiss Transport Research Conference, Ascona (Vol. 5).
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Daskalakis, M., & Beckenbach, F. (2017). Bürgernahes Regieren. Leitfaden zur zielgerechten Lösung von Umweltproblemen durch die Gestaltung verhaltensbasierter umweltökonomischer Instrumente. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Delhomme, P., & Gheorghiu, A. (2016). Comparing French carpoolers and non-carpoolers: Which factors contribute the most to carpooling?. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 42, 1-15.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. New York: Psychology Press.
- Friman, M., Huck, J., & Olsson, L. (2017). Transtheoretical model of change during travel behavior interventions: An integrative review. *International journal of environmental research and public health*, 14(6), 581.
- Fujii, S., & Taniguchi, A. (2005). Reducing family car-use by providing travel advice or requesting behavioral plans: An experimental analysis of travel feedback programs. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 10(5), 385-393.
- Gardner, B., & Abraham, C. (2008). Psychological correlates of car use: A meta-analysis. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 11(4), 300-311.
- Gärling, T., & Fuji, S. (2009): Travel behavior modification: Theories, methods, and programs, in: Kitamura, R., Yoshi, T., & Yamamoto, T. (Hg.): *The expanding sphere of travel behaviour research. Selected Papers from the 11th International Conference on Travel Behaviour Research*. Bingley, UK: Emerald, 97-128.
- Gärling, T., & Schuitema, G. (2007). Travel demand management targeting reduced private car use: effectiveness, public acceptability and political feasibility. *Journal of Social Issues*, 63(1), 139-153.
- Gatersleben, B., & Uzzell, D. (2007). Affective appraisals of the daily commute: comparing perceptions of drivers, cyclists, walkers, and users of public transport. *Environment and behavior*, 39(3), 416-431.
- Hoffmann, C., Abraham, C., White, M. P., Ball, S., & Skippon, S. M. (2017). What cognitive mechanisms predict travel mode choice? A systematic review with meta-analysis. *Transport Reviews*, 37(5), 631-652.
- Hunecke, M. (2015). *Mobilitätsverhalten verstehen und verändern: Psychologische Beiträge zur interdisziplinären Mobilitätsforschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kesternich, E. (2015). What factors explain carpoolers' decision to use carpooling matching platforms?: A survey-based observation of carpooling matching platforms in Europe (Master's thesis, University of Twente).
- Lenzner, T., Neuert, C., & Otto, W. (2016). *Cognitive Pretesting (Version 2). GESIS Survey Guidelines*. Mannheim, Germany: GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences. doi: 10.15465/gesis-sg_en_010.

- Li, J., Embry, P., Mattingly, S., Sadabadi, K., Rasmidatta, I., & Burris, M. (2007). Who chooses to carpool and why?: Examination of Texas carpoolers. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (2021), 110-117.
- Mokhtarian, P. L., & Salomon, I. (2001). How derived is the demand for travel? Some conceptual and measurement considerations. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 35(8), 695-719.
- Neoh, J. G., Chipulu, M., & Marshall, A. (2017). What encourages people to carpool? An evaluation of factors with meta-analysis. *Transportation*, 44(2), 423-447.
- Neoh, J. G., Chipulu, M., Marshall, A., & Tewkesbury, A. (2018). How commuters' motivations to drive relate to propensity to carpool: Evidence from the United Kingdom and the United States. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 110, 128-148.
- Nobis, C. & Kuhnimhof, T. (2018): *Mobilität in Deutschland – MiD Ergebnisbericht. Studie von infas, DLR, IVT und infas 30 im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur*. Bonn, Berlin. www.mobilitaet-in-deutschland.de.
- Park, Y., Chen, N., & Akar, G. (2018). Who is Interested in Carpooling and Why: The Importance of Individual Characteristics, Role Preferences and Carpool Markets. *Transportation Research Record*, <https://doi.org/10.1177/0361198118756883> (abgerufen am 10.12.2018).
- Reardon, L., & Abdallah, S. (2013). Well-being and transport: Taking stock and looking forward. *Transport Reviews*, 33(6), 634-657.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York: Guilford Publications.
- Schwanen, T., Lucas, K., Akyelken, N., Solsona, D. C., Carrasco, J. A., & Neutens, T. (2015). Rethinking the links between social exclusion and transport disadvantage through the lens of social capital. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 74, 123-135.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism, in: Berkowitz, L. (Hg.): *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 10. New York: Academic Press, 221-279.
- Sent, E. M. (2004). Behavioral economics: how psychology made its (limited) way back into economics. *History of political economy*, 36(4), 735-760.
- Shaheen, S., Stocker, A., & Mundler, M. (2017). Online and App-Based Carpooling in France: Analyzing Users and Practices – A Study of BlaBlaCar, in: Meyer, G., & Shaheen, S. (Hg.): *Disrupting Mobility. Impacts of Sharing Economy and Innovative Transportation on Cities*. Cham: Springer Nature, 181-196.
- Sheller, M., & Urry, J. (2016). Mobilizing the new mobilities paradigm. *Applied Mobilities*, 1(1), 10-25.
- Shliselberg, R., & Givoni, M. (2018). Motility as a policy objective. *Transport Reviews*, 38(3), 279-297.
- Steg, L. (2005). Car use: lust and must. Instrumental, symbolic and affective motives for car use. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(2-3), 147-162.

-
- Steg, L., & Tertoolen, G. (1999). Sustainable transport policy: the contribution from behavioural scientists. *Public money and management*, 19(1), 63-69.
- Tahmasseby, S., Kattan, L., & Barbour, B. (2016). Propensity to participate in a peer-to-peer social-network-based carpooling system. *Journal of Advanced Transportation*, 50(2), 240-254.
- Urban, D., & Mayerl, J. (2018). *Angewandte Regressionsanalyse: Theorie, Technik und Praxis*. 5. Auflage, Wiesbaden: Springer VS.
- de Vos, J., Mokhtarian, P. L., Schwanen, T., Van Acker, V., & Witlox, F. (2016). Travel mode choice and travel satisfaction: bridging the gap between decision utility and experienced utility. *Transportation*, 43(5), 771-796.
- de Vos, J., Schwanen, T., Van Acker, V., & Witlox, F. (2013). Travel and subjective well-being: a focus on findings, methods and future research needs. *Transport Reviews*, 33(4), 421-442.

Anhang

Anhang 1: Statistische Kennzahlen

Tabelle 15: Übersicht zu statistischen Kennzahlen und Quellen der Items der Befragung.

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items
Rolle der Befragten		863				
Alter		863	54,83	57,00	16,131	
Geschlecht		863				
Wohnort		863				
Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Klassen		863	2,35	2,00	3,39	
Berufliche Tätigkeit		863				
Nettoeinkommen pro Haushalt		766	4,08	4,00	1,182	
Pkw-Verfügbarkeit		863				ähnlich infas/DLR (2010)
Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitnahme nach Tagen		407	3,78	4,00	0,927	Eigenentwicklung
Bereitschaft zur Mitnahme nach Wegezwecken	Einkaufen	787	4,56	5,00	1,345	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Anderer private Erledigungen	787	4,29	5,00	1,405	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Gesundheit	787	4,33	5,00	1,509	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010), zusätzlicher Zweck
	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	543	4,44	5,00	1,848	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Freizeitaktivitäten	787	4,10	4,00	1,581	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
Motivationen der Bereitschaft zur Mitnahme	Anderen helfen	407	5,11	6,00	1,228	ähnlich Shaheen et al. (2017, S. 191: »Help others to get around«)
	Gutes für die Umwelt tun	407	5,10	6,00	1,187	ähnlich Abrahamse/Keell (2012, S. 49: »Doing my bit for the environment«)
	Nahestehende Personen finden dies gut	406	4,59	5,00	1,437	ähnlich Carus et al. (2008, S. 54: »Most people important to me would agree if I use public transportation instead of the private car to go to work«)
	Kontaktmöglichkeit	407	4,34	5,00	1,518	Eigenentwicklung

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items
	Fahrtkosten senken	407	3,66	4,00	1,666	ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »if it allowed you to save on your transport budget«)
	Einschränkung der eigenen Flexibilität	407	3,73	4,00	1,539	ähnlich Li et al. (2007, S. 115: »Reasons for not carpooling: Travel flexibility«)
	Zeitmangel	407	3,56	4,00	1,601	ähnlich Park et al. (2018, S. 6: »I do not have time to wait on others«)
	Unzuverlässigkeit der Verabredungen	407	3,35	4,00	1,331	ähnlich Clari (2012, S. 16: »Reliability of the passenger«)
Hinderungsgründe der Mitnahme	Manche Personen aus Ortsteil nicht mitnehmen	407	3,03	3,00	1,865	Eigenentwicklung
	Keine fremden Personen mitnehmen	407	3,04	3,00	1,902	Clari (2012, S. 12: »Don't want to share a ride with strangers«)
	Gesundheitliche Gründe	407	2,36	1,00	1,761	Eigenentwicklung
	Einschränkung der Freude am Autofahren	407	2,00	1,00	1,375	Eigenentwicklung, basierend auf Steg (2005, S. 152: »Driving is enjoyable«)
Häufigkeit der Bereitschaft zur Mitfahrt nach Tagen		456	3,34	4,00	1,172	Eigenentwicklung
		863	3,59	4,00	1,634	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken	Andere private Erledigungen	863	3,58	4,00	1,583	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Gesundheit	863	3,63	4,00	1,700	Eigenentw., basierend auf infas/DLR (2010), zusätzl. Zweck
	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	600	3,72	4,00	2,079	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken (Pkw-Aktive)	Freizeitaktivitäten	863	3,63	4,00	1,741	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Einkaufen	787	3,54	4,00	1,645	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Andere private Erledigungen	787	3,54	4,00	1,598	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Gesundheit	787	3,58	4,00	1,704	Eigenentw., basierend auf infas/DLR (2010), zusätzl. Zweck
	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	559	3,66	4,00	2,083	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken (Pkw-Inaktive)	Freizeitaktivitäten	787	3,59	4,00	1,740	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Einkaufen	76	4,13	4,00	1,417	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Andere private Erledigungen	76	4,05	4,00	1,336	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Gesundheit	76	4,16	4,00	1,575	Eigenentw., basierend auf infas/DLR (2010), zusätzl. Zweck
	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	41	4,61	5,00	1,815	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)
	Freizeitaktivitäten	76	4,00	4,00	1,713	Eigenentwicklung, basierend auf infas/DLR (2010)

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items
Motivationen der Bereitschaft zur Mitfahrt	Gutes für die Umwelt tun	456	5,09	6,00	1,229	ähnlich Abrahamse/Keall (2012, S. 49: »Doing my bit for the environment«
	Günstig mobil sein	456	4,58	5,00	1,461	ähnlich Amirklaee/Evangelopoulos (2018, S. 21: »Sharing the ride would seem economically beneficial«)
	Nahestehende Personen finden dies gut	456	4,43	5,00	1,432	ähnlich Camus et al. (2008, S. 54: »Most people important to me would agree if I use public transportation instead of the private car to go to work«)
	Erhöhung der Mobilitätsmöglichkeit	456	4,07	5,00	1,781	Eigenentwicklung, ähnlich Cebon/Samson (2011, S. 207: »Importance of transport when/where public transport is not available«)
	Kontaktmöglichkeit	456	4,13	4,00	1,581	Eigenentwicklung
	Nicht selber am Steuer sitzen	380	3,87	4,00	1,746	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Cheorghiu (2016, S. 13: »You would not have to drive«)
	Einschränkung der Flexibilität	456	3,75	4,00	1,536	ähnlich Li et al. (2007, S. 115: »Reasons for not carpooling: Travel flexibility«)
	Zeitmangel	456	3,61	4,00	1,696	ähnlich Park et al. (2018, S. 6: »I do not have time to wait on others«)
	Anderen nicht zur Last fallen	456	3,61	4,00	1,698	Eigenentwicklung, ähnlich Steg (2005, S. 152: »I am not dependent on others«), als Gegenteil der PKW-Nutzung als Fahrer formuliert.
	Mangelnde Zuverlässigkeit derartiger Verabredungen	454	3,29	4,00	1,410	ähnlich Ciani (2012, S. 16: »Reliability of the driver«)
Hinderungsgründe der Mitfahrt	Keine Mitfahrt bei bestimmten Personen aus dem Ortsteil	456	3,36	4,00	1,900	Eigenentwicklung
	Keine Mitfahrt bei fremden Personen	456	2,98	3,00	1,778	Ciani (2012, S. 12: »Don't want to share a ride with strangers«)
	Gesundheitliche Gründe	456	2,30	1,00	1,745	Eigenentwicklung
	Einschränkung der Flexibilität	380	3,83	4,00	1,540	ähnlich Li et al. (2007, S. 115: »Reasons for not carpooling: Travel flexibility«)
Hinderungsgründe der Mitfahrt (Pkw-Aktive)	Zeitmangel	380	3,74	4,00	1,669	ähnlich Park et al. (2018, S. 6: »I do not have time to wait on others«)
	Anderen nicht zur Last fallen	380	3,50	4,00	1,720	Eigenentwicklung, ähnlich Steg (2005, S. 152: »I am not dependent on others«) als Gegenteil der PKW-Nutzung als Fahrer formuliert.

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items	
	Mangelnde Zuverlässigkeit derartiger Verabredungen	378	3,29	4,00	1,432	ähnlich Ciarl (2012, S. 16: »Reliability of the driver«)	
	Keine Mitfahrt bei bestimmten Personen aus dem Ortsteil	380	3,40	4,00	1,914	Eigenentwicklung	
	Keine Mitfahrt bei fremden Personen	380	2,93	3,00	1,764	Ciari (2012, S. 12: »Don't want to share a ride with strangers«)	
	Gesundheitliche Gründe	380	2,21	1,00	1,701	Eigenentwicklung	
	Einschränkung der Flexibilität	76	3,37	4,00	1,468	ähnlich Li et al. (2007, S. 115: »Reasons for not carpooling: Travel flexibility«)	
	Zeitmangel	76	2,97	3,00	1,697	ähnlich Park et al. (2018, S. 6: »I do not have time to wait on others«)	
	Anderen nicht zur Last fallen	76	4,17	4,00	1,473	Eigenentwicklung, ähnlich Steg (2005, S. 152: »I am not dependent on others«) als Gegenteil der PKW-Nutzung als Fahrer formuliert.	
	Mangelnde Zuverlässigkeit derartiger Verabredungen	76	3,30	4,00	1,307	ähnlich Ciarl (2012, S. 16: »Reliability of the driver«)	
	Keine Mitfahrt bei bestimmten Personen aus dem Ortsteil	76	3,16	3,00	1,826	Eigenentwicklung	
	Keine Mitfahrt bei fremden Personen	76	3,21	3,50	1,843	Ciari (2012, S. 12: »Don't want to share a ride with strangers«)	
Bewertung von Angebotsmerkmalen der Organisation von lokalen Mitfahrinitiativen	Gesundheitliche Gründe	76	2,74	2,00	1,900	Eigenentwicklung	
	Verabredung ohne großen Aufwand	863	5,68	6,00	0,620	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »The organization and implementation of carpooling would not demand any effort from you«)	
	Kurzfristige Absprache	863	5,38	6,00	0,824	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »If tools would allow you to enjoy an almost immediate carpool journey«)	
	Versicherung zur Schadensabdeckung	863	5,58	6,00	0,901	Eigenentwicklung, ähnlich Kestemich (2015, S. 81: »Wie wichtig finden Sie die aufgelisteten Charakteristika im Bezug auf Sicherheitsvorkehrungen? Versicherung von Fahrer/Mitfahrer vorhanden«)	
	Ersatz falls die/der Fahrende ausfällt (Mobilitätsgarantie)	863	4,58	5,00	1,385	Eigenentwicklung im Wortlaut	
	Möglichkeit der Auswahl der Fahrenden	76	3,92	4,00	1,421	Eigenentwicklung im Wortlaut	
	Möglichkeit der Auswahl der Mitfahrenden	787	4,32	5,00	1,500	Eigenentwicklung im Wortlaut	

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items
Bewertung von Angebotsmerkmalen von lokalen Mitfahrinitiativen (Pkw-Aktive)	Verabredung ohne großen Aufwand	787	5,71	6,00	0,605	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »The organization and implementation of carpooling would not demand any effort from you«)
	Kurzfristige Absprache	787	5,40	6,00	0,825	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, »If tools would allow you to enjoy an almost immediate carpool journeys«)
	Versicherung zur Schadensabdeckung	787	5,60	6,00	0,900	Eigenentwicklung, ähnlich Kesternich (2015, S. 81: »Wie wichtig finden Sie die aufgelisteten Charakteristika im Bezug auf Sicherheitsvorkehrungen?« Vorsicherung von Fahrer/ Mitfahrer vorhanden«)
	Ersatz falls die/der Fahrende ausfällt (Mobilitätsgarantie)	787	4,56	5,00	1,400	Eigenentwicklung im Wortlaut
	Verabredung ohne großen Aufwand	76	5,39	5,50	0,694	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »The organization and implementation of carpooling would not demand any effort from you«)
Bewertung von Angebotsmerkmalen von lokalen Mitfahrinitiativen (Pkw-Inaktive)	Kurzfristige Absprache	76	5,20	5,00	0,800	Eigenentwicklung, ähnlich Delhomme/Gheorghiu (2016, S. 13: »If tools would allow you to enjoy an almost immediate carpool journeys«)
	Versicherung zur Schadensabdeckung	76	5,36	6,00	0,890	Eigenentwicklung, ähnlich Kesternich (2015, S. 81: »Wie wichtig finden Sie die aufgelisteten Charakteristika im Bezug auf Sicherheitsvorkehrungen?« Vorsicherung von Fahrer/ Mitfahrer vorhanden«)
	Ersatz falls die/der Fahrende ausfällt (Mobilitätsgarantie)	76	4,86	5,00	1,197	Eigenentwicklung im Wortlaut
Erweiterung des Ridesharing-Angebots auf alle Einwohner des Kernorts		863				Eigenentwicklung
Fahrtkosten teilen oder nicht erstatten	Fahrtkosten teilen	863	4,76	5,00	1,396	Eigenentwicklung
	Kostenlose Mitnahme	863	3,80	4,00	1,639	Eigenentwicklung
Fahrtkosten werden pro Kilometer entgolten	Höhere Bereitschaft bei Aufwandsentschädigung von 30 Cent pro Kilometer	407	3,43	4,00	1,771	Eigenentwicklung
	Höhere Bereitschaft bei 60 Cent pro Kilometer	407	2,44	2,00	1,721	Eigenentwicklung
Bereitschaft zur Mitfahrt bei Fahrpreis von 2,30 Euro pro Strecke		433	4,38	5,00	1,514	Eigenentwicklung

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items
Treffpunkte	Treffpunkt im Ort (z.B. Bushaltestelle)	863	2,31	2,00	0,556	Eigenentwicklung
	Treffpunkt beim Fahrenden	863	1,89	2,00	0,508	Eigenentwicklung
	Treffpunkt beim Mitfahrenden	863	1,97	2,00	0,480	Eigenentwicklung
Bewertung von lokalen Ridesharing-Angeboten im Allgemeinen		863	5,30	6,00	0,955	ähnlich Amirkiaee/Evangelopoulos (2018, S. 21: »Ridesharing would seem like a good idea«)
		863	5,11	5,00	1,168	ähnlich Amirkiaee/Evangelopoulos (2018, S. 21: »Ridesharing would appear to be a great choice«), allerdings ohne Bezug zu lokalem Aspekt und Verbesserung
Bewertung der Einrichtung einer lokalen Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil	Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ortsteil verbessern.	863	5,07	5,00	1,126	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.	862	4,82	5,00	1,249	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative wird von den Menschen im Ortsteil als positiv angesehen.	860	4,65	5,00	1,142	Eigenentwicklung
Differenzierte Einstellungen zu einer Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil	Fänden Sie es sinnvoll, wenn auch im Ortsteil eine lokale Mitfahrinitiative eingerichtet würde, um das Mobilitätsangebot zu verbessern?	787	5,17	6,00	1,115	ähnlich Amirkiaee/Evangelopoulos (2018, S. 21: »Ridesharing would appear to be a great choice«), allerdings ohne Bezug zu lokalem Aspekt und Verbesserung
		787	5,12	5,00	1,087	Eigenentwicklung
Einstellungen zu einer Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil (Pkw-Aktive)	Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ortsteil verbessern.	786	4,87	5,00	1,229	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.	784	4,68	5,00	1,127	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative wird von den Menschen im Ortsteil als positiv angesehen.	76	4,53	5,00	1,510	ähnlich Amirkiaee/Evangelopoulos(2018, S. 21: »Ridesharing would appear to be a great choice«), allerdings ohne Bezug zu lokalem Aspekt und Verbesserung
Einstellungen zu einer Mitfahrinitiative im eigenen Ortsteil (Pkw-Inaktive)	Fänden Sie es sinnvoll, wenn auch im Ortsteil eine lokale Mitfahrinitiative eingerichtet würde, um das Mobilitätsangebot zu verbessern?	76	4,50	5,00	1,352	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ortsteil verbessern.	76	4,34	5,00	1,352	Eigenentwicklung
	Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.	76	4,26	4,00	1,237	Eigenentwicklung

Frage	Item	N	Mittelwert	Median	Standardabweich.	Anmerkung zur Quelle des Items	
Wertschätzung der Verkehrsmittel	Geme selber am Steuer	787	5,12	6,00	1,163	Eigenentwicklung, affektive Aspekte der PKW-Nutzung (Steg 2005, S. 154: »I love driving«)	
	Geme mitfahren	863	4,02	4,00	1,555	Analogiebildung zum Item »Geme selber am Steuer sitzen«	
	Geme Bahnfahren	863	3,21	3,00	1,750	Analogiebildung zum Item »Geme selber am Steuer sitzen«	
	Geme Busfahren	863	2,77	3,00	1,625	Analogiebildung zum Item »Geme selber am Steuer sitzen«	
Alltägliche Mobilitätsbedürfnisse	Jederzeit fahren zu können	863	5,29	6,00	1,048	ähnlich Park et al. (2018, S. 8: »Factors affecting mode choice: More flexibility in when I depart from campus«; »The ability to make stops on the way to/from campus«)	
	Von anderen unabhängig zu sein	863	5,32	6,00	1,069	Eigenentwicklung	
	Die Umwelt nicht zu stark zu belasten	863	4,96	5,00	1,151	ähnlich Park et al. (2018, S. 8: »Factors affecting mode choice: Concern for the environment«)	
	Schnell an den Zielort zu kommen	863	4,96	5,00	1,199	ähnlich Park et al. (2018, S. 8: »Factors affecting mode choice Shorter commute time«)	
	Preisgünstig unterwegs zu sein	863	4,88	5,00	1,299	ähnlich Park et al. (2018, S. 8: »Factors affecting mode choice: Cost«)	
	Mit dem eigenen Auto fahren zu können	862	4,89	6,00	1,491	Eigenentwicklung	
	Nehmen Sie als FahrerIn/Fahrer öfter einmal andere Personen aus dem Ortsteil mit?	787	2,63	3,00	1,067	ähnlich Tahmasseby et al. (2016, »Existing carpooling arrangement to/from the university«)	
	Fahren Sie als MitfahrerIn/Mitfahrer öfter mal bei anderen Personen aus dem Ortsteil mit?	863	2,06	2,00	1,087	ähnlich Tahmasseby et al. (2016, »Existing carpooling arrangement to/from the university«)	
	Zufriedenheit mit der Alltagsmobilität	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	39	4,79	5,00	1,454	Eigenentwicklung, unter Berücksichtigung der Zwecke in infas/DLR (2010)
		Einkaufen	76	4,22	4,00	1,410	Eigenentwicklung, unter Berücksichtigung der Zwecke in infas/DLR (2010)
Gesundheit		76	4,33	5,00	1,482	Eigenentwicklung, unter Berücksichtigung von infas/DLR (2010), zusätzlicher Zweck	
Freizeitaktivitäten		74	3,95	4,00	1,629	Eigenentwicklung, unter Berücksichtigung der Zwecke in infas/DLR (2010)	
Andere private Erledigungen	74	4,05	4,00	1,525	Eigenentwicklung, unter Berücksichtigung der Zwecke in infas/DLR (2010)		

Anhang 2: Gruppentests ›Pkw-Inaktive‹ gegen ›Pkw-Aktive‹

Tabelle 16: Ergebnisse der Gruppentests ›Pkw-Inaktive‹ gegen ›Pkw-Aktive‹

Kategorie	Item	Mittelwert		Im Vergleich zu Pkw-Aktiven	Hedges G	Signifikanz
		Pkw-Inaktive	Pkw-Aktive			
Einstellungen zu Mitfahrinitiativen	Fänden Sie es sinnvoll, wenn auch im Ortsteil eine lokale Mitfahrinitiative eingerichtet würde, um das Mobilitätsangebot zu verbessern?	4,53	5,17	kleiner	-0,554	0***
	Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ortsteil verbessern.	4,50	5,12	kleiner	-0,559	0***
	Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.	4,34	4,87	kleiner	-0,426	0***
	Mitfahrinitiative wird von den Menschen im Ortsteil als positiv angesehen.	4,26	4,68	kleiner	-0,368	0,003**
Angebotsmerkmale	Verbreitung ohne großen Aufwand	5,39	5,71	kleiner	-0,514	0***
	Kurzfristige Absprache	5,20	5,40	kleiner	-0,243	0,012*
	Versicherung zur Schadensabdeckung	5,36	5,60	kleiner	-0,273	0***
	Einkaufen	4,13	3,54	größer	0,364	0,003**
Bereitschaft zur Mitfahrt nach Wegezwecken	Gesundheit	4,16	3,58	größer	0,341	0,005**
	Andere private Erledigungen	4,05	3,54	größer	0,326	0,015*
	Freizeitaktivitäten	4,00	3,59	größer	0,235	0,044*
	Arbeit, Ausbildung, Schule oder Studium	4,61	3,66	größer	0,46	0,003**
Hinderungsgründe der Mitfahrt	Zeitmangel	2,97	3,74	kleiner	-0,457	0***
	Anderen nicht zur Last fallen	4,17	3,50	größer	0,4	0,002**
	Gesundheitliche Gründe	2,74	2,21	größer	0,303	0,016*
	Einschränkung der Flexibilität	3,37	3,83	kleiner	-0,299	0,01*

Zuordnung Modell	Merkmal	Frage im Fragebogen / Faktor	Gruppe >Pkw-Aktive<						Gruppe >Pkw-Inaktive<
			Mitnahme-Zwecke			Mitfahrt-Zwecke			Mitfahrt-Zweck
			Alltags-erledigungen	Freizeit	Arbeit	Alltags-erledigungen	Freizeit	Arbeit	Alltags-erledigungen
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	
Hindernisse der Bereitschaft	Einschränkung Flexibilität (zeitlich)	Meine Flexibilität wird zu stark eingeschränkt, wenn ich vorab festlegen muss, wann ich wohin mitfahre. (Gruppe Mitfahrernrolle)					-0,143***		
	Mangelndes Vertrauen	Ich möchte bei manchen Leuten aus dem Ortsteil grundsätzlich nicht mitfahren.					0,180***		
	--	Ich will nicht bei fremden Personen im Auto mitfahren.					-0,143***		
	Flexibilität	Die Absprache muss sehr kurzfristig möglich sein.	0,109***						
Angebotsmerkmale	--	Die Verabredung zwischen Fahrer und Mitfahrer muss ohne großen Aufwand möglich sein.		0,075**					
	Versicherung	Es muss eine Versicherung geben, die mögliche Schäden abdeckt.						0,098**	
	Finanzen	Wären Sie eher bereit, andere mitzunehmen, wenn Sie eine Aufwandsentschädigung von 30 Cent / Zuverdienst von 60 Cent pro Kilometer erhalten würden?					0,212***		
	Treffpunkte	Sollte der Fahrer den Mitfahrer zu Hause abholen? Antwort: Das kommt darauf an.							0,218**
Weitere Merkmale	Einstellungen	Faktor aus den Variablen: - Fänden Sie es sinnvoll, wenn eine lokale Mitfahrinitiative eingerichtet würde, um das Mobilitätsangebot zu verbessern? - Eine solche Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ort verbessern. ... kann den Zusammenhalt im Ort fördern. ... würde von Menschen bei uns im Ort als positiv angesehen werden.					0,124**		
	--	Wie finden Sie solche lokalen Mitfahrinitiativen im Allgemeinen?						0,246***	0,155***
	--	Eine solche Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.						0,129**	

Zuordnung Modell	Merkmal	Frage im Fragebogen / Faktor	Gruppe >Pkw-Aktive<						Gruppe >Pkw-Inaktive<
			Mitnahme-Zwecke			Mitfahrt-Zwecke			Mitfahrt-Zweck
			Alltags-erledigungen	Freizeit	Arbeit	Alltags-erledigungen	Freizeit	Arbeit	Alltags-erledigungen
			Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
Reziproke Bereitschaft	... Sie zu Freizeitaktivitäten wollen?		0,440***						
- " -	... Sie zur Arbeit / Ausbildungsstätte / Schule / Studium fahren wollen?			0,353***					
Reziproke Bereitschaft	Wie häufig können Sie sich vorstellen, jemanden aus dem Ortsteil mitzunehmen, wenn ...								
- " -	... Sie zu Zwecken des Einkaufs, der Gesundheit oder sonstigen privaten Zwecken unterwegs sind?				0,141**				
- " -	... Sie im Zusammenhang mit Freizeitaktivitäten unterwegs sind? (z.B. Freunde, Besuche, Sport, Kino/Theater, ehrenamtliche Tätigkeit...)					0,460***			
- " -	... Sie zur Arbeit / Ausbildungsstätte / Schule / Studium fahren?						0,532***		
	Korrigiertes R²		0,355	0,331	0,277	0,394	0,373	0,456	0,353
	N		407	407	204	380	380	216	76
	Effektstärke		0,144	0,123	0,083	0,184	0,162	0,263	0,176
	Bewertung		Relativ gut	Relativ gut	Klein	Gut	Gut	Gut bis sehr gut	Gut bis sehr gut

Anhang 4: Faktorenanalysen

Tabelle 18: Faktorenanalyse

Faktoren	Fragen	Cronbachs Alpha	KMO*	Kommunalität	Prozent der Varianz	Komponentenladungen
Pkw-Aktive Private Zwecke Mitnahme	Wie häufig können Sie sich vorstellen, jemanden mitzunehmen, wenn Sie zum Einkaufen fahren oder vom Einkaufen zurückkommen?	0,801	0,71	0,698	71,4	0,795
	Wie häufig können Sie sich vorstellen, jemanden mitzunehmen, wenn Sie im Zusammenhang mit der Gesundheit unterwegs sind? (z.B. Arztbesuche, Krankengymnastik, Apotheke)			0,710		0,873
	Wie häufig können Sie sich vorstellen, jemanden mitzunehmen, wenn Sie im Zusammenhang mit anderen privaten Erledigungen unterwegs sind? (z.B. Frisör, Post, Ämter ...)			0,734		0,867
Pkw-Aktive Private Zwecke Mitfahrt	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie zum Einkaufen wollen oder vom Einkaufen zurück wollen? (Gruppe Mitfahrerrolle)	0,816	0,717	0,717	74,9	0,826
	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie Erledigungen im Zusammenhang mit der Gesundheit haben? (Gruppe Mitfahrerrolle)			0,745		0,825
	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie andere privaten Erledigungen tätigen wollen? (Gruppe Mitfahrerrolle)			0,785		0,910
Pkw-Aktive Einstellung Mitfahrinitiative	Fänden Sie es sinnvoll, wenn auch im Ortsteil eine lokale Mitfahrinitiative eingerichtet würde, um das Mobilitätsangebot zu verbessern?	0,850	0,785	0,630	66,4	0,813
	Eine solche Mitfahrinitiative kann die Lebensqualität im Ortsteil verbessern.			0,771		0,893
	Eine solche Mitfahrinitiative kann den Zusammenhalt im Ortsteil fördern.			0,671		0,848
Pkw-Inaktive Private Zwecke Mitfahrt	Eine solche Mitfahrinitiative würde von Menschen bei uns im Ortsteil als positiv angesehen werden.			0,584		0,761
	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie zum Einkaufen wollen oder vom Einkaufen zurück wollen? (Gruppe Mitfahrerrolle)	0,726	0,672	0,581	65,7	0,678
	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie Erledigungen im Zusammenhang mit der Gesundheit haben? (Gruppe Mitfahrerrolle)			0,689		0,894
Pkw-Inaktive Gründe Mitfahrt	Wie häufig können Sie sich vorstellen bei jemandem aus dem Ortsteil mitzufahren, wenn Sie andere privaten Erledigungen tätigen wollen? (Gruppe Mitfahrerrolle)			0,673		0,823
	Ich kann mir vorstellen, dass ich bei einer solchen Mitfahrinitiative bei uns im Ortsteil mitmache und bei anderen mitfahre, weil ich damit günstig mobil sein kann.	0,805	0,672	0,628	62,25	0,884
	Ich kann mir vorstellen, dass ich bei einer solchen Mitfahrinitiative bei uns im Ortsteil mitmache und bei anderen mitfahre, weil ich damit etwas Gutes für die Umwelt tue.			0,605		0,830
	Ich kann mir vorstellen, dass ich bei einer solchen Mitfahrinitiative bei uns im Ortsteil mitmache und bei anderen mitfahre, weil die meisten der mir nahestehenden Personen dies gut finden würden.			0,635		0,830

* Der KMO wurde im Zuge der Kontrolle mit der Hauptkomponentenanalyse berechnet.

Anhang 5: Auszug Tiefeninterviews

Im Folgenden wird ein Auszug aus 14 Tiefeninterviews vorgestellt, welche im Untersuchungsgebiet zur Vorbereitung der quantitativen Umfrage durchgeführt wurden. Die Teilnehmenden setzten sich aus 7 weiblichen und 7 männlichen Personen zwischen 14 und über 65 Jahren zusammen (im Folgenden mittels alphabetischer Buchstaben von A bis M benannt), die von drei Schlüsselpersonen im Untersuchungsgebiet rekrutiert wurden. 10 Personen hatten einen Führerschein und einen Pkw (A, B, E, F, G, H, J, K, L, M).⁶⁸

Zur Darstellung der Ergebnisse wird zunächst auf die hemmenden und fördernden Einstellungen zum lokalen, organisierten Ridesharing im Allgemeinen eingegangen. Die Ergebnisse werden dabei entsprechend dem in Abschnitt 6.2 dargestellten Ridesharing-Modell kategorisiert und nach Fahrenden und Mitfahrenden differenziert. Daraufaufgehend werden die spezifischeren Einstellungen zur Nutzung des lokalen, organisierten Ridesharings dargestellt. Abschließend werden die in den Tiefeninterviews untersuchten Bereiche der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle im Zusammenhang mit der ÖPNV-Nutzung erfasst.

⁶⁸ Wir danken Johanna Schramm für die Unterstützung bei der Durchführung und Auswertung der Interviews.

Tabelle 19: Hemmende und fördernde Einstellungen zum lokalen, organisierten Ridesharing im Allgemeinen

Hemmende Ausprägungen	Kategorie RS-Modell	Fördernde Ausprägungen
Fahrende <ul style="list-style-type: none"> - Ablehnung (J,L) - Nicht für Thurmhosbach, da nur 45 Einwohner (K) - Es albern finden, etwas wie Nachbarschaftshilfe zu verkomplizieren (M) - Überzeugung, dass System nicht funktionieren würde, da kein Bedarf (M, K) 	Einstellungen zum lokalen, organisierten Ridesharing	<ul style="list-style-type: none"> - Zustimmung (A,B,G,H,K,M) - Nichts dagegen haben, mit anderen unterwegs zu sein (A) - Carsharing gut finden (E)
	Gründe für die Bereitschaft (Soziales)	<ul style="list-style-type: none"> - Möglichkeit zum Aufbau von Dorfgemeinschaft und Nachbarschaftshilfe (E,F)
	Gründe für die Bereitschaft (Umwelt)	<ul style="list-style-type: none"> - Möglichkeit zur Entlastung der Umwelt (E)
	Individuelle Mobilitätsmerkmale (praktiziertes informelles Ridesharing)	<ul style="list-style-type: none"> - Positive Erfahrungen aus dem informellen Ridesharing (F)
<ul style="list-style-type: none"> - Nicht geeignet für ältere Menschen aufgrund technischer Anforderungen (M) - Jugendliche sind ungeeignet, da kein Bedarf aufgrund hoher Selbstorganisation (M) 	Hintergrundfaktoren (Alter)	
<ul style="list-style-type: none"> - Es schlecht finden, wenn System schlecht organisiert wäre (G) - Kritik eines zu hohen Formalisierungsgrad (H) - Bevorzugung informeller Systeme (J,H,L,F) - Allgemeine Ablehnung von allem, was mit Anmeldung und Bezahlung zu tun hat (L,H) 	Angebotsmerkmale	
Mitfahrende		
	Einstellungen zum lokalen, organisierten Ridesharing	<ul style="list-style-type: none"> - Zustimmung (C,D,I,N)
<ul style="list-style-type: none"> - Nicht geeignet für ältere Menschen aufgrund technischer Anforderungen (I) 	Hintergrundfaktoren (Alter, Nutzung Internet/Smartphone)	<ul style="list-style-type: none"> - Geeigneter für jüngere Menschen, die Internet nutzen (I)

Tabelle 20: Hemmende und fördernde Einstellungen zur Nutzung des lokalen, organisierten Ridesharings

Hemmende Ausprägungen	Kategorie RS-Modell	Fördernde Ausprägungen
Fahrende <ul style="list-style-type: none"> - Solange Politik und Industrie keinen Willen zum Umweltschutz zeigen auch keine Bereitschaft sich umweltfreundlich zu verhalten (K,L) 	Gründe für/gegen die Bereitschaft (Umwelt)	<ul style="list-style-type: none"> - Senkung der Umweltbelastung motiviert zur Nutzung. Fahrerrolle (A,E,M) - Umweltschonung ist »weiter Nebeneffekt«. Fahrerrolle (J,B)
	Gründe für die Bereitschaft (Soziales)	<ul style="list-style-type: none"> - Anderen helfen als Handlungsmotivation (B,E,F,G,H,J,L,M) - Anspruch etwas für soziales Miteinander zu tun (E,M) - Hohe Bereitschaft zur Mitnahme älterer Menschen (F) - Sozialer Anreiz größer als monetärer Anreiz (H,L,M) - Mitnahme der Ortsbewohner als Selbstverständlichkeit (G)
<ul style="list-style-type: none"> - Einstellen von Fahrten ist aufwendig (E,F,H,L,K,M,J) - Sich zeitlich nicht binden wollen (H,F) - Keine Bereitschaft, sich auf etwas festzulegen, wonach man keinen Bedarf hat (F) - Aufgabe von Freiheit erforderlich (J) 	Gründe gegen die Bereitschaft (Einschränkung Flexibilität)	
	Angebotsmerkmale (Versicherung)	<ul style="list-style-type: none"> - »Risiko des Lebens« (E) - »da passiert schon nichts« (F)
	Angebotsmerkmale (Buchung)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn man per Telefon von Fahrgesuchen erfährt (L) - Wenn man unkompliziert z.B. über WhatsApp von Fahrgesuchen erfährt (F,H,J)
<ul style="list-style-type: none"> - Mitnahme auf Kurzstrecken lohnt sich finanziell nicht (H) 	Angebotsmerkmale (Finanzen)	<ul style="list-style-type: none"> - Kostenzuschuss wird nicht erwartet (H) - Obolus gut finden (J)
<ul style="list-style-type: none"> - Präferenz spontaner Systeme (F,H,L) - Ob jemand auf Kurzstrecken mitfährt oder nicht ist egal. Deshalb keine Bereitschaft, sich festzulegen (F) 	Angebotsmerkmale (Flexibilität)	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn die Mitnahme unter spontanen Bedingungen erfolgt (F,J) - Nur auf Wegen, die man sowieso erledigt (M) - Wenn die mitzunehmende Person in der Nähe wohnt (G)

Hemmende Ausprägungen	Kategorie RS-Modell	Fördernde Ausprägungen
<ul style="list-style-type: none"> - Ablehnung von: <ul style="list-style-type: none"> • Stinkende Menschen (A,H) • Betrunkene Menschen (A,H) • Nervige Menschen (A,F,H) • Rauchern (E,G) - Sympathie sollte da sein (G,H) 	<p style="text-align: center;">Individuelle Dispositionen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grundsätzliche Bereitschaft, jeden mitzunehmen (F) - Kein Problem mit Rauchern, Menschen, die etwas Alkohol getrunken haben (H)
<ul style="list-style-type: none"> - Ablehnung von allem im Zusammenhang mit Internet = »Mülli« (L) - Nutzung Internetportals kommt nicht infrage (L) - Kritische Einstellung zur Smartphone-Nutzung (L) 	<p style="text-align: center;">Hintergrundfaktoren (Nutzung Internet/Smartphone)</p>	
	<p style="text-align: center;">Reziproke Bereitschaft</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bei regelmäßigen Fahrten als Fahrgemeinschaft z.B. zur Arbeit (M,J) - Gerne auch mal Mitfahrer sein (E,F)
<p style="text-align: center;">Mitfahrende</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keine Absicht, Umwelt zu entlasten (K) 	<p style="text-align: center;">Gründe für/gegen die Bereitschaft (Umwelt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Senkung der Umweltbelastung motiviert zur Nutzung. Mitfahrerrolle (F,G, C,N) - Umweltschonung ist »netter Nebeneffekt«. Mitfahrerrolle (D,I)
	<p style="text-align: center;">Gründe für die Bereitschaft (Kontakt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Möglichkeit Entstehung sozialer Kontakte (F)
	<p style="text-align: center;">Gründe für die Bereitschaft (Erweiterung Mobilitätsmöglichkeiten)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Möglichkeit, um »einfach und gut hin und her zu kommen« (I)
<ul style="list-style-type: none"> - System zu stark zentralisiert (dritte Instanz) (F) - Bevorzugung des informellen Mitfahrens (F,K,M) 	<p style="text-align: center;">Gründe für die Bereitschaft (Soziales) Angebotsmerkmale (Flexibilität)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn soziales Umfeld dies auch nutzen würde (D)
	<p style="text-align: center;">Angebotsmerkmal (Buchung)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn es informell wäre und »es sich ergibt« (L) - Wenn Hin- und Rückfahrt geregelt ist (E) - Wenn Mitfahrangebote telefonisch mitgeteilt würden (N)
<ul style="list-style-type: none"> - Mitfahrerrolle wegen Lebenssituation derzeit unattraktiv (A,B,G,J,K) - Grundsätzliche Ablehnung der Mitfahrer-Rolle (J) 	<p style="text-align: center;">Individuelle Dispositionen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Am liebsten mit Ehemann fahren (C) - Wenn zukünftig Bedarf gegeben ist (G) - Positive Erfahrungen als Mitfahrer allgemein (F) - Wenn Pkw kaputt wäre (J) - Wenn Ehemann nicht fahren kann (C)