Generation Unverbindlich:
Entscheidungsvorgänge in der Share Economy –
Fallstudie des modernen Carsharing-Nutzers

vorgelegt von
Daniel J. Kurth
Master in Business Administration
geb. in Brühl

von der Fakultät I – Geistes- und Bildungswissenschaften
der Technischen Universität Berlin
zur Erlangung des akademischen Grades

Doktor der Philosophie
- Dr.-Phil. -

genehmigte Dissertation

Promotionsausschuss:

Vorsitzender: Prof. Dr. Ulf Schrader
Gutachter: Prof. Dr. Hans-Liudger Dienel
Gutachter: Prof. Dr. Andreas Knie

Tag der wissenschaftlichen Aussprache: 07. Juli 2016

Berlin 2016

Danksagung

Die vorliegende Arbeit entstand begleitend zu meiner Tätigkeit als Leiter in der Strategie eines internationalen Verkehrsunternehmens und meiner Tätigkeit als Geschäftsführer in einem Carsharing-Unternehmen.
Die Überlegungen sollen einen Beitrag zum realitätsnahen Verständnis der alltäglichen Entscheidungsweise beisteuern. Hierauf aufbauend können Mobilitätsangebote entwickelt und vermarktet werden, die jenseits von Laborsituationen und ideologisch geprägten Perspektiven im modernen Alltag eine relevante Wahloption werden.

Den Ursprung der Arbeit bildet ein gemeinsames Projekt mit Herrn Prof. Dr.-Phil. Andreas Knie im Jahr 2006. Im Zentrum der Überlegungen zu intermodalen Wegeketten stand die Frage, was ein Verkehrsangebot zu einem *alltäglich genutzten* Verkehrsangebot macht. Daher danke ich Herrn Prof. Dr. Knie für die anregenden Diskussionen, die zur Entstehung dieser Arbeit führten und für die Übernahme des Koreferats.
Mein aufrichtiger und besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr.-Ing. Hans-Liudger Dienel. Sein Engagement und seine Unterstützung haben diese Arbeit erst möglich gemacht. Seine fordernden und fördernden Anregungen, Diskussionen und sein umfassendes Wissen haben mich stetig angetrieben und angespornt. Die Gestalt der Arbeit wurde hierdurch maßgeblich mitgeprägt.
Für die fachkundige Übernahme des Vorsitzes danke ich Herrn Prof. Dr. Ulf Schrader, der mit der Carsharing-Entwicklung bereits früh einen Aspekt seiner Nachhaltigkeitsforschung aufgriff.

Bekanntlich entsteht eine solche Arbeit nur, wenn das persönliche Umfeld dies auch in den mühsamen Momenten unterstützt. Für die Motivation und Unterstützung in den Durststrecken danke ich meiner Familie und insbesondere Julia. Julia war und ist für mich, nicht nur in dieser Hinsicht, eine ganz besondere, ruhige und ermutigende Stütze. Für ihren Beistand gilt diesen lieben Menschen mein ganz persönlicher Dank!

Inhaltsübersicht

1. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs und Carsharing- Anmeldung?. 1
   1.1. Prolog ... 1
   1.2. Zielformulierung ... 3
   1.3. Ansatz und Aufbau ... 6
2. Theoretische Abgrenzung ... 10
   2.1. Annäherung an „die Entscheidung“ ... 12
   2.2. Annäherung an „die physische Bewegung“ ... 20
3. Theoretische Befundlage ... 26
   3.1. Entscheidungsmotiv und -motivation ... 27
   3.2. Entscheidungsabwägung ... 45
   3.3. Entscheidungshandeln ... 84
   3.4. Entscheidungsergebnis ... 95
   3.5. Zeitaufnahmen und Typen von Carsharern und Anmeldungen ... 103
4. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs ... 120
   4.1. Entscheidungswahrnehmung ... 125
   4.2. Entscheidungsabwägung ... 153
   4.3. Entscheidungshandeln ... 166
   4.4. Zusammenstellung der Konstruktion ... 168
5. Empirische Fallstudie ... 170
   5.1. Forschungsmethodisches Vorgehen ... 176
   5.2. Datensatz, Teilnehmer und Repräsentativität ... 179
   5.3. Individueller Kontext / bisherige Nutzung ... 186
   5.4. Komponenten der Handlungsorientierung ... 190
   5.5. Entscheidung: Carsharing-Anmeldung ... 196
   5.6. Veränderte Nutzung von Carsharing nach der Anmeldung ... 209
   5.7. Zusammenstellung der Kernergebnisse ... 212
6. Abschließende Überlegungen ... 217
7. Forschungsbedarf ... 230
8. Anhang ... 233
   8.1. Fragebogen ... 233
   8.2. Teilnehmerdaten ... 239
   8.3. Daten: Entscheidung der Nutzung eines Verkehrsangebots ... 240
   8.4. Daten: Gründe und Begründung für die Anmeldung zum Carsharing ... 243
   8.5. Daten: Entscheidung zur Anmeldung ... 245

Abbildungsverzeichnis ... 248

Tabellenverzeichnis ... 252

Abkürzungsverzeichnis ... 253

Literaturverzeichnis ... 254

Inhaltsverzeichnis

1. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs und Carsharing- Anmeldung?. 1

1.1. Prolog ... 1

1.2. Zielformulierung ... 3

1.3. Ansatz und Aufbau ... 6

2. Theoretische Abgrenzung ... 10

2.1. Annäherung an „die Entscheidung“ ... 12

2.2. Annäherung an „die physische Bewegung“ ... 20

3. Theoretische Befundlage ... 26

3.1. Entscheidungsmotiv und -motivation ... 27

- Motivationales Interesse ... 28
- Motive als Teil der Verkehrsforschung ... 30
- Motive aus der Motiv- und Werteforschung ... 34
- Self-Determination Theory ... 35
- Theory of 16 Basic Desires ... 38
- Universelle Werte Theorie ... 40

3.2. Entscheidungsabwägung ... 45

- Entscheidung aufgrund universeller Normen ... 46
- Exkurs: Generation, Milieu und Stil als Entscheidungsorientierung ... 49
- Homo Socilogicus Modell ... 55
- Norm-Aktivations-Modell ... 58
- Homo Oeconomicus Modell ... 60
- Modellmodifikation und Varianten des Homo Oeconomicus ... 64
- Prospect Theory und Heuristiken ... 65
- Administrative Man-Modell ... 69
- Theory of Planned Behavior ... 72
- Requirements Opportunities Abilities-Modell (ROA) ... 80
- Complex Man-Modell ... 81

3.3. Entscheidungshandeln ... 84

- Theorie der kognitiven Dissonanz ... 84
- Überlegungen zur extern induzierten Dissonanz ... 85

3.4. Entscheidungsergebnis ... 95

3.5. Zeitaufnahmen und Typen von Carsharern und Anmeldungen ... 103

- Narrative Untersuchung der Anmeldesituation ... 117

4. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs ... 120

4.1. Entscheidungswahrnehmung ... 125

4.1.1. Feldtheorie und Behavior Setting ... 126

- These 1: Die Wahrnehmungslimitierung reduziert unbewusst die objektive Umwelt auf eine individuelle Auswahl an Elementen. ... 128
- These 2: Die Akzeptanzlimitierung reduziert unbewusst die wahrgenommenen Objekte auf akzeptierte Objekte. ... 134
- These 3: Die Erinnerungslimitierung reduziert unbewusst die vergangenen Erfahrungen auf eine individuelle Auswahl an Elementen. ... 135

4.1.2. Objekte der Entscheidung im individuellen Kontext 138
- These 4: Vergangene Entscheidungen beeinflussen individuell die Folgeentscheidungen. 139
- These 5: Nur wenige individuelle Anforderungen ergänzen das Entscheidungsmotiv 147
- These 6: Nur wenige Elemente des Verkehrsangebots sind für die Entscheidung individuell relevant. 149
- These 7: Die mentalen Ressourcen sind eng begrenzt und werden nicht voll eingesetzt. 151
- These 8: Das Entscheidungsmotiv steuert den Entscheidungsvorgang. 151

4.2. Entscheidungsabwägung 153

4.2.1. Entscheidungsmodus 153
- These 9: Die Art der Beschäftigung ist von der Bewusstseinsfähigkeit getrennt. 154
- These 10: Die Art der Beschäftigung kann graduell kognitiv oder emotional sein. 155
- These 11: Automatisierung ist „unbewusst empfunden“ und keine „denkfreie Zone“. 157
- These 12: Die Bewusstseinsfähigkeit ist graduell zwischen bewusst und unbewusst. 158
- These 13: Graduelle „Teilentscheidungen“ sind die Regel, nicht die Ausnahme. 160

4.2.2. Entscheidungsregel 161
- These 14: Die Entscheidungsregel besteht aus zwei Elementen, dem Abwägungsziel und dem Abwägungsmechanismus 163
- These 15: Wiederholte Entscheidungen werden mit den vergangenen Werten der individualistischen, normativen und Kontrollkomponente prognostiziert. 163

4.3. Entscheidungshandeln 166

4.4. Zusammenstellung der Konstruktion 168

5. Empirische Fallstudie 170

5.1. Forschungsmethodisches Vorgehen 176

5.2. Datensatz, Teilnehmer und Repräsentativität 179

5.3. Individueller Kontext / bisherige Nutzung 186

5.4. Komponenten der Handlungsorientierung 190

5.4.1. Individualistische Entscheidungskomponente 190

5.4.2. Normative Entscheidungskomponente 191

5.4.3. Kompetenz und Kontrolle über die Entscheidung 194

5.5. Entscheidung: Carsharing-Anmeldung 196

5.5.1. Phasen und Zeiten der Information und Entscheidung 196

5.5.2. Schwierigkeit der Entscheidung 199

5.5.3. Kriterien und Begründung der Nutzung 201

5.5.4. Kriterien und Begründung der Anmeldung 203

5.5.5. Motiv, Zeitpunkt, Modus der Anmeldung 206

5.6. Veränderte Nutzung von Carsharing nach der Anmeldung 209

5.7. Zusammenstellung der Kernergebnisse 212

6. Abschließende Überlegungen 217
7. Forschungsbedarf 230
8. Anhang 233
8.1. Fragebogen 233
8.2. Teilnehmerdaten 239
8.3. Daten: Entscheidung der Nutzung eines Verkehrsangebots 240
8.4. Daten: Gründe und Begründung für die Anmeldung zum Carsharing 243
8.5. Daten: Entscheidung zur Anmeldung 245
Abbildungsverzeichnis 248
Tabellenverzeichnis 252
Abkürzungsverzeichnis 253
Literaturverzeichnis 254

1. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs und Carsharing-Anmeldung?

1.1. Prolog

Täglich trifft jeder Mensch eine Vielzahl von Entscheidungen – meistens merkt er_sie dies nicht einmal. Und trotz all der Übung und Wiederholung fällt es der einzelnen Person sehr schwer zu beschreiben, wie diese Entscheidungen getroffen wurden. Bei der Entscheidung hat er_sie das Gefühl eines stimmigen, klaren Kopfbildes. Wird die Person befragt, so verblasst das klare Gefühl und es ist schwer oder unmöglich die Gedanken zu erfassen und auszudrücken, ähnlich einem Traum. Die schnellen und unbewussten Entscheidungen gestalten den Alltag. Wirkliche Denkarbeit ist selten – und doch sind diese „Denk-Entscheidungen“ präsenter als die unbewussten Gedanken und bestimmen die Selbstwahrnehmung als willentlich-kognitiver Entscheider.
Die Erforschung der Entscheidung ist von unterschiedlichen Ansätzen geprägt, die versuchen eine nomologische und ultimative Art des menschlichen Entscheidens, insbesondere der Abwägung, zu erfassen. Meist sind die Erklärungen eindimensional oder so einfach gehalten, dass wir sie mit den uns zur Verfügung stehenden bewussten Fähigkeiten erfassen können. Bekannte Beispiele sind die Ideen, der Mensch würde in seinen Entscheidungen alles maximieren wollen oder würde sich nur nach Regeln des Zusammenlebens richten. Einige Ansätze versuchen die Menschen robotergleich in Entweder-Oder Entscheidungsmodus-Modelle zu übersetzen. Entweder es wird eine bewusst rationale Entscheidung getroffen, bei der die maximal beste Handlung gewählt wird, oder es wird „irgendwie“ automatisch entschieden. Was nicht diesen Regeln genügt ist irrational oder bloßes Verhalten.

Eine dieser Alltagsentscheidungen ist die Auswahl eines Verkehrsangebots. Es geht nicht um die bewusste Entscheidung für einen Freizeitausflug am Wochenende, sondern die teil-bewussten Entscheidungen, welcher Supermarkt mit welchem Verkehrsangebot besucht wird, wie die Eltern im Vorort besucht werden oder welches Verkehrsmittel bei leichtem oder schwerem Regen auf dem Weg zur Arbeit genutzt wird. Es sind die Alltagsentscheidungen, die für die Aufrechterhaltung unserer Gesellschaft notwendig sind. Denn die moderne Gesellschaft benötigt die Arbeitsteilung und räumlich

verteilte Beziehungen. Sie ermöglicht persönliche Freiheit, die Wahl der Supermärkte und erzwingt die alltägliche Entscheidung, u. a. der Hilfsmittel für diese Bewegungen (Rammler (2001)).

Mit der Share Economy wurden neue Verkehrsangebote wie Bike- und Carsharing eingeführt. Carsharing ist die Möglichkeit ein Auto kurzfristig und kurzzeitig selbstständig mieten zu können. Damit entfällt die Notwendigkeit für die Autonutzung ein Auto zu besitzen. Mussten sich die früheren Carsharing-Nutzer_innen noch bewusst mit dem Teilen eines Autos auseinandersetzen, genügt heute, dank technischer Unterstützung, eine Anmeldung und ein wenig Software zur Anmietung. Die Autonutzung im Carsharing wurde zu einer leichten Alltagsentscheidung.

Angespornt wird die Arbeit durch die Annahme, dass die Entscheidung zur Anmeldung beim Carsharing eine der Entscheidungen ist, die zwar notwendig und wichtig für den Alltag sind, aber eigentlich vom_von der Entscheider_in nicht getroffen würden, wenn sie nicht müssten. Es ist eine Entscheidung, bei der kein Interesse mit der Beschäftigung vorliegt und somit bisher keine Theorie.

Die Carsharing-Mitgliedschaft war im Ursprung von ökologischen oder anderen Prinzipien bestimmt. Doch verbindliche Zusagen und Mitgliedschaften in Vereinen, Parteien oder Institutionen wie der Ehe verlieren ihren Reiz. Gleichlaufend ermöglicht die Professionalisierung von Carsharing ein ungekanntes Maß an Unverbindlichkeit. Und so stellt sich die Frage, ob Carsharing noch als Mittel zur Senkung des Individualverkehrs, wie ursprünglich gedacht, beiträgt oder durch die Leichtigkeit der Nutzung zu Mehrverkehr führt.

1.2. Zielformulierung

Die pragmatische Nutzung der Verkehrsangebote im Mix und ohne Autobesitz wird durch das Carsharing ermöglicht. Doch nicht das ökologische Gewissen scheint die neuen Carsharer_innen zur Anmeldung zu treiben, sondern die Erkenntnis, dass es heute möglich ist, ein Automobil zu nutzen, ohne die Verbindlichkeiten und Kosten des eigenen Besitzes und der Wartung etc. auf sich nehmen zu müssen. Spannend ist, was die Menschen zur Anmeldung motiviert und wie die Entscheidung abläuft.

Bei der Überlegung wann, warum und wie die Anmeldung und Nutzung von Carsharing erfolgt, konnten die angebotenen Erklärungsansätze die beobachtbaren Muster nicht zufriedenstellend erklären. Simulationen können das Entscheidungsergebnis abbilden, doch der Vorgang bleibt verschlossen. Aufgrund der langjährigen Erfahrung des Autors im Transport- und Carsharing-Umfeld war aus der Praxis heraus bekannt, dass der Entscheidungsvorgang zur Anmeldung nicht eindimensional sein kann. Es war zu beobachten, dass die Entscheider_innen einem inneren System folgen, dass von außen betrachtet aber weder ungewöhnlich komplex durchdacht noch zufällig, emotional oder normorientiert wirkte. Die auf bestimmte Partialbefunde spezialisierten Forschungsansätze können dies nicht erfassen. Praschl, Risser (1994):224 formulieren vor 21 Jahren: „Zur Bewältigung des Verkehrsproblems müssen alle betroffenen wissenschaftlichen Disziplinen (Verkehrstechniker, -planer, -psychologen, -soziologen, -ökonomen, -kommunikationsspezialisten usw.) sowie alle betroffenen Institutionen kooperieren."

Die Begriffe der „Entscheidung" und der im Verkehr angewendete Begriff der „Verkehrsmittelwahl" sind teils widersprüchlich verwendet. Tanja Pritzlaff setzt sich in ihrer „rekonstruktiven Annäherung" (Pritzlaff (2006):7) mit dem Begriffsproblem der „Entscheidung" auseinander. „Der Begriff, der im Zentrum der folgenden Überlegung steht, ist der Begriff der *Entscheidung*. Da er üblicherweise in dem doppelten Sinn verwendet wird, dass er einerseits das Entscheidungshandeln, andererseits das Entscheidungsergebnis bezeichnet, und hier ausschließlich das Entscheidungshandeln betrachtet wird, sei gleich eine Einschränkung vorgenommen: Im Zentrum steht der Begriff Entscheidung im Sinne von *Entscheiden*" (ebd.:7). Die vorliegende Arbeit orientiert sich an dem Entscheidungshandeln nach Pritzlaff mit dem Schwerpunkt auf dem *Vorgang der Entscheidung*. Darüber hinaus sollten einmalige Entscheidungen von wiederholten

Entscheidungen unterschieden werden. Die einmalige Entscheidung zur Anmeldung ist eine Voraussetzung für die wiederholte Nutzung. Die Entscheidung zur Nutzung steht dann im engen Zusammenhang mit den täglichen Aufgaben (Abbildung 1).

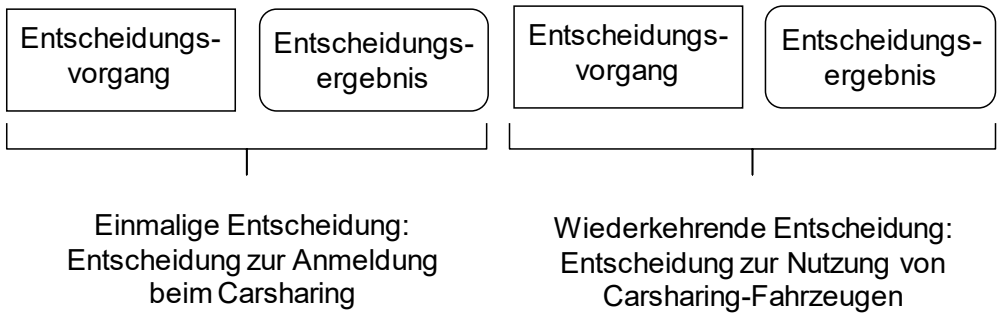


Abbildung 1: Empirischer Fokus: Anmeldung zum Carsharing (eigene Darstellung)

Die folgenden Fragen bauen aufeinander auf und werden adressiert. Die erste Frage dreht sich darum, ein methodisches Konstrukt zu erhalten damit Alltagsentscheidungen theoretisch abgebildet werden können. Innerhalb der Frage wird zudem die Anwendbarkeit für die Entscheidung eines Verkehrsangebotes bestimmt. Abhängig von den erkannten Stellschrauben dieser Entscheidung werden die Fragestellungen der empirischen Studie aufgebaut.

(1) Wie konstituiert sich der Entscheidungsvorgang des alltäglichen Verkehrsangebots?

Die Eingangsannahme ist, dass die Entscheidung für die Anmeldung zum Carsharing eine notwendige Entscheidung ist, die „zwangsläufig“ getroffen werden muss, die jedoch nicht aus einem innerem Interesse heraus, sondern „irgendwie“ getroffen wird.

Da dies in keinem Model integriert wurde, ist die Hypothese, dass der Entscheidungsvorgang einem stabilen Mechanismus folgt und strukturell bei allen Individuen gleich ist. Die individuelle Ausprägung je Individuum und Entscheidung ist unterschiedlich. Um diesen Vorgang zu verstehen, können weder die gesellschaftswissenschaftliche Forschungsperspektive (Motive der Menschen auf einer langfristigen Lebensziel-Ebene) noch die Perspektive bei Einzelexperimenten zum bewussten Wahlverhalten übernommen werden (kognitive Entscheidungen sind nicht repräsentativ für den Alltag). Es braucht eine individuell-methodische Forschungsperspektive aus Sicht

des_der Entscheider_in, damit die Elemente der Entscheidung zusammengestellt werden können.

(2) Haben sich die Entscheidungen zur Carsharing-Anmeldung verändert und gibt es einen „neuen Carsharing-Nutzer_innen-Typ“?

Die empirische Studie soll mit einer Befragung zeigen, wie bewusst und komplex der Entscheidungsvorgang zur Anmeldung beim Carsharing erfasst wird. Insbesondere soll überprüft werden, ob die Carsharer_innen sich in der Entscheidung von bisherigen Erkenntnissen unterscheiden. Im Gegensatz zu diesen wird ein deutlich weniger ökologisch-normgeprägtes Entscheidungsverhalten erwartet.

Insbesondere unterscheidet sich die empirische Untersuchung dadurch, dass sie sich auf die Neuanmeldungen konzentriert und mit Blick auf die Situation und den Entscheidungsvorgang die Anmeldung analysiert. Damit grenzt sich die Arbeit von Gesamtmitgliedsuntersuchungen und Typisierungen der Nutzer_innen von Carsharing ab.

1.3. Ansatz und Aufbau

Entsprechend der Fragestellungen wird die Arbeit in zwei Teile gegliedert.

Da ein vollständiges Modell des Entscheidungsvorgangs noch nicht vorliegt, bedarf es einer *rationalen Rekonstruktion.* „Insbesondere muß erst einmal präzise herausgearbeitet werden, welche Prinzipien und Konzepte zu welcher Theorie gehören, welches in einer Theorie die Grundbegriffe sind, wie die interne Struktur der Theorie aussieht und in welcher Beziehung sie zu anderen Theorien sowie nicht-theoretischen Entitäten steht“ (Westermann (1987):6).

Die Gestaltung einer solchen Rekonstruktion erfolgt orientiert an der objektiv-verstehenden Methodik (Popper (1970)). Der Entscheidungsvorgang wird mit dieser Methodik aus der Sicht des Individuums betrachtet und objektiv beschrieben. Hieraus ergeben sich dann Möglichkeiten der Ableitung, die einen schematischen, übergeordneten Ablauf konstruierbar machen. Die Arbeit setzt an, die isolierten Wissensbruchstücke, u. a. Theorien zu Teilaspekten der Entscheidung, so zusammenzufügen, dass eine Rekonstruktion eines vollständigen Entscheidungsmodells entsteht. Dabei sollte aber nicht unerwähnt bleiben, dass es in der aktuellen Befundlage Defizite und Widersprüche gibt. Insbesondere resultieren diese aus der Abgrenzung der Forschungsdisziplinen zueinander und der sich unterscheidenden Zielsetzung bei der Befunderfassung.

Die vorliegende Arbeit setzt auf einen integrierten Forschungsansatz, der qualitative und quantitative Aspekte in einem Ablaufmodell kombiniert. Mayring (2001) stellt ein solches Modell vor. Abbildung 2 stellt den integrierten Ablaufplan vor, der die Struktur der Arbeit leitet. Die erste Stufe beinhaltet die Fragestellung und eine entsprechende Hypothesenbildung, die der Arbeit vorangeht. Die zweite Stufe beinhaltet die Stärke der qualitativen Forschung, das interpretative Vorgehen. Das Vorverständnis in dieser Stufe umfasst den Stand der theoretischen Forschung und der Empirie. Für diese Arbeit kann bereits auf einen großen Fundus an unterschiedlichen empirischen Einzelbefunden zurückgegriffen werden. Diese können mit den bekannten Ausarbeitungen und Brückenannahmen zu einem Modell kombiniert werden. Diese Kombination bildet eine sehr aussagekräftige Theoriegrundlage. Mit der quantitativen Befragung der Carsharing-Nutzer_innen setzt die Arbeit die Schritte drei bis fünf um. Die Schlussfolgerung umfasst die Fragen der Hypothesenvalidierung, die Frage nach der Nutzbarkeit

in der Praxis (Beeinflussung der Entscheider_innen) und den Gültigkeitsbereich der Aussagen.

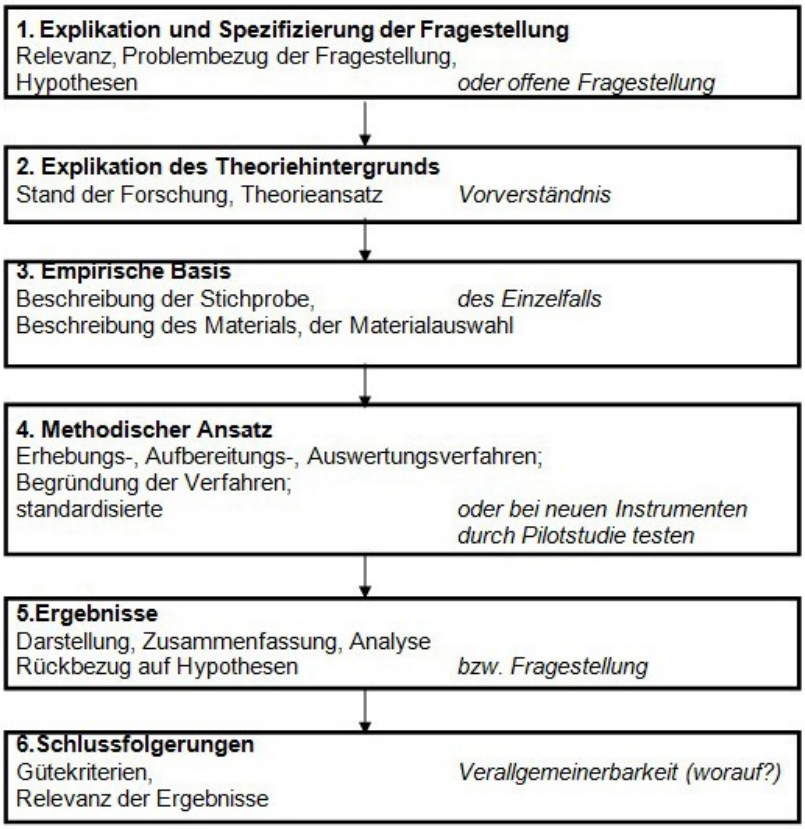


Abbildung 2: Ablaufmodell nach Mayring (2001)

Die Rekonstruktion des Entscheidungsvorgangs sollte den Gütekriterien einer Theorie genügen. Nach Rost (2005) sind diese Kriterien (1) Innere Konsistenz: keine logischen Widersprüche im Gefüge, (2) Einfachheit: nur die notwendigen Variablen, Beziehungen und Randbedingungen werden adressiert, (3) Relevanz: Forschungsbereich, für den das Phänomen relevant ist, (4) Geltungsbereich: Bereich, für den die Überlegungen gültig sind, (5) Brauchbarkeit: Umfang, in dem die Ergebnisse in der Praxis verwertbar sind und (6) Empirischer Bestätigungsgrad: Umfang, in dem die Überlegungen bestätigt und angewendet werden können.

Den empirischen Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit bildet die, auf den Erkenntnissen des Entscheidungsvorganges aufsetzende, Befragung der Carsharing-Anmeldungen aus dem ersten Halbjahr 2015. Die Befragung umfasst alle Neuanmeldungen zu zwei Carsharing-Angeboten und dreht sich um die Entscheidungsfindung, insbeson-

dere der Motive und der Beschäftigung mit der Entscheidung. In Abgrenzung zu bisherigen Studien basiert die Befragung auf zwei professionalisierten Carsharing-Produkten (Vermarktung, Tarifgestaltung), die entsprechend neue Gruppen von Carsharing-Kunden_innen ansprechen. Die Erwartung ist, dass es einen deutlich sichtbaren Unterschied in den Motiven zur Anmeldung gibt.

Die Arbeit gliedert sich in sieben Kapitel. Aufbauend auf der Motivation zur Erstellung der vorliegenden Arbeit, werden in der theoretischen Fundierung, im zweiten Kapitel, die Grundsteine und die Abgrenzungen zu bestehenden Ansätzen ausgearbeitet. Das Ziel ist es, den Entscheidungsvorgang der Verkehrsangebotswahl zu untersuchen. Um dies zu ermöglichen, wird der *Vorgang* vom *Ergebnis* differenziert und die Fundierung der Entscheidung durch die soziologischen Arbeiten, aber auch in deren Abgrenzung, ausgearbeitet. Die zentrale Diskussion der für die vorliegende Arbeit gewählten Forschungsperspektive schließt die Abgrenzung ab und mündet in einer Diskussion der Begrifflichkeit über das, was der_die Entscheider_in eigentlich als Entscheidungsgegenstand berücksichtigt.

An diese Fundierung schließt sich der Überblick bestehender Modelle und Theorien an, die sich mit dem Entscheidungsvorgang beschäftigen und deren Anwendung bis in die Wahl des Verkehrsangebotes reicht. Den Einstieg macht die Untersuchung des Entscheidungsmotivs bei der Verkehrsangebotswahl. Dieses Motiv unterscheidet sich deutlich von den übergreifenden Motiven, die in der Soziologie bei der Verkehrsangebotswahl herausgearbeitet werden. Für die vorgestellten Entscheidungsmodelle wird diskutiert, inwiefern diese allgemein den Entscheidungsvorgang oder nur eine Spezialisierung, meist die bewusste Abwägung bei vorgegebenen Handlungsoptionen, adressieren. Das Ergebnis der Vorstellung ist eine Disaggregation der Elemente, die in einem Entscheidungsvorgang eine Rolle spielen.

Im vierten Kapitel werden die disaggregierten Elemente der Entscheidung mit der für die vorliegende Arbeit abgegrenzten Forschungsperspektive neu konstruiert. Hierzu werden neben den Erkenntnissen der Modelle weitere Erkenntnisse ergänzt und in einen Gesamtzusammenhang gebracht. Die Entscheidung umfasst demnach alle

Schritte und Teilentscheidungen von der Wahrnehmung und Erinnerung bis zum fixierten, beobachtbaren Verhalten. Das Ziel der Konstruktion ist eine umfassende Abbildung der bewussten und unbewussten Elemente der Entscheidung.

Das fünfte Kapitel komplettiert mit der empirischen Untersuchung die beiden Forschungsfragen der vorliegenden Arbeit. Insbesondere wurde der Fragebogen auf Basis der Erkenntnisse der Konstruktion des Entscheidungsvorganges erstellt, damit sowohl die Motive als auch der Entscheidungsablauf erfasst werden. So unterscheidet sich die Befragung von vorhergehenden Befragungen, in denen der Schwerpunkt i. d. R. auf dem Entscheidungsergebnis, dem beobachtbaren Verhalten, liegt. Mit dieser Veränderung des Befragungsschwerpunktes wird versucht, die Entscheidung direkt zu erfassen, ohne den Umweg einer Interpretation des Verhaltens.

Den inhaltlichen Abschluss bilden die Kapitel sechs und sieben, in denen die Ergebnisse zusammengefasst und der vertiefende Forschungsbedarf diskutiert werden.

2. Theoretische Abgrenzung

Gorr (1997):8ff. stellt fest, dass es bereits 1977 rund 300 Ansätze zur modellmäßigen Erfassung der Entscheidung von Verkehrsangeboten gab. „Die Vielzahl der derzeit existierenden Arbeiten zur Erforschung des individuellen Verkehrsverhaltens zeigt, daß nach wie vor ein erheblicher Klärungsbedarf besteht. [...] Weitgehend Einigkeit herrscht darüber, daß eine interdisziplinäre Vorgehensweise bei der Entwicklung der Erklärungsansätze unumgänglich ist“ (ebd.:23).

Im Rahmen der Verkehrsverhaltensforschung wurden seit den 1980er Jahren neben den messbaren Faktoren (z. B. Dauer, Kosten, Zuverlässigkeit etc.) neue Faktoren wie z. B. Neugierde, Freude am Risiko etc. als Begründungsmöglichkeiten für die Verkehrsmittelwahl ergänzt (vgl. u. a. Held (1982), Flade (2007)). Eine implizite Annahme der Autoren war, dass es ein Set von Faktoren geben müsse, das vollständig erfassbar ist und dessen individuelle Relevanz universell als Entscheidungskriterien gegeben sein müsse.

Franke (2001):51ff., die einen ausführlichen Überblick über den Stand der verschiedenen qualitativen und quantitativen Forschungsansätze gibt, stellt eine fehlende Fundierung der Einzelerkenntnisse fest. „Diese mangelnde handlungstheoretische Fundierung stellt allgemein ein Defizit der bisherigen empirisch orientierten Verkehrsverhaltensforschung dar“ (Franke (2001):56 mit Bezug auf Wehling (1998)). Auch aus Sicht der empirischen Ansätze stellt die fehlende Konzeption ein Problem der Einordnung und Weiterentwicklung der eigenen Befunde dar. „Als Schwachpunkt der bisherigen Forschung sind besonders hervorzuheben: - die Unverbundenheit disziplinärer Erklärungsmodelle, - die unzureichende Erfassung der Motive und Gründe des Verkehrsverhaltens sowie - die mangelnde Berücksichtigung der symbolischen Dimension von Mobilität“ City:mobil (1999):33.

Knie (2007):11 stellt also fest, dass eine sozialwissenschaftliche Gesamtperspektive entstehen müsse, sodass die „[…] verschiedenen und durchaus auch widersprüchlichen Phänomene des Verkehrs wieder auf ihren Ursprung zurückzuführen [sind], also auf die gesellschaftliche Verfasstheit“ (ebd.:13). Doch die „mainstream“ (Sheller, Urry (2006b):212) Soziologie konzentriert sich, mit wenigen Ausnahmen, auf die soziale und die internationale Mobilität. „SoziologInnen befassen sich traditionell vor allem mit der sozialen Mobilität von Gruppen [...], welche die Handlungsspielräume sozialer Gruppen bestimmen“ (Dangschat, Segert (2011):56). „Over the past decade a new

approach to the study of mobilities has been emerging across the social sciences, involving research on the combined movements of people, objects and information in all of their complex relational dynamics. It emphasizes the relation of such mobilities to associated immobilities or moorings, including their ethical dimension; and it encompasses both the embodied practice of movement and the representations, ideologies and meanings attached to both movement and stillness.[…] Mobilities research combines social and spatial theory in new ways, and in so doing has provided a transformative nexus for bridging micro-interactional research on the phenomenology of embodiment, the cultural turn and hermeneutics, postcolonial and critical theory, macro-structural approaches to the state and political-economy, and elements of science and technology studies (STS) and new media studies" (Sheller (2011):1). Mimi Sheller stellt einen Überblick der soziologischen Mobilitätsstudien (engl. mobilities (plural) ggü. engl. mobility)[1] zusammen, ausgehend von der Kritik an der traditionellen Blickweise von geographisch gebundenen und fixierten Gesellschaften. Sheller sieht die Forschung insgesamt als notwendigerweise inter- und transdiziplinär (im Sinne der englischsprachigen Definition). Die soziologischen Forschungen reichen alleine nicht bis in die Tiefen des individuellen Entscheidungsvorgangs.

[1] Im Folgenden wird entsprechend der englischen Begrifflichkeit „mobilities" in diesem Zusammenhang genutzt.

2.1. Annäherung an „die Entscheidung“

Zur begrifflichen Eingrenzung orientiert sich die Arbeit an der begrifflichen Rekonstruktion der „Entscheidung“ von Pritzlaff (2006). Sie unterscheidet zwischen Entscheidungshandeln und Entscheidungsergebnis. Ebenso wie Pritzlaff, die das Entscheidungshandeln in einem Moment fokussiert, konzentriert sich diese Arbeit auf den Vorgang der Entscheidung, der in diesem Moment abläuft. Insbesondere kann ihre Perspektive auf diese Arbeit übertragen werden: „Wirft man einen Blick auf die zahllosen existierenden empirischen Studien zu politischen Entscheidungsprozessen, so erfährt man in ihnen etwas über Einflussfaktoren, Akteurspräferenzen, Kontextbedingungen oder Ressourcenverteilungen, die dazu geführt haben, dass ein bestimmter Entscheidungsprozess so und nicht anders verlaufen ist, und dass das materielle Entscheidungsergebnis in bestimmter Weise ausfiel. Aus zahlreichen theoretischen Entscheidungsmodellen verschiedenster Provenienz erfährt man, wie bestimmte Faktoren die Entscheidung beeinflussen und welche externen Bedingungen berücksichtigt werden müssen, welche Bedeutung welche Faktoren für den Prozessverlauf haben und wie ein Entscheidungsergebnis in der Retrospektive erklärt werden kann. Aus all dem erfährt man aber überraschend wenig darüber, was eine Entscheidung ist. Was passiert in dem Moment, in dem entschieden wird?“ (ebd.:11). Während sich Pritzlaff um die Elemente der Entscheidung in einem Moment bemüht, untersucht die vorliegende Arbeit den Vorgang der Entscheidung bis zu diesem Moment.
Ebenso wie bei Pritzlaff ist das Entscheidungsergebnis zweitrangig. Pritzlaff beschäftigt sich mit der Frage, ob es eine eigene Entscheidungshandlung auf kollektiver Ebene gibt. Im Gegensatz zu ihrer Arbeit bleibt die vorliegende Arbeit auf die individuellen Entscheidungen beschränkt. Analog der Ausführungen von Pritzlaff (2006):14 soll die schärfere Definition des Begriffs eine Lesart des Entscheidungsbegriffs präsentieren, die im Kontext der Auseinandersetzung mit der Verkehrsangebotsentscheidung fruchtbar zu sein verspricht.

Pritzlaff (2006):21 benennt das, was im Moment der Entscheidung passiert, als die Entscheidungshandlung und sieht die Aspekte der konkreten Umstände, die zu einem bestimmten Ergebnis führen als nicht relevant, um die Entscheidungshandlung zu verstehen. Das, was Pritzlaff als Entscheidungshandlung versteht, wird im Rahmen dieser Arbeit als letzter Schritt im Entscheidungsvorgang verstanden, ist inhaltlich jedoch nah beieinander und hat nichts mit der „beobachtbaren Handlung“ z. B. der soziologischen

Handlungsdefinition gemein. Und ebenso wie bei Pritzlaff wird die Diskussion zwischen den Philosophen und den Kognitionsforschern / Neurologen über die Willensfreiheit bei Entscheidungen hier nicht weiter betrachtet. Es geht in der vorliegenden Arbeit um die Wirkung der bewussten und unbewussten Aspekte innerhalb der Entscheidung[2] und nicht der philosophischen Implikationen. Daher werden routinierte und nicht routinierte Vorgänge – oft als besonders bedeutende Wahlvorgänge charakterisiert – gleichermaßen als Entscheidung bezeichnet (analog zu Pritzlaff (2006):32ff.). Abbildung 3 stellt die Zusammenhänge dar.

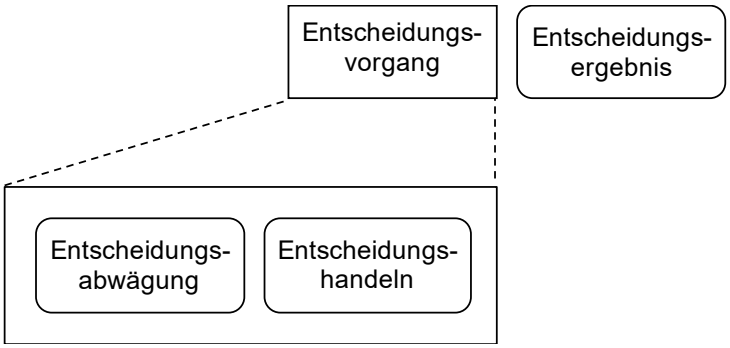


Abbildung 3: Entscheidungsbegriffe (eigene Darstellung)

Pritzlaff (2006):10 gibt dem Begriff der Entscheidung (Entscheidungshandeln) eine „eigene definitorische Schärfe“ für die politische Begriffsüberlegung, die sich um drei Begriffskerne orientiert. Diese drei Kerne und die begrifflichen Schärfen lassen sich aber ebenso auf die Entscheidung in der verkehrlichen Begriffsüberlegung anwenden. „Das Entscheiden als individuelles Handeln beinhaltet mithin drei Elemente, die ineinandergreifen: das Wahlelement, das Entschlusselement und das Urteilselement. Um zu charakterisieren, was eine individuelle *Handlung* zu einem Entscheidungshandeln macht, sind alle drei Elemente notwendig, aber auch hinreichend“ (Pritzlaff (2006):125).
Das Element der Wahl zwischen verschiedenen Alternativen ist in Abgrenzung zu anderen Verwendungstraditionen wichtig, da sonst von einem Zwang anstelle einer Entscheidung gesprochen werden müsste (ebd.:124). Zur Entscheidung zählen immer die nicht gewählten Alternativen, wie Pritzlaff (2006):37 mit Verweis auf die Untersuchungen von u. a. Festinger, Walster (1964) zu Post-Entscheidungsbedauern festhält.

[2] Diskussionsabriss kann in Pritzlaff (2006) Kapitel 1.1. Wahl und Freiheit verfolgt werden.

Es kann demnach nicht mehr sinnvoll von *Entscheiden* gesprochen werden, „wenn eine zwingende Beziehung im Sinne einer kausalen oder logischen Herleitung zwischen Prämissen, Normen und Ergebnis unterstellt wird“ (ebd.:39). Die Entscheidung beinhaltet also Faktoren jenseits der Prämissen und Normen. Mit Verweis auf eine Ausarbeitung von Searle hält Pritzlaff:40 zudem fest, dass zwischen dem tatsächlichen Fällen einer Entscheidung und der Entscheidungsursache, also den Gründen für eine Entscheidung, eine kausale Lücke liegt. Im Kern führt diese Argumentation dazu, dass es einen Vorgang bei der Entscheidung gibt, der komplexer als eine rein logisch-mathematische Herleitung ist, mehrere Alternativen umfasst und individuellen Einflüssen unterliegt. Die individuelle Entscheidung kann also weder durch eine wissenschaftliche Herleitung ersetzt werden, noch kann sie durch die (zwingende) wissenschaftliche Begründung so rationalisiert werden, sodass das Entscheidungshandeln nur noch ein formaler Akt ist (ebd.:35).

Die Wahl wird im Entschluss dokumentiert (ebd.:55ff.). Der Entschluss beendet das Entscheiden und wird nicht synonym verwendet. Der Entschluss ist nicht das Entscheidungsergebnis, sondern der letzte relevante Aspekt des Entscheidens (bzw. des Vorgangs der Entscheidung). Der Zeitpunkt, zu dem der Entschluss getroffen wird, verändert den Zustand der Abwägung von Alternativen hin zu dem zukünftigen Handeln im Sinne der Umsetzung des Entschlusses (ebd.:59-66). Dieser Moment kann als Sprung gesehen werden, wie Tanja Pritzlaff[3] festhält. Von dem Prozess der Abwägung wird mit dem Entscheidungsentschluss in die Umsetzung des Entschlusses und das sichtbare Handeln gesprungen (ebd.:78).

Die Entscheidung strukturiert demnach einen Kontext sachlich und zeitlich und beinhaltet ein *praktisches* Urteil, das nicht reflektiert ist, sondern durch eine sprachliche oder sichtbare Form als punktueller Akt geäußert wird (ebd.:86). Dieses Urteil ist nicht zwingend explizierbar. „So wie man wissen kann, wie eine Klarinette klingt, ohne dies explizit sagen zu können, so kann man eine Praxis des Urteils beherrschen, ohne sie explizieren zu können“ (Pritzlaff (2006):95). Der urteilenden Person muss nicht einmal klar sein, welche Kriterien für die Urteilsfindung relevant waren. Die Fähigkeit des prak-

[3] Sie nimmt Bezug auf Überlegungen von Ricoeur.

tischen Urteils ist zudem von einer Person auf eine andere, zumindest teilweise, übertragbar (ebd.:98) und steht immer im Bezug zu Erfahrungen bzw. etwas Bekanntem (ebd.:102). Die Fähigkeit zu urteilen steht in Zusammenhang zu den Voraussetzungen der Person, Kompetenzen und Können, und sie steht im Zusammenhang zu dem beurteilten Sachverhalt (ebd.:104/115).
Mit Bezug auf Bittner (1992) grenzt Pritzlaff den Abwägungsprozess mit einem *reflektierten* Urteil, das sich über einen Zeitraum erstreckt, ab. Der Abwägungsprozess ist demnach der Entscheidung vorgelagert. Der_die Entscheider_in urteilt über bevorstehende und vergangene Entscheidungen unter Berücksichtigung anderer Kontexte, früherer Entscheidungssituationen, gemachter Erfahrungen und Wirkungen (ebd.:86ff.).

Dass es nicht selbstverständlich möglich ist, „[…] dass unser Gegenüber unser Handeln als das, was wir beabsichtigen zu tun, identifiziert […]“ (ebd.:81), belegt Pritzlaff mit einem Beispiel von Brandom (2004). In diesem Beispiel geht es um die Interpretation der Handlung einen Regenschirm zu schließen. Das Beobachten, dass ein Regenschirm geschlossen wird, bestätigt den Glauben, dass es aufgehört hat zu regnen. Dies basiert auf der Annahme, dass es einen Wunsch danach gibt, trocken zu bleiben. Wenn dies aber vor dem Wunsch von Gene Kelly gesehen wird, der im Regen singen und tanzen möchte, so ist das Schließen des Regenschirms anders zu bewerten, als dies die erste Annahme hätte erwarten lassen.

Aus der Handlung, die dem Entschluss folgt, kann also nicht ohne weiteres auf das Entscheidungshandeln oder den Entscheidungsvorgang geschlossen werden. „[Der Akteur] positioniert sich als entscheidender Akteur gegenüber dem Sachverhalt, indem er in einer Art >Momentaufnahme< den gesamten Kontext einer Beurteilung unterzieht und aus dieser Beurteilung zu der Entscheidung kommt, die er aus seiner Sicht des Gesamtzusammenhangs für die >richtige< hält“ (Pritzlaff (2006):122).

Um sich freier von den disziplinären Grenzen zu bewegen, wird sich der Entscheidung interdisziplinär aus den Augen des Entscheiders angenähert. „Mit anderen Worten, die Situation ist so weitgehend analysiert, daß die zunächst anscheinend psychologischen Momente, zum Beispiel Wünsche, Motive, Erinnerungen und Assoziationen, in Situationsmomente verwandelt werden. Aus dem Mann mit diesen oder jenen Wünschen

wird dann ein Mann, zu dessen Situation es gehört, dass er diese oder jene objektiven *Ziele* verfolgt. Und aus dem einen Mann mit diesen oder jenen Erinnerungen oder Assoziationen wird dann ein Mann, zu dessen Situation es gehört, daß er objektiv mit diesen oder jenen Theorien oder mit dieser oder jener Information ausgestattet ist. Das ermöglicht es uns dann, seine Handlungen in dem objektiven Sinn zu verstehen, daß wir sagen können: Zwar habe ich andere Ziele und andere Theorien (als zum Beispiel Karl der Große); aber wäre ich in seiner soundso analysierten Situation gewesen – wobei die Situation Ziele und Wissen einschließt – dann hätte ich, und wohl Du, ebenso gehandelt. Die Methode der Situationsanalyse ist also zwar eine individualistische Methode, aber keine psychologische, da sie die psychologischen Momente prinzipiell ausschaltet und durch objektive Situationselemente ersetzt" (Popper (1970):120). Popper formuliert diese Idee in einem Referat, bei dem er für die Erkenntnistheorien festhält, dass diese Theorien die Verbindung zwischen Wissen und nicht-Wissen bilden. Denn mit jedem Wissensschritt entsteht neues Wissen und neues nicht-Wissen (ebd.:103f.). Mit der objektiv-verstehenden Methodik ist eine rational-theoretische Rekonstruktion möglich, die zwar fehlerbehaftet ist, aber eine sehr gute Annäherung an die *Wahrheit* darstellt (ebd.:120f).

Im Unterschied zu Poppers Ausführungen, in denen er das langfristige Ziel einer Person adressiert, nutzt die Einzelentscheidung eines Verkehrsangebotes ein individuelles und entscheidungsspezifisches Motiv (womit nicht ausgeschlossen ist, dass dieses Motiv bei anderen Entscheidungen auch zum Einsatz kommt).

Der Fokus auf eine Einzelentscheidung bedeutet, dass keine Überlagerungen von Entscheidungen analysiert wird. Wenn z. B. ein Auto als Verkehrsangebot gewählt wird, dann beinhaltet dies bestimmte Aspekte der Entscheidung. Wenn während der Fahrt ein Telefonat geführt wird, dann war die Entscheidung zum Telefonat eine weitere Einzelentscheidung. Überlagert man beide Entscheidungen, so ist dies ein anderer Sachverhalt, als wenn man diese beiden Entscheidungen in Abhängigkeit, aber getrennt voneinander untersucht.
Ein Beispiel (Abbildung 4): Hat ein_e Entscheider_in entschieden welche Arbeit (z. B. Handwerker) verfolgt wird, wo er_sie wohnt und arbeitet (z. B. Werkstatt) und wie die

Arbeit (z. B. händisch) ausgeführt wird, dann ist zwischen den geographischen Lokationen ein physischer Transfer notwendig. Auf dieser Ebene stellt sich die Frage, welches Verkehrsangebot benötigt wird.
Wird die physische Fahrt zur Arbeit mit gleichzeitig stattfindenden Telefonkonferenzen aggregiert, so entsteht eine „fluide“ Interpretation der Bewegung und des beobachtbaren Verhaltens, z. B. eines Telefonats.

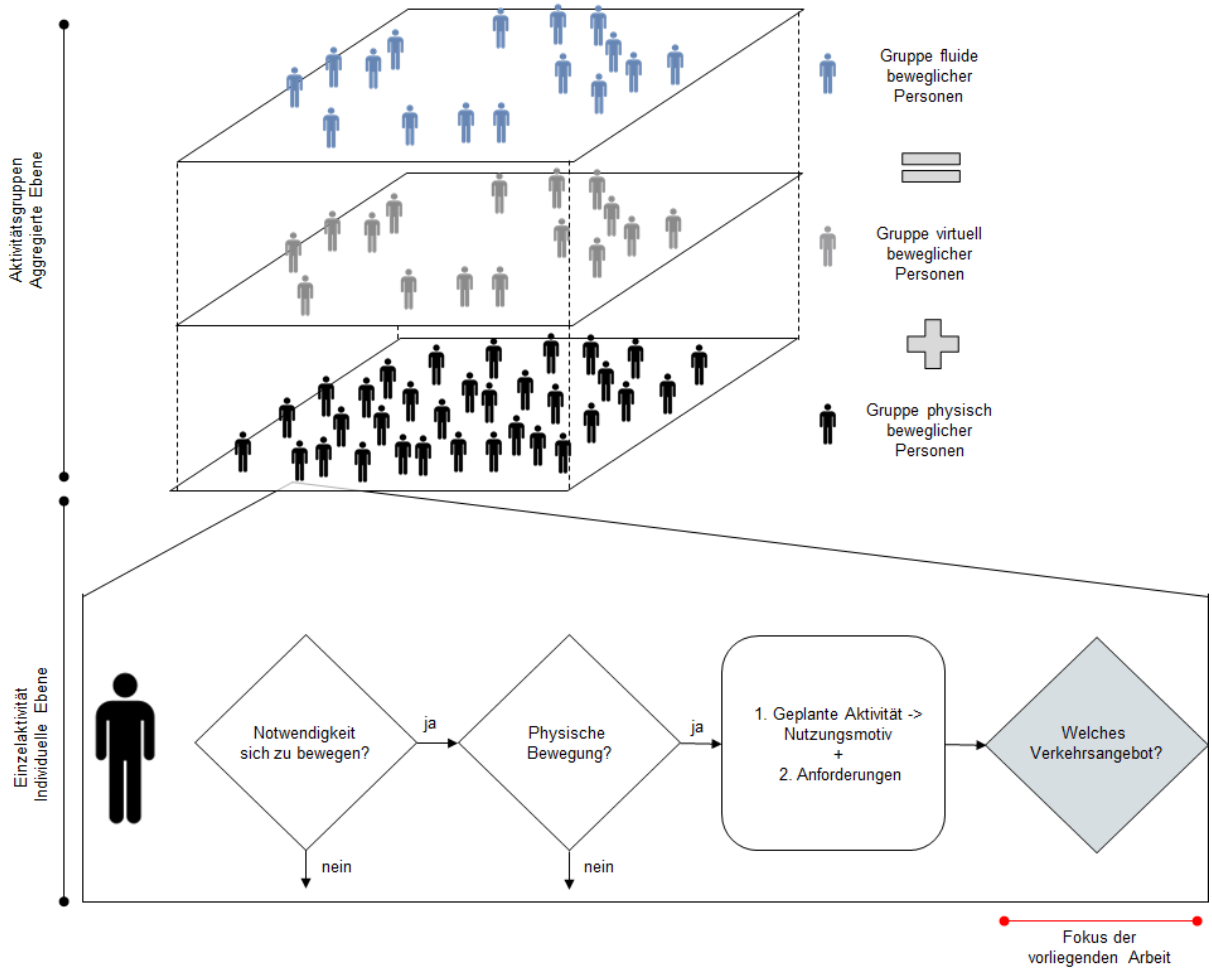


Abbildung 4: Fokus auf die individuelle Entscheidung (eigene Darstellung)

„Die etwa in entscheidungstheoretischen Modellen zentralen Annahmen, die getroffen werden, um zu *erklären*, warum, gegeben eine bestimmte Ausgangssituation, nach der Entscheidung die Wahl auf die eine und nicht die andere Option gefallen ist, liegen außerhalb dieses begriffsdefinitorischen Interesses.[…] Viele der existierenden Verwendungsdefinitionen des Wahlbegriffs als Bezeichnung einer individuellen Handlung entstammen […] Kontexten, in denen sich das Erkenntnisinteresse darauf konzentriert, zu erklären, wie aus bestimmten Prämissen ein bestimmtes Ergebnis hervorgeht. Der unmittelbare Wahlakt bleibt aber, als Resultat dieser Konzentration auf die Prämissen

und das Ergebnis, häufig unerwähnt. Diese Verwendungstraditionen entstammen einerseits entscheidungstheoretischen Modellen, andererseits aber auch Fallstudien zu einzelnen Entscheidungsprozessen“ (Pritzlaff (2006):29).

Viele Forschungen fokussieren den reinen Abwägungsmechanismus mit reduzierten Eingangs- und Ausgangsgrößen. Diese forschungsmethodische Simplifizierung steht im Risiko, die Entscheidung auf diesen Ausschnitt zu begrenzen. Eine Person bekommt zwei oder drei Optionen und wird gebeten eine Wahl zu treffen. Diese Optionen werden variiert und / oder sich wiederholende Entscheidungssituationen konstruiert. In der Labor- oder Beobachtungssituation wird der Proband per se in einen kognitiven und bewussten bzw. aufmerksamen Modus versetzt. Hieraus wird dann der bewusste Entscheidungsmechanismus abgeleitet (z. B. Homo Oeconomicus). Eine beiläufige Alltagsentscheidung zu simulieren oder zu beobachten fällt schwer, da Personen ggf. ein idealisiertes Verhalten während der Beobachtung zeigen.

Im Unterschied zu dieser Perspektive wird die vorliegende Arbeit nicht auf einen Entscheidungsmodus begrenzt. Der Entscheidungsvorgang muss das volle Spektrum abbilden können und erklären, wann welcher Entscheidungsmodus und welche -regel relevant werden. Abbildung 5 veranschaulicht, dass die Entscheidung aus Perspektive der vorliegenden Arbeit dann auch Wahrnehmungs- und Erinnerungsaspekte umfasst. Die mehr oder weniger bewusste Optionsabwägung wird um die Einflüsse von Motiven, Motivationen und Ressourcen komplettiert.

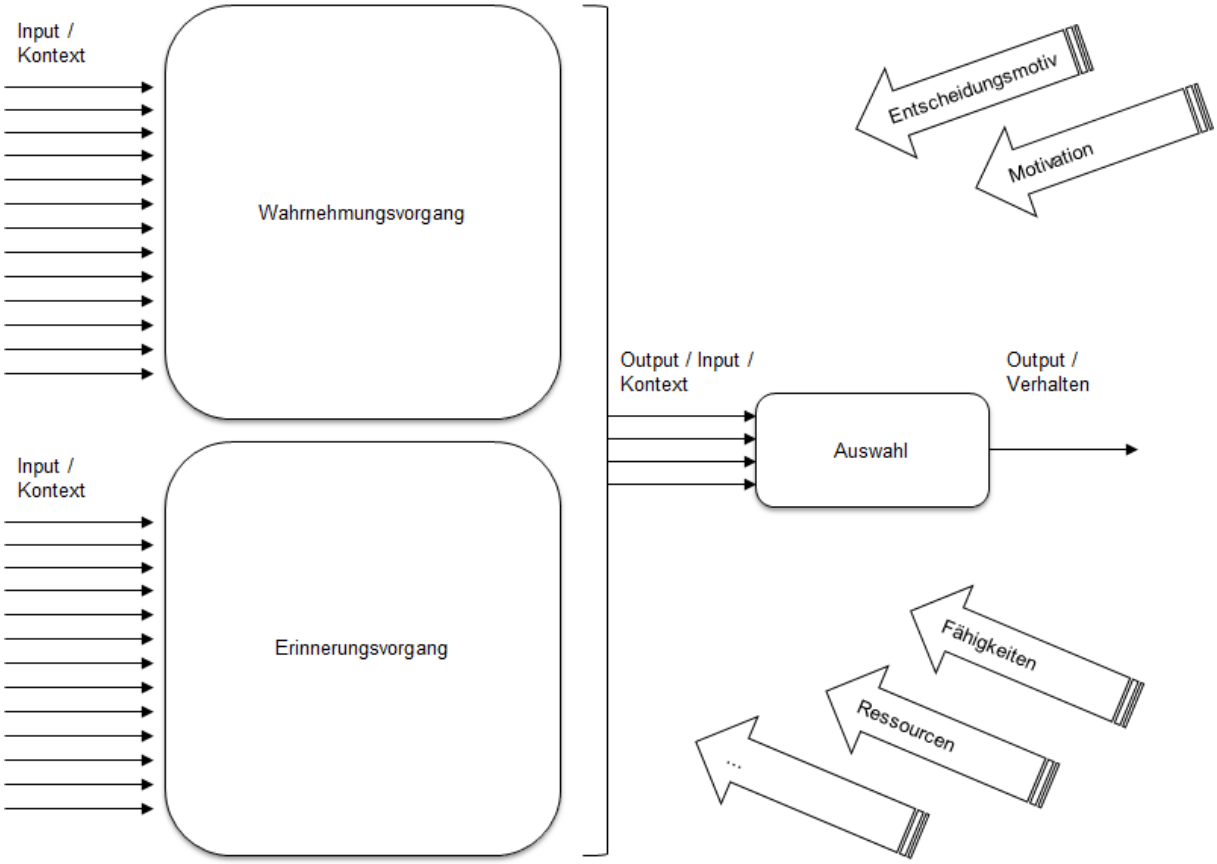


Abbildung 5: Entscheidungsvorgang im Zusammenhang (eigene Darstellung)

2.2. Annäherung an „die physische Bewegung“

Aktuell gibt es keine gemeinsame Terminologie für die Entscheidungen im verkehrlichen Umfeld. „Die Debatte [im Rahmen der Mobilitätsinitiative] entzündete sich unter den beteiligten Wissenschaftlern naturgemäß an fehlenden terminologischen Präzisierungen. Besonders kontrovers wurden die verschiedenen Begriffsbestimmungen von Mobilität und Verkehr diskutiert. Es gelang [...] nicht, sich auf gemeinsame Arbeitsdefinitionen zu einigen” (Knie (2007):45). Die begriffliche Herausforderung resultiert aus der engen Verzahnung von Mobilität, Verkehr und gesellschaftlicher Teilhabe einerseits und den unterschiedlichen Perspektiven der forschenden Disziplinen andererseits.

Je nach Fachgebiet und Forschungsschwerpunkt wirken sich diese Veränderungen in den Möglichkeiten jedoch unterschiedlich oder gar nicht aus (einen Kurzüberblick gibt Scheiner (2007):689)).

Mobilities sind, bezugnehmend auf die soziologischen Autoren, die umfassendsten Begriffe des Sozialen. Sie übersteigen bei weitem die physische Bewegung und bilden *die Begrifflichkeit* des sozialen Lebens. Im extremen Gegenstück wird mit dem gleichen Begriff die kleinste Teilmenge dessen beschrieben, was die genannten Soziologen darunter verstehen. In der verkehrswissenschaftlichen Perspektive wird der Mobilitätsbegriff schlicht als Bewegungen, „sog. außerhäusige Aktivitäten [...], die ihrerseits nicht motorisiert (zu Fuß, Fahrradnutzung) oder motorisiert (individuelle Verkehrsmittel wie Personenkraftwagen oder motorisierte Zweiräder; öffentliche Verkehrsmittel wie Bahnen, Busse, Flugzeuge) durchgeführt werden“ bezeichnet (Aberle (2000):1). Andere klassische Verkehrswissenschaftler wie z. B. Ihde (2001), Illetschko (1966), Diederich (1977) oder Oettle (1976)) definieren Mobilität und Verkehr gleichfalls ohne eindeutige Unterscheidung. Bei einigen Autoren wird die Kommunikation zwischen Menschen als Teil von Mobilität betrachtet. Die Definition von Aberle (2000):1 entspricht dem, was in dieser Arbeit unter physischer Bewegung verstanden wird.

Canzler, Knie (1997):30ff. definieren Mobilität als durch die geistigen und materiellen Horizonte bzw. Ressourcen beschränkten Optionen einer Person. „Die einseitige Erweiterung des geographischen Möglichkeitsraums allein ist noch kein Garant für eine

entsprechende geistige Größe. [...] Eine höhere Wegezahl oder größere Verkehrsleistung bedeuten somit nicht mehr automatisch auch eine höhere Mobilität" (ebd.:33). Die maximale Ausdehnung des Möglichkeitsraums ergibt sich aus den gedanklichen Möglichkeiten, innerhalb dessen die individuelle Mobilität realisiert werden kann. „*Mobilität kann daher geistige Beweglichkeit bedeuten, wobei der geistige Horizont den Mobilitätsraum beschränkt*. Außerhalb dieses Raumes kann Beweglichkeit nicht mehr gedacht, geschweige denn motorisiert oder nicht-motorisiert ausgeführt werden" (ebd.:30). Eingängig fasst Knie (2007) einen breiten Definitionsansatz. „Mit ‚Mobilität' [...] sei ein abstrakter Problemkreis der generellen Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu adressieren" (ebd.:46).

Kellerman unterteilt die Studienfelder der Mobilität (engl. mobility) in die Sozialen, die Räumlichen und deren Verbindung (engl. social and spatial). Er trennt weiterhin die täglichen räumlichen „Mobilitäten" (engl. mobilities) von den nicht-täglichen. „Daily mobilities include, among others, mobilities for commuting, shopping, social ties, information, banking, news, studies, business meetings, etc. These mobilities are typified by their being two-way mobilities, frequently performed and constituting a major element of our daily, routine lives, inclusive of both corporeal and/or virtual mobilities. Non-daily mobilities, on the other hand, include the two-way mobility of pleasure tourism and the one-way mobilities of residential change and migration which normally involve social change" (Kellerman (2012):1). Kellerman (2012):5 unterscheidet die räumliche Mobilität (engl. spatial mobilities) in die virtuelle und physische Mobilität, die sich gegenseitig supplementieren, komplementieren oder addieren können.

Innerhalb dieser Klassifizierungen kann die vorliegende Arbeit in das Forschungsfeld der daily mobilities eingruppiert werden. Insbesondere aus dem Blick des Individuums auf den Entscheidungsvorgang anstelle der interpretativen Betrachtung eines Dritten auf das Verhalten bzw. Entscheidungsergebnisse.

Rammler (2001):185ff. argumentiert, dass die Moderne eng mit den verkehrlichen Möglichkeiten der Gesellschaft verwoben ist. Die Arbeitsteilung ist nur durch die Beweglichkeit der Akteure möglich. Zugleich ist die Beweglichkeit der Integrationsfaktor, der die sich differenzierende Gesellschaft integrativ zusammenhält. Fortschreitend

entgrenzen sich politische, militärische, wirtschaftliche und kulturelle Handlungsräume. Zeitgleich beschleunigt die hohe Beweglichkeit die zeitliche Taktung sozialer Interaktionen. „Schließlich befördert Differenzierung den Prozeß der *Individualisierung.* Darauf folgt ebenfalls eine erhöhte Wertschätzung *flexibel zeitautonomer* und *selbstbestimmter* Fortbewegung. Mobilität wird immer wichtiger, um persönliche Identität zum Ausdruck zu bringen" (ebd.:197). Rammler[4] spricht von der Spiralwirkung der Mobilität. Daher muss Verkehr nicht nur als abhängige Variable der sozialen Differenziertheit beschrieben werden. Verkehr ist soziale Integration und eine unabhängige, notwendige Variable. Das heißt, Differenziertheit ist nur möglich, wenn Verkehr integriert ist. „Der Körper der „Moderne" kann nicht wachsen und sich weiter ausformen, wenn die Integration der räumlich distanzierenden Effekte dieser Entwicklung nicht gewährleistet ist. [...] Der Charakter und die mögliche Eigendynamik dieser Bestandteile sind künftig in Erklärungen sozialen Wandels aufzunehmen. Denn die Möglichkeit der eigendynamischen Transformation durch Transport geht über die Tatsache, daß Verkehr als Integrationsmodus eine notwendige Voraussetzung sozialer Entwicklung ist, weit hinaus. Sie begründet die empirische Notwendigkeit, die vielfältigen sozialen Wirkpotenziale unterschiedlicher Verkehrsarten, Verkehrstechniken und Verkehrsmotive zu erforschen und die Ergebnisse in die erweiterten theoretischen Erklärungskonzepte der Soziologie zurückzuführen" (ebd.:189).
Die Arbeitsteilung benötigt Beweglichkeit und die steigende Beweglichkeit verstärkt die komplexere Arbeitsteilung. Je differenzierter sich die Gesellschaft entwickelt, desto differenzierter sind die Anforderungen an die Beweglichkeit. Mit zunehmender Spezialisierung steigt der erforderliche Aufwand, der zusätzliche Nutzen nimmt ab und kann in der Summe negativ werden. Die ursprüngliche Ermöglichung und Erweiterung des Möglichkeitsraums wird zur Abhängigkeit oder – wie Rammler (2001):229 dies in seinen Ausführungen definiert – zur „Qualverwandtschaft".

Kellerman (2006) sieht die zweite Phase der Moderne verbunden mit der virtuellen Mobilität, Kommunikation und Technologie. Physische und virtuelle Beweglichkeit ermöglichen proximity/privacy, locomotion/shelter, curiosity/apathy, placelessness/attachment (ebd.:172; Nähe/Privatsphäre, Ortsänderung/Zuflucht, Neugier/Apathie und

[4] In Referenz zu Simmel.

Ortlosigkeit/Bindung). Sie sind durch fünf Kernelemente geprägt: extensibility, access(ibility), speed, convenience, fixity (ebd.:172; Erweiterbarkeit, Verfügbarkeit, Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und Beständigkeit). So entsteht eine Spannung zwischen geographischer Beständigkeit und Bewegung. Geschwindigkeit und der Drang hiernach wandelt sich von einer Notwendigkeit in einen sozialen Wert, der sich in steigender Verfügbarkeit und größerer Erweiterbarkeit niederschlägt. Doch nur die physische Bewegung kann essentielle Bedürfnisse wie Nahrung und Sicherheit gewährleisten.

Kaufmann (2002) nimmt mit Bezug auf Urry (2000) den Standpunkt einer Gesellschaft zwischen Stabilität und Mobilität ein, dessen Grenzen sich als Ergebnis dieser Überlegungen bilden (edd.:18). Hierauf baut er die Unterscheidung zwischen potentieller Mobilität (engl. motility) und realisierter räumlicher Mobilität auf (engl. mobility). „The common key idea […] is that every actor has his/her own potential for mobility, which can be transformed into movement according to aspirations and circumstances“ (ebd.:38).
Die potenzielle Mobilität wird durch den Zugang, die Fähigkeiten und Aneignungseinschätzung bestimmt (engl. access, skills, appropriation). Durch die enge Verbindung von Zugang und Fähigkeit nimmt Kaufmann einen Vorschlag von Urry auf, beides unter Zugang (engl. access) zu fassen (Kaufmann (2011):44). Soziale und räumliche Mobilität können durch die Trennung einzeln betrachtet werden und die räumliche Mobilität kann von der Motivation (engl. motivation im Sinne von Beweggrund; nicht scharf getrennt zu dem Motiv, engl motive) der auslösenden Aktivität getrennt werden (ebd.:99). Das Mobilitätspotenzial muss sich nicht in realisierte Mobilität wandeln (ebd.:46). Das Potenzial von schnelleren Mobilitätsalternativen (z. B. ÖV) bleibt, gerade bei Autonutzern ungenutztes Potenzial und kann überhaupt nur genutzt werden, wenn sich eine Person innerhalb der vorherrschenden kulturellen Spielräume bewegt.

Bonß, Kesselring, Weiß (2004) unterscheiden die Bewegungskompetenz, die erfahrungsbasierte Fähigkeit, sich zu bewegen, von der Bewegungsperformanz. Diese ist die tatsächlich genutzte Bewegung, die eine Steigerung der Kompetenz mit sich bringt. „Vor dem Hintergrund lässt sich moderne Mobilität allgemein definieren als die Bereitschaft zur Änderung im geographischen und/oder sozialen Raum und als die Fähigkeit

eines Akteurs, die Richtung der eigenen Bewegung (mit) zu beeinflussen" (Bonß, Kesselring, Weiß (2004):260). Die persönliche Beweglichkeit ist entsprechend eine Mischung der physischen und virtuellen Beweglichkeit, die durch realisierte Kompetenzen und ein realisierbares Potenzial gekennzeichnet ist. „Personal mobilities are defined as the autonomous moving abilities and performance of oneself by himself/herself, and their significance and implications, consisting of both physical and virtual mobilities" (Kellerman (2006):172). Kellerman (2006):173ff. sieht den abgeleiteten Verkehr als Konsequenz aus einer anderen Aktivität. Sie ist eine notwendige Bewegung um einen Zielort zu erreichen, an dem eine Handlung durchgeführt werden soll. Verkehr ist damit ein Mittel zu einem anderen Zweck.
Dieser Verkehr kann nach Aberle (2000):37 in residentieller oder in zirkulärer Form vorkommen. Die residentielle Form bezeichnet den Wechsel des Hauptwohnsitzes und lag bis in die 1970er Jahre im Fokus der Forschungsarbeiten. Zirkuläre Bewegung umfasst das temporäre Verlassen eines Ortes und stellt seit den 1980er Jahren den Schwerpunkt der Forschung dar (z. B. Franz (1984)). Schmitz (1994):103 sieht den Grund für die steigende Beschäftigung mit dem zirkulären Verkehr in den zunehmenden Problemen, die der Verkehr verursacht.

Im nächsten Schritt bedarf es einer Definition des *relevanten Entscheidungsgegenstandes.* Ein „nutzbares" Angebot kann eine Dienstleistung, beispielsweise Taxi, entgeltliche Mitfahrgelegenheiten und Chauffeurdienste bzw. Mietwagen, umfassen. Auch die Bereitstellung eines Leihwagens, Carsharing und Ähnliches zählen dazu. Die sinnvolle Nutzung der Leistung kann eine spezielle Kompetenz erfordern, wie eine gültige Fahrerlaubnis[5]. „Verkehrsangebot" eignet sich somit als Entscheidungsgegen-

[5] Angebote im Sinne einer Dienstleistung sind „[...] selbstständige, marktfähige Leistungen, die mit der Bereitstellung [...] und/oder dem Einsatz von Leistungsfähigkeiten [...] verbunden sind (Potenzialorientierung). Interne (z. B. Geschäftsräume, Personal, Ausstattung) und externe Faktoren [...] werden im Rahmen des Erstellungsprozesses kombiniert (Prozessorientierung). Die Faktorenkombination des Dienstleistungsanbieters wird mit dem Ziel eingesetzt, an den externen Faktoren, an Menschen [...] und deren Objekten [...] nutzenstiftende Wirkungen [...] zu erzielen (Ergebnisorientierung)" (Meffert, Bruhn (2009):19). Ein Angebot umfasst eine Willenserklärung des Anbietenden, der einem anderen den Abschluss eines Vertrages so anträgt, dass dieser nur noch annehmen muss. Das Angebot muss bestimmt sein, insbesondere müssen die essentialia negotii (Pflichtbestandteile des Vertrags) enthalten sein. Diese sind der Gegenstand des Vertrages sowie der Preis. Nebenbedingungen, accidentalia negotii, sind möglich, aber nicht zwingend vorgeschrieben. Vgl. §145ff. BGB regelt die Verbindlichkeit eines Angebots, §433ff. BGB den Kaufvertrag, §535ff. BGB den Schuldrechtlichen Vertrag bei Mietsachen. BGB: Bürgerliches Gesetzbuch, 64. Auflage, Nördlingen, 2009 oder Online am 01.06.15 URL: http://www.buergerliches-gesetzbuch.info/.

stand, der wie folgt definiert wird: Unter einem Verkehrsangebot werden Güter, Leistungen und Dienstleistungen verstanden, die eine physische Raumüberwindung ermöglichen. Das Angebot ist nutzbar (verbindliche Angaben und der Wille, eine Nutzung zu ermöglichen). Der Umfang der Raumüberwindung ist nachfragespezifisch und kann Unterbrechungen enthalten. Das Verkehrsangebot kann selbst- oder fremderstellt sein und mehrere Verkehrsmittel beinhalten. Abbildung 6 fasst die Eingrenzung zusammen.

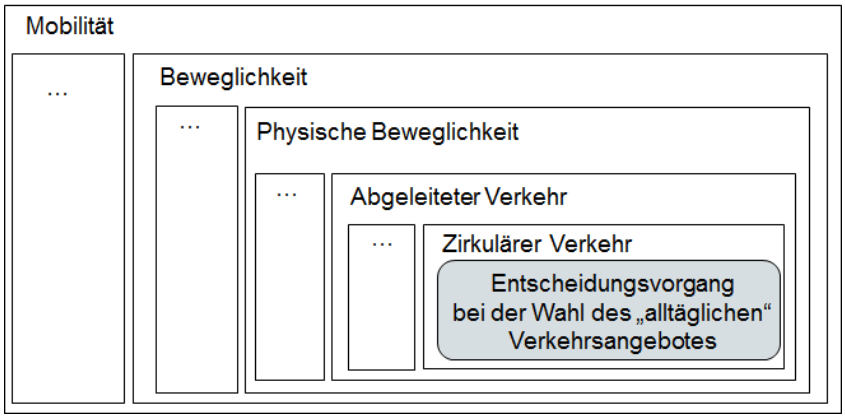


Abbildung 6: Verkehrsangebot in der Entscheidung (eigene Darstellung)

3. Theoretische Befundlage

Die folgenden Kapitel beschäftigen sich sowohl mit Theorien, Modellen und empirischen Befunden.

Die Auswahl der Beiträge erfolgte aufgrund der bekannten Beschäftigung der Disziplinen mit der Verkehrsmittelwahl bzw. der Entscheidung. Auf dieser Basis wurden für die Rekonstruktion weitere Erkenntnisse ergänzt (beispielsweise zur Wahrnehmung). Ziel der Beitragsanalyse ist eine Disaggregation der untersuchten Elemente eines Entscheidungsvorgangs. In diesem Sinne wurden die Beiträge nicht nach Disziplinen gruppiert, sondern nach inhaltlicher Zugehörigkeit.

Die folgenden Beitragsgruppen werden gebildet:

- Entscheidungsmotiv und -motivation
- Entscheidungsabwägung
- Entscheidungshandeln
- Entscheidungsergebnis

Zum Abschluss der theoretischen Befundlage wird ein Blick auf relevante Forschungen zur Carsharing-Anmeldung geworfen.

3.1. Entscheidungsmotiv und -motivation

Bisherige Untersuchungen konnten kein einheitliches Bild von Motiven und der Motivation der Entscheidung entwickeln. Daher wird vorab das Verständnis der vorliegenden Arbeit erläutert:
Bei den *Entscheidungsmotiven* handelt es sich um den Grund bzw. das zu erreichende Hauptziel, das hinter einer Entscheidung steht. Es gibt die direkte Antwort auf die Fragen, warum eine Entscheidung getroffen werden muss. Auf diesem Motiv bauen alle weiteren Aspekte der Entscheidung auf.
Davon zu unterscheiden ist die *Entscheidungsmotivation,* die aus dem Entscheidungsmotiv abgeleitet werden kann. Die Motivation ist ein Gradmesser für den Enthusiasmus, die Aufmerksamkeit und die Energie, die in eine Entscheidungsfindung gesteckt wird.
Das Motiv ist der Grund für eine Entscheidung, beinhaltet das Hauptziel (z. B. Erreichung eines Zielortes) und wird von Anforderungen an eine Entscheidungslösung begleitet (z. B. in einem lilafarbenen Verkehrsmittel). Das Motiv bestimmt die Motivation der Entscheidungsfindung, bei der die Anforderungen an eine Entscheidungslösung berücksichtigt werden.

Das verfolgte Ziel einer Entscheidung kann, nach Fuchs (1976), eine Einzelhandlung oder eine Reihe von Handlungen leiten. Es bewirkt eine oder mehrere Handlungen, und eine Handlung kann mehrere Ziele bedienen. Ein erreichbarer, erstrebenswerter und antizipierter Zielzustand motiviert (ebd.). Bei der Zielvorstellung einer langfristig orientierten Entscheidung motivieren die positiven bzw. erstrebenswerten Zielaspekte. Ziele, die näher an dem aktuellen Entscheidungsmoment liegen, werden kritischer und weniger motivierend wahrgenommen (vgl. Liberman, Trope (1998)).
Dieser Zielzustand ist bewusstseinsfähig oder bewusst und kann ergebnisorientiert oder fähigkeitsorientiert sein (Fuchs (1976) und Atkinson, Raynor (1974)). Ergebnisorientierte Ziele besitzen eine Hierarchie aus Oberzielen, die eine Bedürfnisbefriedigung anstreben und Mittelzielen, die die Herstellung von Objekten und Instrumenten oder die Informationsbeschaffung und Prozessverknüpfungen umfassen (vgl. Molt (1981), Boesch (1980), Verron (1986)). Ein Zielzustand kann sich im Laufe der Handlung verändern bzw. konkretisieren (Verron (1986)). Die zu erreichende Aktivität kann beispielsweise schon bekannt sein, die genaue Ortsangabe aber erst später ergänzt werden.

Motivationales Interesse

Vorhandene intrinsische Motivation ist die Voraussetzung dafür, sich mit einem Thema auseinandersetzen *zu wollen*. Das Interesse lenkt die Aufmerksamkeit und die Intensität der Auseinandersetzung mit einer Entscheidung. Fehlt es am Interesse, so wird die Entscheidung nicht freiwillig getroffen, sondern nur aufgrund bestimmter Notwendigkeiten und Zwänge.

„[Interesse] bezeichnet eine besondere, durch bestimmte Merkmale herausgehobene Beziehung zu einem Gegenstand“ Krapp (2006):281.

Krapp (2006):282ff. argumentiert, dass Interesse dazu führt, dass keine zusätzlichen Ressourcen für eine rational-willentliche Kontrolle der informationsverarbeitenden Prozesse benötigt wird, wie dies bei der Aufrechterhaltung extrinsischer Motivation notwendig ist. Während der Beschäftigung mit einem Interessensgegenstand empfindet der Mensch einen positiven emotionalen Zustand. Längerfristiges Interesse beruht auf der Identifikation mit dem Gegenstand sowie den verbundenen Möglichkeiten der Auseinandersetzung.
Der Gegenstand kann ein konkretes Objekt, eine Klasse von Handlungen oder ein thematischer Wissensbereich sein. Ein Gegenstand ist kognitiv präsent und wird mit zunehmender Beschäftigung ausdifferenzierter. Er erfährt von der Person eine hohe subjektive Wertschätzung. Die Beziehung zwischen einer Person und dem Gegenstand kann emotional, motivational oder kognitiv sein. Interessiert sich ein Mensch, dann möchte er „[...] mehr darüber erfahren, sich kundig machen, sein Wissen darüber erweitern“ Krapp (2006):281.

Interessen können situationsspezifisch (Interessantheit der aktuellen Anregungsbedingung, zu unterscheiden von Neugier) oder aufgrund einer Aktualisierung eines bestehenden (dispositionalen) Interesses entstehen (ebd.:284ff.). Besteht ein thematisches Interesse, steigert dies die Behaltensleistung und das Lernergebnis. Die Informationsverständlichkeit zeigt in Studien eine geringere Wirkung auf die Behaltensleistung als das Interesse. Bei Interesse besteht die Bereitschaft, sich Informationen zu suchen und komplexe Informationen zusammenzuführen bzw. verstehen zu wollen. Die Abrufbarkeit steigt.

Hochinteressierte können die relevanten Informationen besser wiedergeben und gedankliche Relationen zu anderen Informationen herstellen. Mit zunehmendem Alter verändert sich Interesse von universellen zu spezifischen Themen (vgl. Krapp (2006) sowie den dort zitierten Studien).

Extrinsisch motivierte Handlungsklassen sind nach den Ausführungen von Krapp (2006):283 per se ohne Interesse. Das Interesse versetzt das Individuum in eine Art „Flow-Erlebnis“ (ebd.:283), das bei extrinsischer Motivation nicht entsteht.

Anmerkungen zum motivationalen Interesse

Im Zusammenhang mit dem Verkehr haben sich bereits einige Autoren mit den Motiven der Entscheidung von Verkehrsangeboten beschäftigt. Die Rolle des Interesses wurde jedoch insgesamt noch nicht vertieft. „Die genaue Wirkungsweise von Interesse ist ebenso wie die Wirkungsweise anderer motivationaler Zustände [...] bislang nur unzureichend erforscht“ (ebd.:283).

Dies ist insbesondere ein Problem, da das Interesse die Brücke zwischen dem Motiv und den verfügbaren (kognitiven / emotionalen) Ressourcen für die Entscheidungsabwägung bildet. Ohne das Konstrukt „Interesse“ stehen die Erkenntnisse des Motives und die der Abwägung zusammenhanglos im Raum. Schlimmer noch, die Theorien der Entscheidungsabwägung gehen von einer hohen Verfügbarkeit von kognitiven Ressourcen für die jeweilige Entscheidung aus. Es kommt, wie die Ausführungen zu den Modellen der Entscheidungsabwägung zeigen werden, selten zur Thematisierung der begrenzten menschlichen Fähigkeiten (maximale Ressourcen). Der mangelnde Ressourceneinsatz aufgrund eines fehlenden Interesses wird jedoch bei keinem Modell thematisiert (verfügbar gemachte Ressourcen < maximale Ressourcen).
Das Motiv bedingt das Interesse und dieses die Aufmerksamkeit sich mit einer Entscheidung zu beschäftigen. Die Aufmerksamkeit kann in diesem Zusammenhang als die eingesetzte „menschliche Rechenleistung“ für die Lösungsfindung verstanden werden.

Motive als Teil der Verkehrsforschung

Der Ursprung der Mobilität und dessen Wirkung auf die Entscheidung wird in den Disziplinen unterschiedlich bewertet. Schönhammer (1997):60 erläutert, dass die Motivforschung für Entscheidungen des Verkehrsangebots schon „jenseits des traditionellen Berufsbildes des Verkehrspsychologen“ liegt. Echterhoff (1991) zeigt, dass es bis in die 1990er Jahre insgesamt weder einen gesamthaften verkehrspsychologischen Ansatz, noch eine formale Disziplin oder relevante Studien gab (weniger als 1% der Veröffentlichungen, ebd.:106).

Schmitz (1994) stellt in ihrer Arbeit eine Übersicht der Motive zusammen, die der Entscheidung eines Verkehrsangebots zugrunde liegen können. Sie rekapituliert im ersten Teil eine historische Herleitung. Die Anfänge der Fortbewegung können auf den Nahrungserwerb, Gefahrenvermeidung (Flucht, Angriff) und den Zugang zu Reproduktionschancen zurückgeführt werden. Die Bewegung hatte also „ultimate Ursachen“ (ebd.:107). In der heutigen Kategorisierung sind die Motive als Mittel zur Bedürfnisbefriedigung und als Bedürfnisbefriedigung durch die Bewegung selbst zu unterscheiden. Über die Entscheidung des Verkehrsmittels kann der_die Entscheider_in den Grad der Privatheit regulieren. U. a. dient die Bewegung anderen Motiven, wie z. B. dem Bedürfnis Entdeckungen zu machen (ebd.:106ff.).

In der Soziologie nimmt die Untersuchung des Ursprungs der Mobilität einen relevanten Raum ein. Der Schwerpunkt liegt auf der aggregierten gesellschaftlichen Mobilität, die aus dem Verhalten der Individuen abgeleitet wird. Die Betrachtungen gehen von molekularen Bewegungen (Merriman (2012) bis zu einer Vielzahl von Bedürfnissen (Kellerman (2012)). Die Auseinandersetzungen erfassen die Vielzahl von Aspekten mit dem Blick darauf, die soziale und gesellschaftliche Mobilität zu erfassen und zu interpretieren. Ursprünge der Bewegung werden mit den Aktivitäten verbunden. Z. B. wird der „genetische“ Wunsch nach Nähe zu anderen Menschen (Kellerman (2012):23) oder die Neugier (ebd.:26) mit der notwendigen Bewegung hierfür verbunden. Die Logik ist, wenn der Mensch gerne Nähe hat, dann hat er auch die Bewegung für Nähe gerne. Wenn der Mensch neugierig ist, dann ist die Bewegung dahin, wo er die Neugierde befriedigen kann ebenso ein Bedürfnis. Auf der gleichen Ebene wird die Bewegung

um ihrer selbst willen gesehen, bei der die Aktivität die Bewegung ist (engl. locomotion, ebd.:26).

Das Problem dieser Perspektive ist, wie schon zuvor adressiert, dass aufgrund der Aggregation Aktivität und Weg zur Aktivität undifferenziert bleiben. Im Folgenden wird argumentiert werden, dass die Aktivität von der Distanzüberwindung getrennt betrachtet werden sollte. Beispiel: Nur, weil ich gerne mit Freunden zusammen bin, muss ich nicht gerne den Weg zu meinen Freunden überwinden. Die einzige Ausnahme ist die Aktivität um ihrer selbst willen; z. B. weil ich gerne jogge, laufe ich den Waldweg entlang. Das heißt aber nicht, dass ich gerne zum Joggingplatz im Wald mit dem Auto fahre. Bei der Trennung der Motive von Aktivität und Bewegung spielt es, im Gegensatz zu den Überlegungen von Kellerman (2012):30ff. *keine* Rolle, ob die Aktivität einem eigenen Bedürfnis oder einer erzwungenen Aktivität entstammt (engl. pull und engl. push). Beispiel: Ob jemand zu einem Arbeitsmeeting *muss*, bei dem er_sie die Teilnehmer nicht mag, oder ob er_sie Freunde am selben Ort trifft, spielt keine Rolle *für das Bedürfnis und die Motivation des Weges*, z. B. durch einen dunklen Tunnel gehen zu müssen. Für beide Aktivitäten, Motiv der Aktivität einmal gewollt und einmal ungewollt, ist *der Weg durch einen Tunnel* ungewollt (Motiv des Weges).

Im Ergebnis soll gezeigt werden, dass das Bedürfnis die Motivation bestimmt und die Bedürfnisse und die Motivation zwischen der Aktivität und der Distanzüberwindung zur Aktivität *nicht* gleichsetzbar sind. Dies bedeutet, dass der Ursprung der Mobilität zwar aus den Aktivitäten entstammt, die Motivation bei der Entscheidung, wie (mit welchem Verkehrsmittel) die Distanz überwunden werden soll, unabhängig von der Aktivität und i. d. R. ablehnend ist. Es gibt also einen Bedarf (engl. need) im Sinne einer Notwendigkeit nach Bewegung und nicht im Sinne von Bedürfnis (vgl. ebd.:44ff.; aber bei Kellerman wird hier der „need“ im Sinne von einem Bedürfnis abgeleitet).

Franke (2001):52ff. unterscheidet vier Motive der Fortbewegung. Selten dominiert ein Motiv, sondern meist mehrere. Heuristisch sei eine Trennung möglich, in der Realität aber nicht (ebd.:55):

(1) Zweckverkehre

Mit Bezug auf Schmitz (1994):105 ist dieses Bewegungsmotiv ein Mediator, um einen Zielort zur Durchführung einer Aktivität zu erreichen.

(2) Fortbewegung um ihrer selbst willen

Im Rahmen dieses Motives spielt die sinnliche Erfahrung der Leiblichkeit eine zentrale Rolle. Mit Bezug auf Berger, Luckmann (1977):53 *ist* der Mensch ein Körper, vergleichbar mit anderen animalischen Wesen, und er *hat* einen Körper. Somit ist es dem Menschen möglich, den Körper als Mittel zum Zweck einzusetzen und dessen Leiblichkeit zu erfahren. Der Körper wird wahrgenommen und ist das Mittel, um mit der Welt in Verbindung zu treten (Franke (2001):53 mit Bezug zu Hemmati-Weber (1993):28). „Wenn diese Erfahrung der eigenen Leiblichkeit der Antrieb dafür ist, daß wir uns in Bewegung setzen, wenn wir uns – ohne ein genaues Ziel vor Augen – auf den Weg machen, wenn die Fortbewegung alleiniges Handlungsziel ist, wird sie zum Selbstzweck“ (Franke (2001):53).

(3) Umweltwahrnehmung durch Bewegung

Wenn die Fortbewegung durch das Bedürfnis der Erforschung und Erkundung des Raums motiviert ist, dann konstituiert die Bewegung den Lebensraum. „Ein Antrieb gerade für den Freizeitverkehr kann darin bestehen, unbekannte Orte zu entdecken, die außerhalb dieses Lebens- oder Aktionsraumes liegen, um dadurch Anregungen zu erfahren“ (Franke (2001):53).

(4) Soziale und symbolische Dimension

„Fortbewegung war und ist stets auch durch soziale Bedürfnisse motiviert. Sie kann nie allein psychologisch aus individuellen Dispositionen heraus erklärt werden, sondern nur unter Berücksichtigung sozialer Zusammenhänge“ (ebd.:54). Relevant sind Aspekte der sozialen Positionierung, der sozialen Anerkennung und der gesellschaftlichen Integration. Es besteht also eine symbolische Dimension der genutzten Produkte und Handlungen. Insbesondere betont Franke die Bedeutung des Automobils als Statussymbol. Franke meint: „Solange etwa der Besitz eines Automobils in bestimmten sozialen Milieus ein Symbol gesellschaftlicher Integration darstellt, erscheint es unwahrscheinlich, diese Gruppe für einen Umstieg auf alternative Verkehrsmittel – insbesondere Car Sharing – gewinnen zu können“ (ebd.:55).

Anmerkungen zum Entscheidungsmotiv als Teil der Verkehrsforschung

Die Arbeiten von Schmitz (1994):106ff. und Franke (2001):52ff. liefern eine interessante Zusammenstellung. Dennoch sind einige Aspekte diskutierbar.

Sie meinen, dass der Zweck der Fortbewegung mehreren Motiven folgt, wie dies schon andere Autoren tun (z. B. nimmt Franke Bezug auf Gorr (1997), Kellerman (2012):34). Daraus den Schluss zu ziehen, dass eine Trennung nur heuristisch möglich sei, ist aber unplausibel. Denn zwei Dinge können besser unterschieden werden: (1) das Motiv, eine Entscheidung zu treffen und (2) das Motiv für die Auswahl zwischen verschiedenen Optionen.

1: Entscheidungsmotiv. Das Motiv *warum* eine Entscheidung getroffen werden muss ist i. d. R. eindeutig. Weil ich zur Arbeit muss, weil ich zum Sport muss, weil ich mit meinem Auto angeben will, weil ich einen Geschwindigkeitsrausch erfahren will etc. Dieses Motiv bestimmt die „menschliche Rechenleistung", die der Entscheidung an sich zugemessen wird. Ein Nebenmotiv ist hier nicht anzunehmen. Die Vermischung mit 2. liegt aber nahe.

2: Auswahl-Motiv: Hierbei handelt es sich um das Motiv, *welche Option gewählt wird und warum*. Hier geht es um die Eignung zur Erfüllung des ersten Motivs, warum die Entscheidung getroffen wird und um die Nebenbedingungen bzw. Anforderungen. Dieses Motiv gibt den Grund an, wie man wohin kommt. Besser ist, man spricht von den Anforderungen anstelle von einem Motiv.

Wenn die Implikationen der Motive berücksichtigt werden, nämlich, dass das erste Motiv die „Rechenleistung" für die Entscheidungsfindung bestimmt und das zweite Motiv eine Anforderung an die zu wählende Option darstellt, wird deutlich, dass es sich um klar zu trennende Themen handelt. In einigen Fällen sind das erste und das zweite Motiv gleich, z. B. bei Freizeitverkehren, wenn jemand sagt: Ich möchte schnell mit einem Auto über die Rennstrecke fahren (Motiv der Entscheidung: Bewegung um ihrer selbst willen; schnelles Autofahren) und möchte daher ein schnelles Auto haben (Anforderung: schnell fahren).

Sie können auseinanderfallen. Beispiel: So ist plausibel, dass jemand morgens zur Arbeit fahren muss (Motiv der Entscheidung: Zweckverkehr; Arbeit erreichen) und dann den großen Wagen nimmt, damit er seinen Status vor den Kollegen zeigen kann (Anforderung: Status zeigen).

Zudem kann der Zweck 4 (soziale und symbolische Dimension) in Frage gestellt werden. Richtig ist sicher, dass jede Handlung und jedes Produkt eine symbolische Bedeutung besitzen (z. B. Essen: Kaviar). Jede Bewegung und jeder Stillstand haben

jeweils eine eigene symbolische Dimension. Der reine Besitz eines bestimmten Automobils hat bereits diese Symboldimension. Franke (2001):55 meint darüber hinaus, dass bestimmte Nutzer_innen aufgrund der symbolischen Dimension des Automobils nicht das Verkehrsmittel ins Carsharing wechseln würden. Dies ist in zweierlei Hinsicht problematisch. Zum einen ist Carsharing ein automobilgebundenes Konzept, das heute auch statusträchtige Fahrzeuge von z. B. BMW, Audi und Mercedes Benz umfasst. Es kann daher nicht von einem Wechsel der Verkehrsmittel (beides Automobile) gesprochen werden. Zum anderen ist der Statusträger in einem Milieu ein flüchtiges Gut. Wenn sich die gesellschaftliche Perspektive auf ein Produkt oder eine Handlung verändert, dann verändert sich das Verhalten der Menschen. Die Milieubeschreibung einer Gruppe ist aber kein Verhalten im kausalen Sinne, sondern deskriptiv. Wenn z. B. das große Auto den Symbolwert verliert und durch Privathubschrauber mit Pilot ersetzt wird, kann man eine Veränderung bei einem reichen und statusorientierten Milieu erwarten (vgl. hierzu auch den Exkurs zum Milieu in Kapitel 3.2). Zu berücksichtigen ist, dass im Jahr 2000 viele Marken noch nicht auf dem Carsharing-Markt verfügbar waren, z. B. DriveNow. Diese besitzen einen Statusfaktor, der signalisiert „Ich bin modern und fahre auch den neuesten BMW (i3)“. Die Aussage, ein Milieu würde nicht umsteigen, ist zu pauschal. Es benötigt einen äquivalenten Symbolträger.

Die Kritik an der Vermischung von Entscheidungsmotiv und Auswahlanforderung, also der Vermischung von dem Grund eine Entscheidung zu treffen und dem Grund für ein bestimmtes Entscheidungsergebnis, war Anlass dafür, dass die Arbeit sich nur einem Entscheidungsmotiv, dem Zweckverkehr, zuwendet und weitere Forschungsperspektiven untersucht.

Motive aus der Motiv- und Werteforschung

Ausgehend von den vorhergehenden Überlegungen wurden weitere Entscheidungsmotive untersucht. Die Frage sollte geklärt werden, ob es ein universelles Bedürfnis nach Bewegung gibt, welches begründen kann, dass sich ein Mensch immer mit der „vollen Rechenleistung“ einer Entscheidung widmet. Dieses universelle Bedürfnis würde die Motivlage bei Einzelentscheidungen dominieren.

Daher wurden eine moderne Metatheorie, eine Motivtheorie und eine Wertetheorie untersucht. In den Motivtheorien können Metatheorien (z. B. Hull (1943), Deci, Ryan (2000)) inklusive Grundbedürfnissen und reine motivorientierte Theorien (z. B. Maslow (1987) und Herzberg, Mausner, Snyderman (1959)) unterschieden werden. Die genaue Benennung und Anzahl der intrinsischen Motive variiert zwischen den Theorien. Für die Meta- und Motivtheorie ist zum einen die Self-Determination-Theory ausgewählt, die durch ihren empirischen Blick auf die intrinsischen und extrinsischen Motive die Verbindung zu den Verkehrsmotiven herstellen soll. Zum anderen wird auf einen statistischen Ansatz von Reiss (2004) zurückgegriffen, der mit 16 intrinsischen Bedürfnissen eine hohe Vollständigkeit der relevanten Handlungshintergründe verargumentiert.

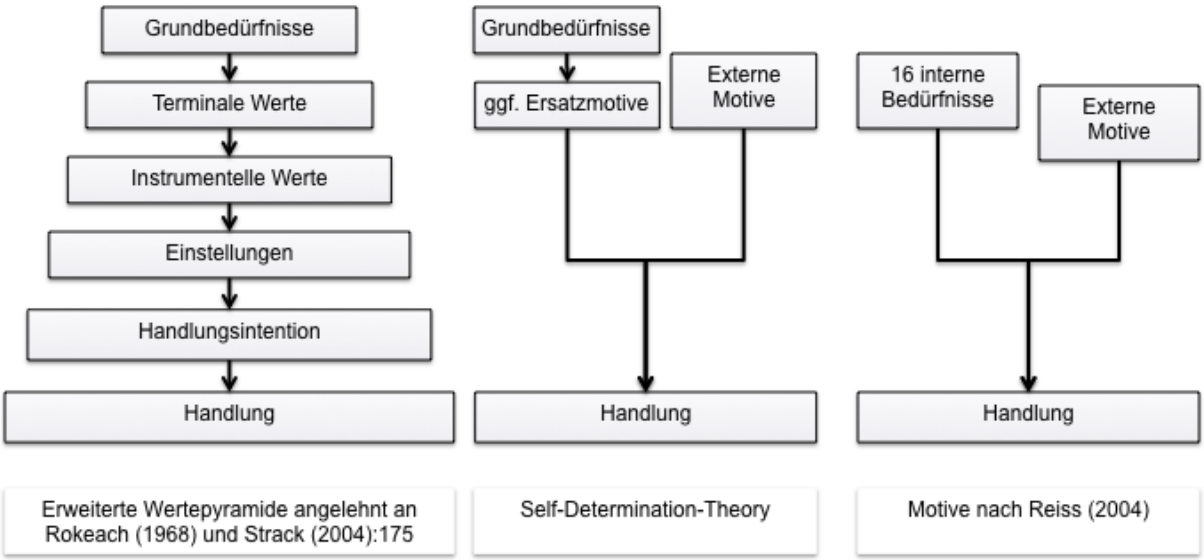


Abbildung 7: Bedürfnisse, Handlungen und Motive (eigene Darstellung)

Werte (engl. values) und Motive (engl. end goals) sind nach Reiss (2004):179 vergleichbar (vgl. Abbildung 7). „Factorial studies of values should produce results similar to factorial studies of end goals because, as a matter of logic, all end goals are values, and ultimate values are potentially motivating, or reasons to instigate behavior" (Reiss (2004):186). Daher ist die Erwartung, dass sowohl die Motiv- als auch die Wertetheorie ein Bewegungsbedürfnis feststellen, wenn es denn eines gibt.

Self-Determination Theory

Die Self-Determination Theory (SDT) von Deci, Ryan (2000) definiert auf großer empirischer Basis drei angeborene motivatorische Grundbedürfnisse: die *Autonomie* (d.

h. subjektiv wahrgenommene Freiheit und Kontrolle über das eigene Handeln), die *Kompetenz* (d. h. subjektiv wahrgenommene Wirksamkeit des eigenen Handelns) und die *Verbundenheit* (d. h. subjektiv wahrgenommene soziale Eingebundenheit, Zugehörigkeit, Sicherheit und Intimität mit anderen) als angeborene Grundbedürfnisse, die intrinsisch motiviert sind. Diese Bedürfnisse bilden den Ziel- und Motivgrund und die Art, wie sie verfolgt werden. Intrinsische Motive repräsentieren die Ziele, die mit einer eigenen Handlungsenergie verfolgt werden (ebd.:231). „Thus, in SDT, needs specify innate psychological nutriments that are essential for ongoing psychological growth, integrity, and well-being“ (Deci, Ryan (2000):229). In der SDT definieren Grundbedürfnisse das allgemeine, eigeninteressierte Handeln. Handlungen, die nicht auf die Bedürfnisse einzahlen können, fördern die Passivität. Nur Handlungen zur (mittelbaren) Erreichung der Grundbedürfnisse sind intrinsisch motiviert.
Unterschieden werden drei Motivationen und sechs zugehörige Verhaltensregulierungen. Die Verhaltensregulierung ist dabei nicht fixiert sondern findet über eine stufenweise Verinnerlichung eine Entwicklung. Natürliche Entwicklungsprozesse sind z. B. die Verinnerlichung externer Regulierungen bei Heranwachsenden oder auch durch die Übernahme der subjektiv relevanten sozialen Gruppe (ebd.:235ff.). Um die Verinnerlichung zu ermöglichen bedarf es einer gewissen Verarbeitungszeit und Handlungsautonomie, wie sie bei der identifizierten und integrierten Regulierung vorkommt. Die wahrgenommene Kompetenz und Verbundenheit unterstützen den Prozess, der durch externen Zwang und Druck eher verlangsamt oder gestoppt wird. Je größer die autonome Selbstbestimmung bei voller Handlungskontrolle ist, desto stärker ist die intrinsische Motivation (ebd.:234). Der Grund der Handlung ist dann die Handlung selbst (autotelisch; engl. autotelic) und der Eintritt eines „flow-Effektes“ (Flow Theory). Dies führt zu einer höheren Ausdauer und effektiveren Handlungsdurchführung (ebd.:260).

Zwischen den Polen der Amotivation und der intrinsischen Motivation stufen sich vier Regulationen der extrinsischen Motivation ab (Deci, Ryan (2000):235ff):
(1) Die *externe oder klassische Verhaltensregulierung* wird von außen reguliert, kontrolliert oder erzwungen. Die Handlung wird für eine Belohnung oder Vermeidung einer Bestrafung durchgeführt.

(2) Die *introjizierte Verhaltensregulierung* lässt kaum Raum für Autonomie und umfasst Handlungen aus Schuld oder Scham. Die oberflächliche Regulationsübernahme verhindert eine eigenmotivierte Weiterführung der Handlung.
(3) Aufgrund der relativen Autonomie und der größtenteils internen Verhaltenskontrolle wird die *identifizierte* Verhaltenskontrolle als eigene identifiziert, akzeptiert, als notwendig erkannt (z. B. gesundheitlich orientierter Sport) und oft selbstständig aufrechterhalten.
(4) Die *integrierte Verhaltensregulierung* verstärkt dies noch aufgrund der Identifikation mit der Bedeutung des extern induzierten Verhaltens. Die vollständige Integration und Harmonie mit den eigenen Vorstellungen sorgt für eine selbstbestimmte extrinsische Motivation (Abbildung 8).

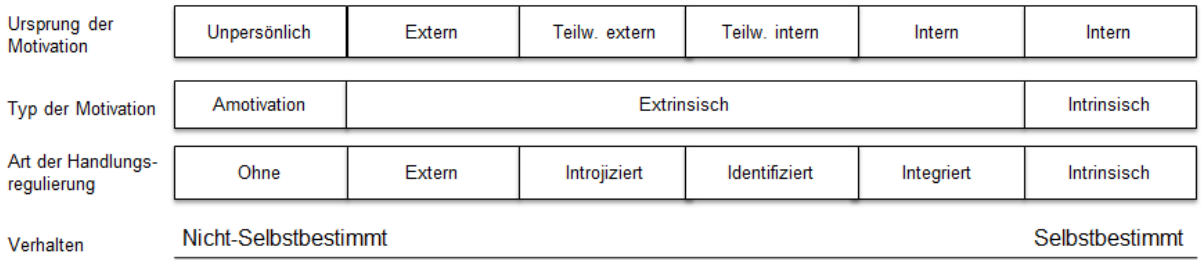


Abbildung 8: Selbstbestimmungskontinuum nach Deci, Ryan (2000):237

„Thus motivational forces that are innate – namely, the intrinsic needs – are assumed to be essential for everyone, but motivational forces that are acquired will vary in strength as a function of the circumstances in which they were acquired. It is the strength of these latter motivational forces that are important to predict their consequences" (Deci, Ryan (2000):250). Motivation hängt demnach von Motiven ab und ist nicht in allen Handlungen und Entscheidungen als gleich, gleich stark oder gleichgerichtet anzunehmen.

Anmerkungen aus der Self-Determination Theory

Aus den Ergebnissen kann gefolgert werden, dass die autonome Teilhabe im Alltag an verschiedenen geographischen Orten stattfindet. Sie erzwingt eine Beweglichkeit. Beweglichkeit ist kein Grundbedürfnis. Insbesondere stellt die SDT den Ursprung der Motivation und den Typ der Motivation differenzierter dar, als dies in den Forschungen der Verkehrsangebotsentscheidung berücksichtigt wurde. Es erscheint offensichtlich,

dass Entscheidungen, die amotiviert sind, sich von Entscheidungen, die intrinsisch getroffen werden, unterscheiden. Diese Unterscheidung sollte in einer vollständigen Konstruktion eines Entscheidungsvorgangs in Verbindung mit dem Interesse berücksichtigt werden.

Theory of 16 Basic Desires

Das Motiv beschreibt den Grund einer Handlung. „[Intrinsic] (m)otives are reasons people hold for initiating and performing voluntary behavior. They indicate the meaning of human behavior, and they may reveal a person's values. Motives often affect a person's perception, cognition, emotion, and behavior" (Reiss (2004):179). Extrinsisch motivierte Handlungen hingegen erfolgen aufgrund eines externen Stimulus und werden als Instrument gesehen um durch diese Handlungen mittelbar ein intrinsisches Bedürfnis zu erfüllen. Extrinsische bzw. instrumentale Motive sind daher unbegrenzt annehmbar (ebd.:179). Reiss (2004) entwickelte auf statistischer Grundlage eine abschließende Liste mit 16 intrinsischen Handlungsbedürfnissen. „Evidence that the 16 basic desires are largely unrelated to each other supports multifaceted theory" (ebd.:190). Jedes Bedürfnis umfasst eine *persönliche* Gewichtung und ein persönliches Zielniveau. Dies soll idealerweise ohne Über- oder Unterschreitung erreicht werden (ebd.:186ff.). Dies bedeutet, dass jede Person eine eigene Mischung der Gewichtung der Bedürfnisse hat und die Idee einer einheitlichen Motivation in Entscheidungen nicht sinnvoll ist. „A person with a strong desire for order pays attention to how neat and clean a room is and notices when things are out of place. In contrast, a person with a weak desire for order may not even notice when dirty dishes are in the sink or the house is a mess" (ebd.:188). Tabelle 1 stellt die Bedürfnisse zusammen.

Benennung	Bedürfnis: Das Streben nach…	Intrinsisches Gefühl
Macht	Einfluss (inkl. Führung und Beherrschung)	(eigene) Wirksamkeit
Neugier	Wissen	Überraschung
Unabhängigkeit	Autonomie	Freiheit
Status	sozialem Status (inkl. Aufmerksamkeit)	Selbstwert
Sozialer Kontakt	Kameradschaft, Begleitung, Spiel	Spaß
Vergeltung	Ausgeglichenheit (inkl. Wettkampf und Gewinnstreben)	Rehabilitation
Ehre	Gehorchen traditioneller Moralstandards	Loyalität
Idealismus	Gesellschaftsverbesserung (inkl. Altruismus, Gerechtigkeit)	Mitgefühl
Physische Übungen	Physische Muskelübung	Vitalität
Romanze	Sex (inkl. Umwerben)	Lust
Familie	eigene Kinder aufziehen	Liebe
Ordnung	Organisation (inkl. Rituale)	Stabilität
Essen	Essen	Sattheit (kein Hunger)
Akzeptanz	Bestätigung	Selbstbewusstsein
Beschaulichkeit	Vermeidung von Furcht und Angst	Sicher, entspannt
Sparen	Sammeln, Wert der Genügsamkeit	Eigentum / Besitz

Tabelle 1: Reiss' 16 Motives (Reiss (2004):187, eigene Übersetzung, ohne Tiere)

Er erhebt den Anspruch die Gesamtheit der intrinsischen Handlungsantriebe erfasst zu haben. Die Bedürfnisse bilden in unterschiedlicher Ausprägung gesamthaft die einzigartigen genetischen Charaktereigenschaften ab. Die Befriedigung eines jeden Bedürfnisses erzeugt eine motivspezifische Befriedigungsfreude. „This theory, if valid, shows the multifaceted nature of human IMs [intrinsic motives]“ (ebd.:191).

Anmerkungen zur Theory of 16 Basic Desires

Bewegung und Verkehr werden in der Theory of 16 Basic Desires nicht als intrinsisch motiviert erkannt. Unter physischer Übung ist die körperliche Aktivität gemeint. Dies umfasst sowohl das Springen auf der Stelle, Muskelmaschinen, Rennen im Kreis etc. Vergleicht man diese Bewegung mit den Überlegungen aus der Verkehrsforschung, handelt es sich um einige wenige Bewegungen um ihrer selbst willen. Es sind keine Bewegungen, die einen anderen Zweck erfüllen, als die eigenen Muskeln zu nutzen und spüren. Andere Bewegungen sind nur Mittel zur Bedürfnisbefriedigung und nach dieser Theorie extrinsisch motiviert.

Die Theorie zeichnet zudem eine vielfältige Motivlandschaft, die je nach Individuum unterschiedlich ist. Diese Lebensmotive deuten darauf, dass nicht eine Orientierung die Entscheidungen des Lebens aller Menschen leitet. Zudem lässt sich ableiten, dass

es nicht nur eine Orientierung im Leben eines Menschen gibt, sondern eine unterschiedliche Ausprägung, sowohl der Mischung der Motive als auch der Zielvorstellungen. Diese wiederum verweist darauf, dass die instrumentalen Einzelentscheidungen im Leben eines Menschen unterschiedlichen Motiven folgen und darauf einzahlen. Ein universelles Motiv, ob für eine Gruppe von Menschen oder aller Entscheidungen eines Menschen, kann nicht angenommen werden. Dies muss auch die Konstruktion eines Entscheidungsvorganges berücksichtigen – was bisher in der Form selten geschah.

Universelle Werte Theorie

Werte sind die Strukturkomponenten eines sozialen Systems, z. B. einer Gesellschaft, und finden sich individuell in sozialen Normen wieder (Parsons (1981):450). „Values are modes of non-native orientation of action in a social system which define the main directions of action without reference to specific goals or more detailed situations or structures" (Parsons (1960):171). Werte dienen als Entscheidungsorientierung und sind ein grundsätzlicher Handlungsantrieb**,** deren Verletzung vermieden wird. Ohne direkte Wertorientierung sind Handlungen ein Mittel, um etwas mit Wertorientierung zu erreichen.

Werte leiten die Einschätzung von Menschen, Handlungen und Ereignissen (Schwartz, Bilsky (1987), Schwartz (1992)). Dadurch haben sie Einfluss auf Einstellungen, Handlungen und kognitive Prozesse (Ajzen (2001):42). Die Vorstellungen können Eigenschaften, Dinge, Ideen, Beziehungen und andere Objekte umfassen und sowohl von einem Individuum als auch einer sozialen Gruppe oder einer Gesellschaft geteilt werden. „Insgesamt gilt, je abstrakter die Inhalte der einzelnen Wertorientierung sind, desto allgemeiner sind ihre Orientierungsfunktionen für den Handelnden. Die Wertorientierungen übernehmen in der menschlichen Informationsverarbeitung die Funktion von Filtern [...]" (Hunecke (2000):45).

Terminale und funktionale (d. h. instrumentelle) Werte können unterschieden werden. Die terminalen Werte (gleichbedeutend mit den Motiven der Motivtheorie) sind zu erreichende End- oder Lebensziele. Die funktionalen Werte bestimmen die Art der Erreichung. Innere Werte sind affektiv verankert und basieren auf Werterfahrungen, die aus verarbeiteten Erlebnissen resultieren. Äußere Werte entstehen durch ihre Funktion (z. B. Gesetze) und fungieren als Mittel.

Um Werte festzustellen haben sich verschiedene Instrumente entwickelt, wobei die vorherrschenden der Rokeach Value Survey (Rokeach (1973)), die List of Values (Kahle (1983)) und das Schwartz Value Inventory (Schwartz (1992)) sind. Die im Rokeach Value Survey bestimmten 18 terminalen und 18 instrumentellen Werte (Zielzustand / Handlung) wurden in der List of Values auf 9 terminale Werte mit dem Ziel, die Bedeutendsten zu extrahieren, reduziert.

Schwartz (1992) fokussierte die Ansätze auf universelle Werte, die alle Menschen teilen. Dabei stützt er sich auf drei menschliche Grundbedürfnisse. Schwartz, Bilsky (1987):551: “Values are cognitive representations of three types of universal human requirements – needs of individuals as biological organisms, requisites of coordinated social interaction, and survival and welfare needs of groups. Individuals are born into a reality characterized by these universal requirements [...] To be effective members of social groups, individuals must communicate about them.” Werte sind ein situativer Bestandteil der individuellen Vorstellung, deren Nichteinhaltung einen grundlegend erodierenden Effekt auf die „kollektive Existenz“ (Schwartz (1992):113) hat. Die Wertegruppen wurden in einer Stichprobe von 44 000 Antworten aus 47 Ländern gefiltert.

Quantitativ bestätigt wurden die Ergebnisse im Quervergleich zu anderen Modellen durch Bilsky, Koch (2000).

Die zehn gefundenen universal motivationalen Werte umfassen terminale und instrumentelle sowie individuelle bzw. kollektive Werte, die allerdings je nach Kulturkreis differierende Bedeutungsinhalte aufweisen können. Tabelle 2 gibt eine Übersicht der deutschen und englischen Wertbenennungen und Ausprägungen wider.

Wert (deutsch)	Wert (englisch)	Ausprägungen
Selbstbestimmung	Self-direction	creativity; freedom; independence; curiosity; choosing your own goals
Stimulation	Stimulation	daring activities; varied life; exciting life
Hedonismus	Hedonism	pleasure; enjoying life
Errungenschaften	Achievement	success; capability; ambition; influence; intelligence; self-respect
Macht	Power	authority; leadership; dominance
Sicherheit	Security	cleanliness; family security; national security; stability of social order; reciprocation of favors; health; sense of belonging
Konformität	Conformity	self-discipline; obedience
Tradition	Tradition	accepting one's portion in life; humility; devoutness; respect for tradition; moderation
Wohlwollen	Benevolence	helpfulness; honesty; forgiveness; loyalty; responsibility; friendship
Universalismus	Universalism	broadmindedness; wisdom; social justice; equality; a world at peace; a world of beauty; unity with nature; protecting the environment; inner harmony

Tabelle 2: Die zehn universellen Werte (eigene Übersetzung) nach Schwartz (1992)

Die Werte können vom Individuum in eine Reihung gebracht werden, die sich im Laufe der Zeit verändern kann. Jüngere Menschen tendieren zu immateriellen Werten wie Zugehörigkeit, Selbstausdruck und Lebensqualität und ältere Menschen zu materiellen Werten wie physischer Unterhalt und Sicherheit.

Anmerkungen der Wertetheorie

Physische Mobilität ist in der Wertetheorie ein notwendiges Mittel zur Sicherung der Grundbedürfnisse und der universalen Werte. Im Gegensatz zu den Soziologen (Bewegung ist aufgrund der Verflechtung mit dem Möglichkeitsraum ein Grundbedürfnis), kann *kein universelles* Grundbedürfnis oder ein Wert der Bewegung in den untersuchten Theorien ermittelt werden. Dies, obwohl die Autonomie der Handlung durch die Selbstbestimmung explizit ausgedrückt wird. Die Symbiose der Autonomie und Beweglichkeit führt offenbar nicht zur Benennung eines „Beweglichkeitswertes“.

Kombination der Untersuchungen zum Entscheidungsmotiv

Im Folgenden werden die Befunde zusammengestellt um zu validieren, ob es für das Motiv der Zweckverkehre im Alltag ein Eigeninteresse gibt und somit eine intrinsische Motivation oder nicht. Ausgehend von den Aktivitäten wird der Verkehrszweck zugeordnet. Zudem werden die bekannten Werte und Handlungsmotive ergänzt. Ziel der Zuordnung ist die Prüfung, ob es Hinweise auf eine übersehene Größe gibt. Können alle Zuordnungen lückenlos und frei von Widersprüchen erfolgen, dann gibt es keinen

Anhaltspunkt, weswegen die alltägliche Beschäftigung mit Bewegung intrinsisch motiviert ist.

Michaels (1981):239 gibt in seiner Überlegung über die zukünftige Rolle des Verkehrs in der gesellschaftlichen Organisation einen vollständigen Überblick der menschlichen Bedürfnisse („[...] human needs and requirements [...]“ (ebd.:242)) und den resultierenden Aktivitäten, die das Motiv einer Bewegung umfassen („Motivational factors underlying travel“ (ebd.:245)). Er nennt folgende Aktivitäten: „Income production, Shopping (nondurable), Shopping (durable), Shopping (impulse), Education (required), Education (discretionary), Social (familial), Social (nonfamilial), Social (informal groups), Social (formal groups), Recreation (spectator), Recreation (participatory), Recreation (cultural), Health care (nonemergency), Health care (emergency), Services (personal), Services (business)“ (ebd.:246). Michaels weist darauf hin, dass ein Transportsystem, um allen Aktivitäten gesamthaft gerecht werden zu können, geeignet sein muss kognitive, affektive und soziale Kriterien zu erfüllen (ebd.:249ff.). Leider disaggregiert er nicht, welche Aktivitäten welchen Kriterien und Motiven unterliegen, sodass dies nun durch die Verbindung mit Verkehrszweck und Motiven geschieht.
Aberle (2000) unterscheidet die Verkehrszwecke Beruf, Ausbildung, Geschäftsreise und Freizeit. Diese sind ebenso wie die Bedürfnisse des Organismus nach sozialer Interaktion und der Gemeinschaft von Schwartz (1992) gut zu den Aktivitäten zuordenbar. Eine Lücke oder ein Widerspruch entsteht nicht, auch nicht zur Kombination mit den Motiven von Reiss (2004) (vgl. Tabelle 3).

Aktivitäten (Michaels (1981))	Verkehrszweck (Aberle 2000)	Bedürfnis (Schwartz (1992))	Universelle Werte (Schwartz (1992))	Intrinsisches Motiv der Aktivität (Reiss (2004))	Motiv (Schmitz 1994))
Einkommen	Beruf	*Biologische Bedürfnisse des Organismus*	*Macht, Selbstbestimmung, Konformität, Errungenschaften*	*Macht, Unabhängigkeit, Status, Ehre, Idealismus, Akzeptanz*	abgleitet
	Geschäftsreise		*Macht, Konformität, Selbstbestimmung*	*Macht, Status, Unabhängigkeit*	abgeleitet
Bildung	Ausbildung		*Macht, Konformität, Selbstbestimmung, Errungenschaften*	*Macht, Unabhängigkeit, Akzeptanz*	abgeleitet
Einkauf	Einkauf		*Hedonismus, Selbstbestimmung*	*Sozialer Kontakt, Essen*	abgeleitet
Erholung	Freizeit (stationär)		*Hedonismus, Selbstbestimmung, Stimulation, Universalismus*	*Neugier, Unabhängig- u. Beschaulichkeit, Soz. Kontakt, Romanze, Ordnung*	abgeleitet
	Freizeit (Bewegung)		*Hedonismus, Selbstbestimmung, Stimulation*	*Status, Physische Übung, Soz. Kontakt, Unabhängig- und Beschaulichkeit*	um ihrer selbst willen
Soziale Aktivität (formelle Gruppe)	Beruf, Freizeit	*Bedürfnis nach koordinierter sozialer Interaktion*	*Selbstbestimmung, Sicherheit, Hedonismus, Universalismus, Wohlwollen*	*Idealismus, Akzeptanz, Sozialer Kontakt*	abgeleitet
Soziale Aktivität (andere Gruppen)	Freizeit		*Sicherheit, Selbstbestimmung, Hedonismus, Universalismus, Wohlwollen*	*wie formelle Gruppe zzgl.: Romanze, Familie, Ehre, Ordnung*	abgeleitet
Serviceleistungen	Freizeit	*Wohlergehen der Gemeinschaft*	*Sicherheit, Selbstbestimmung*	*Neugier, Status, Sozialer Kontakt, Sparen*	abgeleitet
Gesundheit	Freizeit		*Sicherheit, Selbstbestimmung*	*Physische Übung, Beschaulichkeit*	abgeleitet

Tabelle 3: Beziehung zwischen Aktivitäten, Verkehrszweck und -motiven, Werten und Grundbedürfnissen (angelehnt an Schmitz (1994):107)

Trotz unterschiedlicher Ansätze und Ursprünge der Motiv-Untersuchungen kann nur für die Freizeitbewegung, die Bewegung um ihrer selbst willen, ein Interesse bzw. eine intrinsische Motivation erkannt werden. Nach Zängler (1999):15 umfassen sie das „Herumfahren (Auto)“, das „Fahrrad fahren“, „Wochenendfahrten“, „Hund ausführen“ sowie „Wandern, Spazieren gehen“ als Aktivzeit.

Wenn die „[...] Erfahrung der eigenen Leiblichkeit der Antrieb dafür ist, daß wir uns in Bewegung setzen, wenn wir uns – ohne ein genaues Ziel vor Augen – auf den Weg machen, wenn die Fortbewegung alleiniges Handlungsziel ist, wird sie zum Selbstzweck” (Franke (2001):52). Ergänzende Aspekte sind die zwischenmenschlichen Beziehungen, Neugier, Spieltrieb und die Lust an der Geschwindigkeit (vgl. u. a. Harloff (1994):34, Berlyne (1960)).

Eine universelle Motivation, die Bewegung in allen Fällen intrinsisch motivieren würde, ist nicht zu entdecken. Intrinsische Motivation ist auf wenige Bewegungen beschränkt.

3.2. Entscheidungsabwägung

Zahlreiche Beiträge der Entscheidungsforschung spezialisieren sich auf den Mechanismus, um die Eingangs- (Kontext) und Ausgangsgrößen (beobachtbares Verhalten) abzugleichen. Die klassischen Ansätze können zum Teil auch so verstanden werden, dass sie darstellen, wie eine Entscheidung *ausgeführt werden sollte*, anstelle *wie sie ausgeführt wird*. Da die Eingangsgrößen der Modelle und Theorien nicht den unendlichen theoretischen Möglichkeiten entsprechen, hat folgerichtig in fast allen Theorien eine Vorauswahl stattgefunden, die i. d. R. nicht oder unzureichend thematisiert wird.

Die Theorien basieren je nach Anwendungsziel auf unterschiedlichen Definitionen des Entscheidungskontextes. Ein Teil geht von einem objektiv beschreibbaren Kontext aus, bei dem Fähigkeiten und Möglichkeiten des_der Entscheiders_in ergänzend zum situativen Umfeld objektiv beschrieben werden (Abbildung 9, Option 1). Wenige Theorien ergänzen eine Perspektive, die den relevanten Kontext des Individuums aus dessen Augen erfasst (Abbildung 9, Option 2).

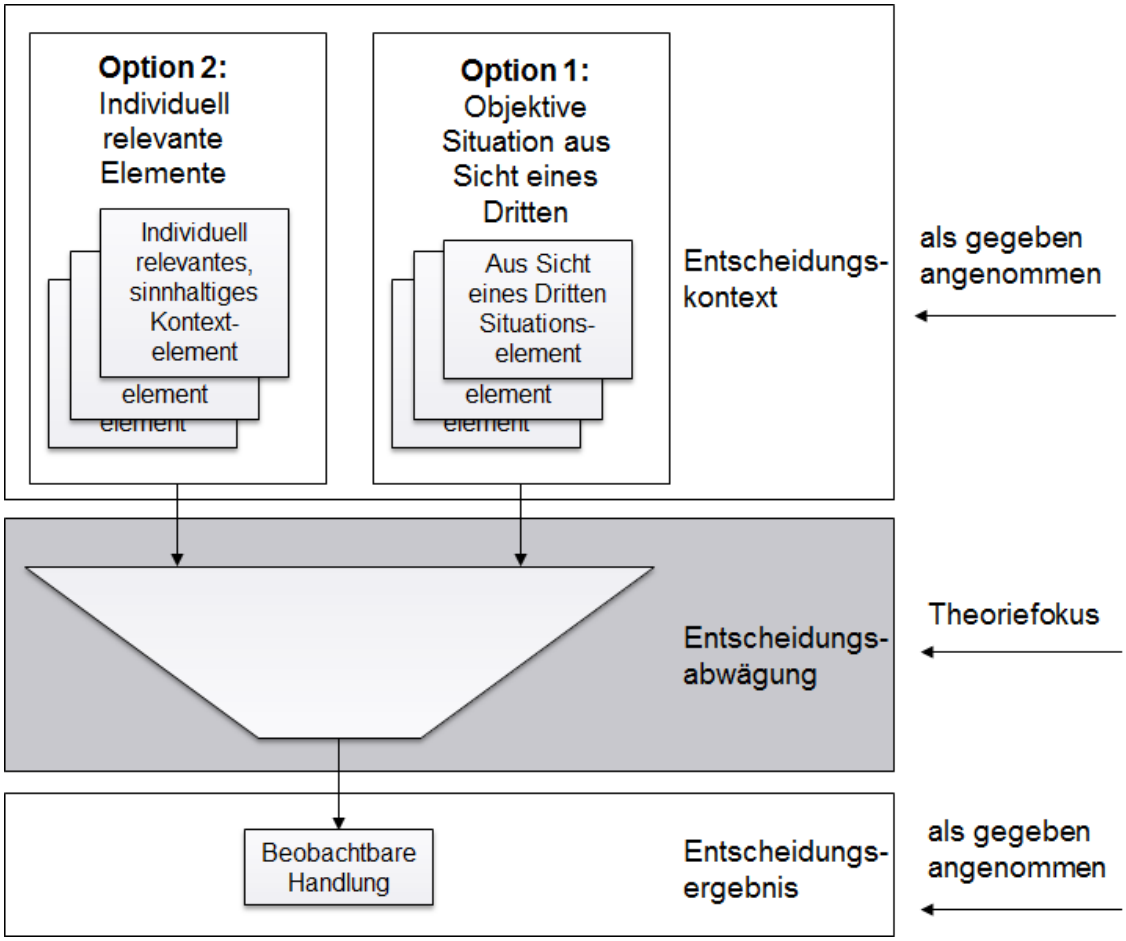


Abbildung 9: Abwägung in den Entscheidungstheorien (eigene Darstellung)

In den folgenden Abschnitten werden die verschiedenen Ansätze, die begründen, wie eine Gruppe von Möglichkeiten auf eine Möglichkeit fixiert wird, vorgestellt. Die Auswahl wurde anhand der bekannten Überlegungen zur Entscheidung des Verkehrsangebots der verschiedenen Disziplinen getroffen. Folgende Struktur wurde gewählt:

- Entscheidungen anhand universeller Normen
- Homo Sociologicus: idealisiert intersubjektive, normative Entscheidungen
- Norm-Aktivations-Modell: normativ-zweckrationale Entscheidungen
- Homo Oecologicus: idealisiert-zweckrationale Entscheidungen
- Prospect Theory: risikoavers-zweckrationale Entscheidungen
- Administrative Man: aufwandsminimierte Entscheidungen
- Complex Man: zweckrational-normativ-kulturtheoretische Entscheidungen
- Theory of Planned Behavior: Entscheidungstheorie, die Komponenten der Norm, des Individuums und Kontrolle berücksichtigt

Entscheidung aufgrund universeller Normen

In den normorientierten Erklärungsansätzen der Soziologie lag gerade in der Vergangenheit des beginnenden 19. Jahrhunderts eine hohe Erklärbarkeit des Handelns (sichtbares Entscheidungsergebnis). Mit einer allgemeingültigen Orientierung, die die Einhaltung von Regeln erzwingt, kann eine Entscheidungsoption als regelkonform angenommen oder abgelehnt werden. Nur zwischen den verbleibenden Optionen müsste entschieden werden – sofern es denn mehr als eine regelkonforme Option gäbe.

Riesman, Denney, Glazer (1958) geben in ihrer Studie „The lonely crowd“ einen Überblick der zeitlichen Veränderung der normativen Handlungs- bzw. Auswahlorientierungen. Sie arbeiten eine Verbindung zwischen Bevölkerungsbewegung und Sozialcharakter, die sie in Traditions-, Innen- und Außenleitung gruppieren, heraus. Neben einem dominanten Sozialcharakter sind in allen Gesellschaften zu jeder Zeit auch die anderen Charaktere vorhanden.
Die Orientierung an Traditionen findet sich bei geringer Siedlungsdichte und Lebenserwartung. Das Individuum steht einer geformten Sippe, Kaste oder einem Stand gegenüber, sodass es kaum zu großen Änderungen oder Persönlichkeitsentwicklungen kommt. Sitten, Bräuche und Religion geben als Kultur ein konformes Verhalten vor, dessen Einhaltung durch Androhung von Schande erreicht wird (ebd.:40).

Durch Zunahme der Siedlungsdichte, der Bevölkerung und der Kommunikation stiegen die Arbeitsteilung und die soziale Mobilität, der Fernhandel sowie die Berührung mit fremden Kulturen. Prinzipien, die in mehreren Situationen angewendet werden können, gewannen an Bedeutung. Den Prinzipien wird aus Überzeugung gefolgt und ein schlechtes Gewissen entsteht, wenn diese gebrochen werden (ebd.:30ff.).
Seit dem 20. Jahrhundert löst die Moderne im städtischen Mittelstand durch den Kontakt mit anderen Kulturen die bisherigen Orientierungsmodelle auf. Unterschiedlichste Interessen mit jeweils gut begründeten Verhaltensformen sowie verschiedensten Einstellungen sind entstanden. Die konkurrierenden und pluralistischen Verhaltensmuster gründen auf überzeugenden Argumenten, die keinen absoluten Standpunkt erzwingen. Der Konsum der Anderen wird zum Maßstab des eigenen und des allgemeinen Verhaltens. Innere Prinzipien sind eine mögliche Option, die durch das Verhalten der Anderen als Orientierung ergänzt wird (Außenleitung). Die Handlungsleitung erfolgt durch direkt bekannte, vom Hörensagen oder von den Massenmedien vermittelte Vorbildhandlungen. Die individuellen Ziele verändern sich vor allem durch äußere Signale und fordern eine Flexibilität sich auf neue Sender, Trends und Zeitgenossen einzustellen (ebd.:41 und 69).

Dies führt dazu, dass sich alle an allen orientieren und von allen bestätigt werden wollen. Nicht feste Prinzipien, sondern eine momentane Rolle zeigt erfolgreiches Verhalten. Dieser moderne Mensch ist ein Fähnlein im Wind, erweist sich allerdings dadurch als sehr flexibel. Die Integration der verschiedenen Orientierungen stellt eine individuelle Mischung ohne dominante Leitung der Entscheidung dar. Diese autonome Orientierung zeigt, dass es keinen Standard für eine Entscheidungsregel geben kann. Inwiefern die Entwicklung eines weiteren Sozialcharakters Teil der zukünftigen Entwicklung der reflexiven Moderne wird, konnten Riesman, Denney, Glazer (1958) noch nicht beantworten.

Laut Beck (1986) hat die Moderne das Verhältnis zwischen Gesellschaft und Individuum in drei Formen individualisiert. „Herauslösung aus historisch vorgegebenen Sozialformen und -bindungen im Sinne traditionaler Herrschafts- und Versorgungszusammenhänge (>>Freisetzungsdimension<<), Verlust von traditionalen Sicherheiten im Hinblick auf Handlungswissen, Glauben und leitende Normen (>>Entzauberungsdimension<<) und – womit die Bedeutung des Begriffes gleichsam in ihr Gegenteil

verkehrt wird – eine neue Art der sozialen Einbindung (>Kontroll- bzw. Reintegrationsdimension<)" (ebd.:206). Es gibt keine allgemein verbindlichen Sinnsysteme und das naive Vertrauen auf einen Sinn. Medien machen Handlungsgründe in allen Facetten verfügbar, sodass es keinen Wert, keine Norm und keinen Glauben gibt, der einen zwingend schlechteren oder besseren Grund für eine Handlung darstellt. Der entscheidende Mensch muss eigenorientiert entscheiden und dies rechtfertigen. Doch er_sie ist von Trends, Erwartungen, Regelungen und Institutionen umgeben, die lenkend oder bestimmend auf diese wirken. So gelten beispielsweise Gesetze oder Verkehrsordnungen, innerhalb derer sich das Individuum frei bewegen und entscheiden kann. Diese real verfügbare Bewegungsfreiheit ist durch die verfügbaren Optionen eingeschränkt (ebd.:213).

Beck, Bonß, Lau (2004) führen die Diskussion der „Entgrenzung" der Normorientierung in der Reflexiven Moderne fort. Sie bedingt Entscheidungen, die „provisorisch-moralische[r] Grenzkonstruktionen" bedürfen (ebd.:15). Trennscharfe Grenzen von Menschen, Dingen und Tätigkeiten, sowie Handlungssphären und Lebensformen in Verbindung mit institutionellen Zuständigkeiten, Kompetenzen und Verantwortungen verschwinden. Es entsteht die Herausforderung, „eine neue Handlungs- und Entscheidungslogik zu entwickeln, die nicht mehr dem Prinzip des >>Entweder-Oder<<, sondern dem des >>Sowohl-als-Auch<< folgt" (ebd.:16).

Dies impliziert, dass die Pluralität von Arbeits-, Lebens-, Souveränitäts- und Bürgerrechtsformen zur Erosion der institutionalisierten Unterscheidungen, Standardisierungen, Normen und Rollensysteme führt. Basisprinzipien (Institutionen) wandeln sich kontinuierlich, bleiben aber erhalten. „Passungen und Kopplungen zwischen den Institutionen stabilisieren [...] das gesellschaftliche Gefüge, während sie es gleichzeitig für Anschlußzwänge und nicht-intendierte Änderungsfolgen anfällig machen" (ebd.:22). Der Pluralismus entfernt sich von der einfachen Orientierung. Alternativ wird eine Vielfalt von möglichen Grenzdefinitionen für einen gesamten Rahmen und innerhalb eines institutionellen Feldes angenommen. Die Anwendung unterschiedlicher Kriterien in einer Entscheidungssituation ist widerspruchsfrei möglich. Widersprüchliche Prinzipien werden in definierte Ausnahmen formuliert. Es gibt keine „normale" Option mit Untergruppierungen mehr, sondern ein Feld mit gleichwertigen Optionen.

Durch die Abschmelzung der allgemeinen sozialen Normen ist die Erklärungskraft der Normen zunehmend begrenzt. Die individuelle Orientierung wird pluralistischer und verlässt klassische Rollen bzw. situativ zwingende Umgebungseinflüsse. Bei der Entscheidung hinsichtlich einer sozialen Wahlhandlung stehen und standen verschiedene Optionen zur Verfügung. Durch soziale Normen und situative Zwänge wurden diese auf eine sanktionsfreie Handlung reduziert. Ausgehend von der sozialen Handlung durch Untersuchung der Rolle, der sozialen Normen und der Situation konnte ein Handlungsverstehen erreicht werden. Dies ist in der Moderne nicht der Fall (ebd.:22ff.).

Exkurs: Generation, Milieu und Stil als Entscheidungsorientierung

Es gibt eine Vielzahl von Generationsbenennungen, wie z. B. die Generation Golf, die Generation Y oder die Generation Unverbindlich / Maybe. Mannheim (1928) differenziert diesen Generationenbegriff in drei Teile: Genrationszusammenhang, Generationslage und Generationseinheit.

Der Begriff der Generationenzusammenhang umfasst Menschen mit einer bestimmten Gemeinsamkeit. Mannheim (1928) nennt dies „[…] bloßen Zusammenhang […]“ (ebd.:170) ohne eine gezielte Gruppenbildung anzustreben. Es ist ein soziales Phänomen der Verbundenheit, dessen Eigenart beschrieben und erfasst werden muss. Diese Verbundenheit bedeutet dabei nicht, dass es sich um eine konkrete Gruppe handelt bzw. handeln muss (ebd.:171).

Dieser Zusammenhang bildet sich aus einer gemeinsamen Generationslage heraus. Personen sind Teil einer Generationslage (abhängig vom Geburtsjahr), wobei sie sich dessen nicht bewusst sein müssen. Diese Lagerung erfährt einen gleichen historisch-sozialen Lebensraum. Aus einer aktiven Teilhabe an dieser Lagerung (potenzielle Teilhabe) kann sich dann entsprechend ein Generationenzusammenhang herausbilden (ebd.:173, 309).

Als Generationseinheit gilt dann die Gleichheit der politischen Richtung oder der Umweltdeutung (ebd.:314ff). Diese Einheit kann entstehen, muss es aber nicht. Ist sie vorhanden, dann kann es sich um konkrete Gruppen handeln und den Personen bewusst sein, aber auch hier meint Mannheim, dass diese beiden keine Bedingungen für eine Generationseinheit darstellen.

Generationen können demnach innerhalb einer Familie auftreten. Des Weiteren können sie um ein Geburtsjahr liegen (Kohorten) oder einem bestimmten Lebensalter entsprechen. Auch wird von Generationen gesprochen, wenn eine gemeinsame Zeitgeschichte erlebt wurde. In diesem Fall können auch regionale oder gesellschaftliche Eingrenzungen greifen, so z. B. die Personen, die einen Krieg in einer Region erlebt haben. Die Abgrenzungen der verschiedenen Definitionen einer bestimmten Generation können dabei sehr unterschiedlich benannte werden, auch wenn diese inhaltlich gleich sind (vgl. Tiemann (2005):32). Da der Begriff der Generation sehr facettenreich ist, bietet sich eine Aufteilung nach Mannheim an (ebd.:49).

Die Generation Unverbindlich wird von Jeges (2014) als Generation Maybe eingeführt. Im Sinne von Mannheim (1928) entsprechen die Ausführungen von Jeges einer Generationslage mit einer Art des Generationszusammenhanges. Er charakterisiert sie so: „Es geht uns eigentlich gut. Aber es ist dieses schwerlose Gefühl, das uns alle verbindet. Das Gefühl, dass wir auf der Stelle treten. Dass wir uns schwertun mit Entscheidungen. Dass wir nicht wissen, was richtig und was falsch ist. Jenes namenlose Gefühl ist die Urkraft meiner Generation. Es ist unsichtbar. Aber es ist irgendwie anrüchig. […] Ich bin ein Maybe. Meine Freunde sind Maybes. Deren Freunde sind es auch, wie sie mir erzählen“ (ebd.:10).
Diese Generation wird als entscheidungsschwach beschrieben, die sich in den Verlockungen der ultramodernen Welt nicht festlegen mag und kann. Wenn etwas benötigt wird, dann kann es mit einem Mausklick besorgt werden. Essentielle Probleme hat diese Generation nicht (nur, wieso das Internet langsam ist oder ob die Ernährung modern genug ist). Politisches Engagement scheitert schnell und echte Wirtschaftskrisen bleiben emotional wirkungslos. Privatheit wurde aufgegeben bzw. nie gekannt. Die eigene zur Schaustellung im Internet beherrscht das Leben.
„Wir sind eine Generation ohne Eigenschaften. Eigenschaftslos“ (ebd.:11). Es fehlt das Wir-Gefühl, Ideale und Werte. Eine Frage nach dem Sinn des Lebens wird nicht gestellt. „Und vor allem sagen wir lieber Jein, als uns auf etwas festzulegen“ (ebd.:12). “Wir sind die Superangepassten. Die Alleskönner. Die Alleswoller. […] Konsum sehen wir kritisch, schlagen dann und wann aber so richtig zu“ (ebd.:13). Diese Entwicklung wird als Flexibilisierung wahrgenommen, als Entwicklung einer Generation von Gummiwesen. Nicht rückgratlos, sondern elastisch. Man ist alles zugleich und nichts wirklich. Alles kann, nichts muss. (ebd.:15). Es handelt sich bei „[…] unserer Generation

eher um eine Ansammlung von Individuen als um eine homogene Gruppe. […] Der Hipster und der Normalo“ (ebd.:17).
Im Verlaufe der Auseinandersetzung wird deutlich, dass es sich bei der Generation Maybe um eine Herausforderung im Definitorischen handelt. Es ist eine Generation ohne Außenleitung und ohne normative Sicherheit, die sich daher aus lauter Individuen zusammensetzt, die individuelle To-do-Listen machen, aber keine gemeinsame Orientierung haben. In diesem Sinne ist die Generation eine Herausforderung, denn das gemeinsame was sie hat ist das, was ihnen fehlt (ebd.:25ff.). Das gemeinsame ist ihre Individualität. Jeges sieht diese Generation als Teil einer Egogesellschaft (ebd.:35). „Teilen ist das neue Haben. Wir organisieren Fahrgemeinschaften, um innerhalb unseres Landes mal schnell von A nach B zu kommen. Über Portale wie Airbnb quartieren wir uns im Urlaub in den Wohnungen von netten Leuten ein. Wir lesen kostenlose Online-News und ziehen vielleicht nach Berlin, weil es dort noch einigermaßen leistbare Wohnungen geben soll“ (ebd.:161).
Eine genaue Altersgrenze wird für diese Generation nicht benannt. Stattdessen kann aus den Beispielen des Autors eine Eingrenzung der Generation zum Jahr 2016 zwischen ca. 18 und 31 Jahren erfolgen (vgl. Jeges (2014):39, 78). Auch die höhere Bildung wird als Charakteristikum dieser Generation implizit, wenn Jeges diese auch belächelt (insbesondere ebd.:75ff., 147ff.).

Die Generation Maybe zeichnet sich durch eine Art der nicht-Entscheidung aus. Entscheidungsthemen die entschieden werden müssen bewegen sich zwischen Desinteresse und Unsicherheit. Normen und allgemeine Orientierungen für eine Entscheidungsfindung fehlen dieser Generation. Diese Entscheidungsfindung ist relevant für die Anmeldung zum Carsharing und benötigt ein Verständnis jenseits der Normorientierung und interessierten Auseinandersetzung mit einer Entscheidungssituation.

In Ergänzung zur Generation wird mit Milieu-Ebenen und Lebensstilen das alltägliche Verhalten typisiert und kontextualisiert. Die Gruppierung zielt auf Menschen gleichen Verhaltensmusters und der Vorstellung, dass Entscheidungen dieser Gruppe auf einer gemeinsamen Orientierung aufsetzen.

„Soziale Milieus seien demnach definiert als Personengruppen, die sich durch gruppenspezifische Existenzformen und erhöhte Binnenkommunikation voneinander abheben“ (Schulze (1992):174). Schulze (1992) entwickelt in seinem Werk „Erlebnisgesellschaft“ ein Milieumodell, das sich gegenüber vorhergehenden Modellen am Lebensstil und der Freizeit orientiert. Basierend auf der modernen Wohlstandsgesellschaft beinhalten Güter und Angebote einen eigenen Erlebniswert, dessen sich die Menschen bedienen und sich so gruppieren lassen. Die Kombinationen von alltagsästhetischen Schemata (Hochkultur-, Trivial- und Spannungsschema) mit milieuspezifischen Varianten der Erlebnisorientierung definieren je einen Stiltypen. Das Streben nach Rang ist charakteristisch für das Niveaumilieu, das nach Konformität für das Integrationsmilieu, das nach Geborgenheit für das Harmoniemilieu, das nach Selbstverwirklichung mit dem Selbstverwirklichungsmilieu und das Streben nach Stimulation mit dem Unterhaltungsmilieu. (ebd.163ff.). Kombiniert mit Alter und Bildungsgrad ergibt sich ein Milieuzeichen, das mal mehr hervortritt und mal verblasst (ebd.:188ff.). Diese Erlebnalisorientierung ist das unmittelbare Streben nach Glück. (ebd.:14). Ein Milieu innerhalb dessen sich ein Individuum bewegt, ist nach Schulz nicht nur von außen beobachtbar und trennbar, sondern ist derart, dass die Gruppe einen Orientierungsdruck auf das Individuum ausübt. Der Mensch verhält sich wie ein Teil einer Szene (ebd.:464).

Das soziale Milieu umfasst Gruppen mit einer gleichen Gesinnung, die sich durch ähnliche Werte, Prinzipien der Lebensgestaltung, Mentalität und Beziehungen zu Mitmenschen auszeichnen (Hadril (2006):276). Menschen eines sozialen Milieus treffen folglich vergleichbare Entscheidungen unter vergleichbaren Bedingungen. Milieus zeichnen sich durch eine gemeinsame Grundeinstellung aus, die zu gleichen Bewertungen von Handlungsoptionen führt. Diese sind relativ stabil und verändern sich nur in Lebenskrisen oder völlig veränderten Einflüssen. Der Lebensstil umfasst die „äußerlich beobachtbaren Verhaltensroutinen“ (Hadril (2006):5) und beinhaltet bewusste und unbewusste Verhaltensweisen, Einstellungen und Vorstellungen. Der Lebensstil ist nicht dauerhaft stabil. Er verändert sich mit den Kontextfaktoren (ebd.).
„Primär beschäftigt sich die Lebensstilforschung auf der Ebene von Individuen mit deren selbst gestalteten Lebensentwürfen“ (Hammer, Scheiner (2006):16). Die Ergeb-

nisse der Entscheidung, also das gezeigte Verhalten, sind für die Lebensstil-Strukturierung relevant.[6] Das Ziel der Lebensstilforschung bzw. Mobilitätsstilforschung ist nicht auf den *Entscheidungsvorgang* ausgelegt. Sondern der Fokus besteht darin „[…] den Zusammenhang zwischen Mobilitätsorientierung und Verkehrsmittelwahl [im Sinne des Verhaltens] begrifflich zu fassen“ (Hammer, Scheiner (2006):22). Die über die symbolischen Funktionen (Status, Spaß etc.) der Mobilitätsorientierung gewonnenen Cluster werden dann in Bezug zu Lebenslage (Alter etc.) und Lebensziel beschrieben.

Doch noch konnten die Ansätze nicht überzeugen. „Als *alleiniges* Erklärungsmuster für Mobilität sind Lebensstile […] nicht zielführend. Der Wert des Lebensstilansatzes für die Mobilitätsforschung besteht primär in der darin angelegten Differenzierung und Ergänzung von demographischen und sozialen Strukturen, der Berücksichtigung subjektiver Deutungsmuster, Handlungsziele, Werte, Präferenzen und (sub-) kultureller Zugehörigkeiten“ (Hammer, Scheiner (2006):27).

Selbst wenn das individuelle Verhalten mit milieuspezifischen Parametern (z. B. Einstellungsklassen) korreliert, ist die individuelle Entscheidung des entscheidenden Menschen auf ein Einstellungsobjekt fokussiert und ohne Rückschlussmöglichkeit (vgl. Ajzen (2001):35 zu Einstellungsklassen).

Anmerkungen zur Norm-Orientierung und dem Milieu-Exkurs

Wenn freiwillig ausgewählte soziale Normen und Rollen der Moderne multiple situative Wahloptionen ermöglichen, dann ist eine Handlung nicht ausschließlich über die Beziehung zwischen Individuum und dessen Umfeld oder der Gesellschaft bzw. der relevanten sozialen Gruppe verständlich. Auch wenn die Entscheidungsergebnisse und das Verhalten mit dem gesellschaftlichen Kontext zusammenhängen, so liegt der Ursprung der Handlung in dem individuellen Entscheidungsvorgang. Und hier liegt eine Hauptschwierigkeit der Soziologie: „Es fehlt eine etablierte Tradition integrativer soziologischer Analysen von Subjekten. […] Zur Charakterisierung milieuspezifischer Subjekte muss die Analyse von Beziehungen zwischen den Subjekttypen hinzukommen.

[6] Auch wenn die Beschäftigungsdimensionen kognitive und evaluative Dimensionen (z. B. Zugehörigkeiten und Werte bzw. Wahrnehmungen) neben den expressiven und interaktiven Dimensionen erfassen (d. h. gezeigtes Verhalten und soziale Kontakte) (Hammer, Scheiner (2006):16).

[…] wenn man von einer Existenzhypothese ausgeht, daß wechselseitige Beziehungen von Subjekttypen überhaupt vorliegen, angesichts der scheinbaren kognitiven Zersplitterung der Gesellschaft gewiß keine selbstverständliche Annahme“ (Schulze (1992):337).

Die Versuchung, von Lebens- oder Mobilitätsstilen o. ä. auf einen oder mehrere Entscheidungsvorgänge zu schließen, ist groß. Doch sie wäre der Versuch, aus sichtbarem Verhalten und korrelierenden Faktoren einen im Individuum liegenden mehrschichtigen Entscheidungsvorgang abzuleiten. D. h. eine Person aus einem bestimmten Milieu / Lebensstil hat mit einer bestimmbaren Wahrscheinlichkeit ein bestimmtes Verhalten, das entsprechend simuliert werden kann. Aus dem Verhalten kann aber nicht abgeleitet werden, wie die Personen die Entscheidung treffen oder wie sich Entscheidungsvorgänge zwischen Milieus unterscheiden.
Umgekehrt ist es möglich, von Einzelentscheidungsergebnissen ein Gruppenverhalten zu aggregieren. Doch: „Gleichzeitig mit dieser Entwicklung [zur weiteren Ausdifferenzierung der Gruppenmerkmale der Mobilitätsstile (Ergänzung des Autors)] keimen in der Soziologie allerdings zunehmend Zweifel am empirischen Gehalt der Individualisierungsthese und am Wert des Lebensstilkonzepts auf. Auch in der lebensstilbezogenen Mobilitätsforschung blieben einige wichtige Fragen bisher unbeantwortet. Zum einen ist die Relevanz von Lebensstilen – soweit sie sich nicht in anschaulich-deskriptiven Gruppenbildungen erschöpfen – für Mobilität noch immer offen“ (Hammer, Scheiner (2006):23).

Die Ansätze der Norm-Orientierung und der Milieu-Orientierung sind Aspekte der individuellen Entscheidung, die je nach Themengebiet und Entscheidungsmotiv mehr oder weniger berücksichtigt werden. Die Entscheidung wird von mehreren Faktoren, wie z. B. in der Theory of Planned Behavior demonstriert, beeinflusst. Die persönlichen Einstellungen und der Druck der sozialen Normen, der selbstgewählten sozialen Gruppe, stehen in Verbindung. Die Menschen wählen die sozialen Gruppen, die ihrer Einstellung nahe sind und die Gruppen wirken auf die individuelle Einstellung zurück. Allerdings ist auch denkbar, dass der Mensch Gruppen wählt, die je nach Themengebiet unterschiedliche Einstellungen besitzen oder Entscheidungen in Themengebieten trifft, die in keiner sozialen Gruppe eine relevante Ausprägung haben (es ist den ge-

wählten sozialen Gruppen egal, wie entschieden wird). Ansätze, in denen soziale Orientierungen exklusiv postuliert werden, wie eine umweltverträgliche Nutzhandlung, konnten wiederholt empirisch nicht bestätigt werden (z. B. Eck, Stark (2009)). Soziale Orientierungen spielen eine Rolle in der Abwägung, aber keine exklusive. Milieus sind aus Sicht der Individuen selbstgewählte Gruppen, die in Entscheidungstheorien, wie der Theory of Planned Behavior, als ein Faktor berücksichtigt sind. Die Stärken des Milieuansatzes liegen in der Korrelation des Gruppenverhaltens und der Wahrscheinlichkeit eines ableitbaren Zukunftsverhaltens. Diese Informationen helfen z. B. in der städtischen Quartiersplanung, aber nicht bei der Kausalität des individuellen Entscheidungsvorgangs.
Zudem sollte nicht vergessen werden, dass der Milieuansatz einen deutlich längeren Zeitraum und grundsätzlichere Motivbetrachtung erfordert als die Einzelentscheidung. Das Motiv im Milieuansatz ist langfristig und kann ggf. sogar als Lebensorientierung gefasst werden. Die Einzelentscheidung wird durch ein temporäres Motiv geleitet, das von dem Lebensmotiv bzw. langfristigen Motiv beeinflusst sein kann, aber nicht zwingend so ausgeprägt ist. Einen vergleichbaren Zusammenhang hat die Einstellungsklasse und die Einstellung in der Einzelentscheidung in der Theory of Planned Behavior (etwas später in diesem Kapitel).

Die Auseinandersetzung zur Generation Maybe zeigt, dass es für eine junge Nutzergruppe eine Art opportunistische Entscheidung geben müsste. Eine Entscheidung, ohne zu entscheiden. Es gibt weder eine Normleitung noch kann man in dieser Generation einen sehr umfassenden Entscheidungsvorgang für alltägliche Entscheidungen annehmen. Daher braucht es eine Vertiefung und Modellierung, wie unter diesen Umständen eine Entscheidung zur Anmeldung erfolgt. Ein Modell, das notwendige, aber für die Entscheider_innen uninteressante Entscheidungen erfassen und erklären kann.

Homo Socilogicus Modell

Der *Homo Sociologicus*[7] als theoretisches Menschenbild richtet sein Handeln an sozialen Normen und Rollen aus. Dahrendorf (1977) sieht Sozialität als ein Gefüge sozialer Positionen und Rollen. Rollen bestehen aus einem Bündel von Erwartungen Anderer.

[7] Dahrendorfs Begrifflichkeit aus dem Jahr 1958 entspricht Max Webers traditionellem Handlungstypen.

Diese sollen vom Inhaber einer Position bzw. Rolle erfüllt werden. Die Verbindlichkeit der Rollenerwartung variiert zwischen Muss-, Kann- und Soll-Erwartung. Ein Rollenset besteht aus den Erwartungen, die mehrere Bezugsgruppen an eine Rolle haben. Soziale Rollen sind Verhaltensweisen, „die für den Einzelnen verbindlich sind und deren Verbindlichkeit institutionalisiert ist, also unabhängig von seiner oder irgendeines anderen Meinung gilt" (Dahrendorf (1977):47).

Dahrendorf stellt die Ambivalenz von Sozialität durch die Verlässlichkeit unserer Existenz fest. Dies steht in Verbindung mit einer Erwartungssicherheit auf der einen und dem sanktionierten Erwartungsdruck bei eigensinnigen Akteuren auf der anderen Seite. Damit wird ein rollenkonformes Verhalten forciert. „Gesellschaft ist die entfremdete Gestalt des Einzelnen, *homo sociologicus* ein Schatten, der seinem Urheber davongelaufen ist, um als sein Herr zurückzukehren" (Dahrendorf (1977):43).

Er definiert daher die Beziehung zwischen Gesellschaft und Individuum im Gegensatz zu Parsons (1964) als sanktionsgetrieben. Nach Parsons (1964) wollen sich die Individuen so verhalten, wie sie es sollen. Er formuliert, dass ein Akteur ein zielverfolgendes, handlungsfähiges Wesen mit Handlungsbeschränkungen und -optionen ist. Die Rolle definiert sich aus Sicht des Akteurs aus den normativen Erwartungen der Gruppenmitglieder, die in sozialen Traditionen zum Ausdruck kommen. Die Erwartungen werden über die Sozialisation Teil der Persönlichkeit und leiten das Handeln daher unabhängig von Sanktionen.

Das normative Paradigma der Rollen ist auf Situationen anwendbar, in denen Erwartungssicherheit durch Normen komplikationslos gegeben ist. Die sozialen Normen sind als Rollenerwartungen konzipiert, in denen der Akteur nicht selbstbestimmt, sondern als Rollenhandelnder begriffen wird. Nach Durkheim (1897) ist die Individualität nicht theoriefähig, sodass sich auf die durch Normen und deren Befolgung erzeugten Regelmäßigkeiten des sozialen Handelns konzentriert werden sollte. „Der Mensch braucht trotz aller Freude am Handeln, an der Bewegung, an der Anstrengung auch das Gefühl, dass seine Bemühungen nicht vergeblich sind und dass er weiterkommt. Man kommt aber nicht weiter, wenn man ohne jedes Ziel marschiert, oder, was auf dasselbe hinausläuft, wenn das Ziel, das man zu erreichen sucht, im Unendlichen liegt" (Durkheim (1897):281).

Laut Durkheim (1897), der den Begriff der Anomie maßgeblich prägt, verfällt die Gesellschaft immer mehr in einen Zustand tiefgreifender Erosion der Normen. Die Bindung der Individuen an die Gesellschaft wird schwächer, sodass bei geringerer Solidarität die Individuen meist nur dem staatlichen, unpersönlichen, standardisierten Regelwerk als Kollektiveinfluss gegenüberstehen. Der Einzelne versinkt in Regellosigkeit und Egoismus. Berufliche Gruppen können Orientierung und Halt durch die Erbringung und Erfahrung von Solidarität bieten. Somit entsteht ein moralisches Milieu, welches die Solidarität über diese Gruppen hinaus stärkt und den Egoismus ausbalanciert. Berufsgruppen stellen eine intermediäre Ebene der Beziehung zwischen Individuum und Gesellschaft dar. Familie und deren enge Freunde als Primärgruppen sind vor allem während des Erwachsenwerdens orientierend für die Moral. Verlässt der Heranwachsende das Elternhaus, löst sich diese enge Verbundenheit auf. Sowohl Primär- (hineingeboren) als auch Sekundärgruppen (Eintritt ist beeinflussbar (z. B. Verein) oder unbeeinflussbar (z. B. Schule)) erzeugen bei dauerhaftem Kontakt gemeinsame Einstellungen, Ziele, Gefühle und üben so (partielle) soziale Kontrolle bzw. Orientierung aus.

Sozialer Druck stellt äußere Erwartungen, die vom Rollenhandelnden als eine Art Über-Ich verinnerlicht werden. Ein Verstoß gegen die verinnerlichte Rollenerwartung führt zum Verlust der Selbstachtung bzw. zur Sanktionierung. Normorientierung impliziert somit keine Handlungswahlen im Sinne von Entscheidungen, die am eigenen Wollen ausgerichtet sind.
Das interpretative Paradigma der Rolle bezieht sich auf solche Situationen, in denen das Rollenhandeln nicht eindeutig oder ausreichend formuliert bzw. dem Handelnden bekannt ist. Durch kreative Eigenleistung werden situativ brauchbare normative Ordnungen installiert. Die Interpretation der Rollenanforderungen erfolgt in der Interaktion mit anderen. Daher werden gleiche Rollen durchaus individuell unterschiedlich ausgefüllt (vgl. Turner (1976)).

„'Handlungstheorien' als wissenschaftliches Vokabular bleiben jedoch unverständlich, wenn man sie nicht in den breiten kulturellen Kontext der alltagsweltlichen und intellektuellen (religiösen, philosophischen) Reflexion über die menschliche Sozialwelt einbettet [...]“ (Reckwitz (2004):303). Der Homo Sociologicus oder Social Man entscheidet

anhand der sozialen Ordnung des Handelns (ebd.:307). Das Modell beansprucht, die Voraussetzungen unter denen zweckrationales Handeln stattfindet auf der normativen Ebene herauszuarbeiten und betrachtet das zweckrationale Modell des homo oeconomicus als „[...] defizitär [...]“ (ebd.:309).
Die Handlungserklärung „soll nicht mehr eine bloße *Erklärung individuellen Handelns,* sondern eine Erklärung der Kollektivität von Handlungsmustern im Sinne einer *Erklärung intersubjektiver Handlungskoordination* liefern” (ebd.:309). Das Modell erklärt die Interaktion von mehreren, verschiedenen Personen, um gesamthaft eine Integration zu ermöglichen. Individuelle Handlungsziele werden durch normative Sollensregeln auf kollektiver Ebene ergänzt (ebd.).

Anmerkungen zur Idee des Homo Sociologicus

Basierend auf den Ausführungen von Reckwitz ist der Homo Sociologicus auf eine Erklärung für die Kollektivität von Handlungsmustern ausgelegt. Es stellt einen Versuch dar, die Handlungen einer Gruppe über deren Interaktionen zu erklären. Eine Korrelation auf der Kollektivitätsebene ist aber keine Kausalität auf der individuellen Ebene. Aufgrund der fehlenden universellen Normen kann daher keine Aussage auf individueller Ebene erfolgen.

Wie ist der Social Man und Rollen als Entscheidungsmodell zu bewerten? Gesellschaftliche Standardhandlungen für Rollen der Moderne gibt es immer weniger. Diese Rollen zeichnen sich durch teilweise widersprüchliche, aber vor allem wenig zwingende soziale Normen aus. Die moderne Gesellschaft relativiert die Erwartungssicherheit und reduziert die Sanktionierung auf die eindeutigen Erwartungen. Eine unbestimmbare Vielfalt situativer Anforderungen, die eine einzelfallspezifische Handlung verlangen, stellt das Rollenmodell vor unlösbare Erklärungsherausforderungen. Rollen und Normen sind in anderen individuell ausgerichteten Entscheidungstheorien eingeführt, sodass dieses Modell auf individueller Ebene nicht weiter vertieft werden muss.

Norm-Aktivations-Modell

Schwartz (1977) entwickelt mit seinem Norm-Aktivations-Modell eine Modellierung altruistischen Verhaltens. Wenn eine Person erkennt, dass sie einer anderen Person hel-

fen sollte und kann, dann wird aufgrund persönlicher Normen eine moralische Verpflichtung ausgelöst, dies zu tun. Daraufhin erfolgt eine Kosten-Nutzen-Analyse, die in einer Entscheidung zum altruistischen Verhalten oder Zurückweisung der Verpflichtung mündet.

Nach Hunecke, Blöbaum, Matthies, Höger (2001) ist das Modell auf das Umwelthandeln als rationalen Entscheidungsprozess unter Berücksichtigung von Gewohnheiten und Schuldgefühlen übertragbar. Sie nutzen das Modell, um die Wirkung von U-Bahn-Preisen und Distanzen auf die Nutzung von ÖV zu prüfen. Sie finden heraus, indem sie U-Bahntickets verschenken, dass die Ökonomie mit moralischen Appellen eine Wirkung auf die Verkehrsangebotswahl haben (ebd.:831).
Das Modell unterscheidet die Aktivierung der persönlichen Norm, die kognitive Bewertung und die Umsetzung (Hunecke (2000):51). Modifikationen des Modells (Reduktion der Eingangsparameter und Umbenennung der Parameter), wie für die o. g. Studie (Abbildung 10), nehmen Schärfungen an den berücksichtigten Parametern vor, verändern die Aussage aber im Grundsatz nicht.

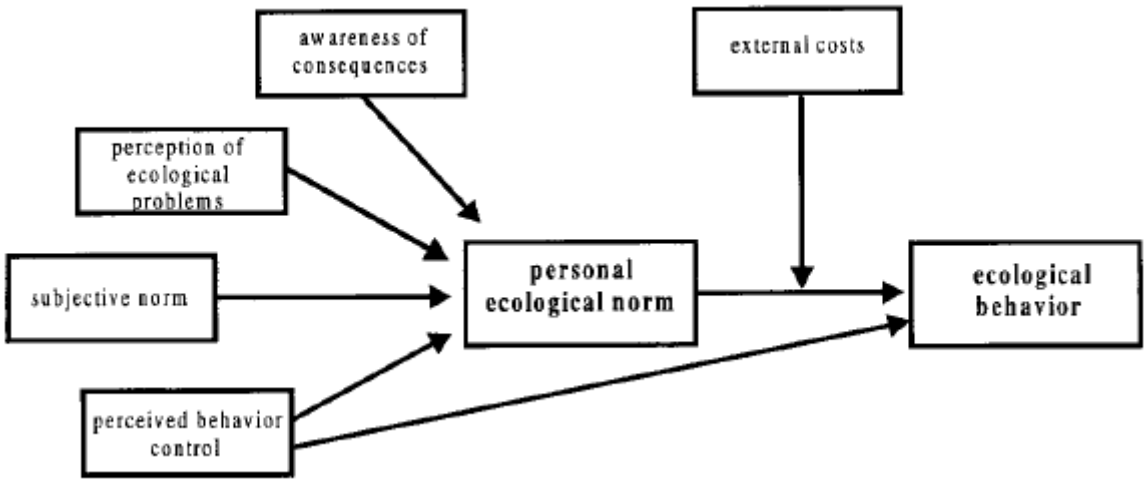


Abbildung 10: Modifiziertes Norm-Aktivations-Modell, Hunecke, Blöbaum, Matthies, Höger (2001):832

Das modifizierte Modell erinnert an eine auf die normative Komponente spezialisierte Ausprägung der Theory of Planned Behavior. Da die Studie von Hunecke, Blöbaum, Matthies, Höger (2001) ein als ökologisch eingestuftes Verkehrsangebot untersucht (ebd.:838), sollte das Ergebnis nicht überraschen, dass die Nutzer_innen des ÖV eine

Mischung von ökonomischen und ökologischen Argumenten als Beweggründe für die Nutzung angeben.

Anmerkungen zum Norm-Aktivations-Modell

Das Norm-Aktivations-Modell und seine Anpassungen sind für einen sehr eingeschränkten Teil der Entscheidungen zugeschnitten. Es demonstriert, dass die normativen Elemente situativ, kontextuell und motivational bedingt bedeutender sein können, als der reine Eigennutz. Allerdings kann man erkennen, dass im Alltag, ohne moralische Dilemma oder Hilfebedarf, die Normen weniger Relevanz für den Entscheidungsvorgang haben. Durch die Differenzierung von Schwartz wird deutlich, dass die Entscheidung und die Mechanismen aus unterschiedlichen Motiven heraus ausgelöst werden und dann ein alternatives Abwägungsziel verfolgt wird. Weiterhin, dass es wahrscheinlich nicht nur eine Regel gibt, die Menschen bei ihrer Abwägung berücksichtigen. Es lässt sich folgern, dass das Entscheidungsmotiv nicht nur die Motivation betrifft, sondern die Entscheidungsregel, die bei der Abwägung eingesetzt wird. Zudem steht der Entscheidungsmodus (bewusste oder unbewusste Entscheidung) im Zusammenhang zum Motiv hinter der Entscheidungsfindung.
Das Modell scheitert an allen Entscheidungen, bei denen eine subjektive Norm gering ist oder Moral keine relevante Rolle spielt.

Homo Oeconomicus Modell

Ein prominentes Rational-Choice-Menschenbild stellt der Homo Oeconomicus (engl. auch economic man) dar. Das Ziel dieses Modells ist die Beschreibung des aggregierten Verhaltens von Individuen. In der ökonomischen Anwendung werden rationale Marktteilnehmer bei gegebenen Nebenbedingungen aggregiert. Über eine partielle Abstraktion der Gesamtheit sollte eine wirtschaftlich rationale Verhaltensvorhersage in ökonomischen Theorien ermöglicht werden. Für die Untersuchung irrelevante menschliche Aspekte werden ausgeblendet (Franz (2004):9ff.).

Die Rational-Choice-Theorie (RC-Theorie bzw. RC-Modell) geht von einem objektivrationalen, eigennutzorientierten Individuum aus. Das Individuum ist sich seiner selbst voll bewusst und entscheidet unbeeinflusst anhand der individuellen Präferenzen. Von formaler Rationalität wird in diesem Zusammenhang gesprochen, wenn die objektiv

möglichen Mittel optimiert für einen bestimmten Zweck eingesetzt werden und substanziell, wenn er die maximale Option wählt (Franz (2004):4ff.).
„The assumption of rationality has a favored position in economics. It is accorded all the methodological privileges of a self-evident truth, a reasonable idealization, a tautology, and a null hypothesis. Each of these interpretations either puts the hypothesis of rational action beyond question or places the burden of proof squarely on any alternative analysis of belief and choice. The advantage of the rational model is compounded because no other theory of judgment and decision can ever match it in scope, power, and simplicity“ (Tversky, Kahneman (1986):274). RC-Modelle dienen nur instrumentell oder analytisch zum Verständnis des Individuums. Sie sollten als normative Modelle (wie entschieden werden sollte) und nicht deskriptive Modelle (wie real entschieden wird) angesehen werden (ebd.:251). Eine direkte Anwendbarkeit zur Erklärung des Verhaltens Einzelner wurde mehrfach widerlegt (u. a. Kahneman, Tversky (1979) mit der Prospect Theory).

Bei der Auswahl einer Option anhand eines „Nutzens“ kommen „Optimierungsregeln“ zur Anwendung. Der „Nutzen“ ist eine deskriptive Hilfsgröße, die von außen beschrieben wird und berechnet werden kann. Jede Option hat einen Nutzen, der als relevant für den_die Entscheiderin angenommen wird. Für die Auswahl wird eine „Optimierungsregel“ innerhalb bestimmter Grenzen angenommen (Finanzen, Flexibilität, Verfügbarkeit, Zeit). Ein Überschreiten der Grenzen führt zum Ausschluss einer Option und eine Unterschreitung nicht zwangsläufig zum Ausreizen der Budgets (z. B. können Ressourcen gespart werden) (Simon (1955):103).

Die objektiv rationalen Erklärungsperspektiven wurden auf aggregierte Phänomene der Politik, Rechtswissenschaften oder Soziologie erfolgreich angewandt. Dennoch wird weiterhin versucht, wie z. B. Dangschat, Segert (2011):57 dies tun, Einzelentscheidung mit Hilfe der RC-Modelle in einem individuellen Kontext zu erklären. Dangschat und Segert beziehen beispielsweise das gesamte Verkehrsverhalten und den verbundenen Alltag in das RC-Modell mit ein, um die Entscheidungen der Individuen im sozialen Kontext erklären zu können. Auch Eckhardt (2004):63 gibt nicht auf und meint: „In der verkehrswissenschaftlichen Diskussion wird das Konstrukt der Homo Oeconomicus gerne als unbrauchbar abqualifiziert. [...] Es lässt sich nämlich

zeigen, dass sich alle Einwände mühelos im Rahmen eines erweiterten Nutzen-Kosten-Kalküls darstellen lassen.“ In seiner Arbeit fokussiert er aber nur aggregierte Entscheidungsergebnisse, auch wenn er von „[...] individueller Entscheidung wie etwa der Verkehrsmittelwahl [...]“ (ebd.:63) spricht.

Bei dem Modell erfolgt eine Nutzenmaximierung oder Grenzaufwand /-nutzen-Betrachtung mit Hilfe der Wert-Erwartungstheorie. „Der Homo Oeconomicus bezeichnet einen (fiktiven) Akteur, der eigeninteressiert (a) und rational (b) handelt, seinen eigenen Nutzen maximiert (c), auf Restriktionen reagiert (d), feststehende Präferenzen hat (e) und über (vollständige) Informationen verfügt (f)” (Franz (2004):4). Diese Definition wird von drei Nebenannahmen begleitet: (1) Er ist lieber reicher als ärmer, (2) arbeitet lieber weniger als mehr und (3) konsumiert lieber früher als später (Simon (1955)).

Voraussetzung für die vollständige Informationsverfügbarkeit sind keine Lern- und Transaktionskosten. Dies impliziert, dass alle Nebenbedingungen der Entscheidung bekannt sind, Informationen auf der Angebots- und Nachfrageseite symmetrisch vorliegen, Informationen unabhängig vom Verhalten des entscheidenden Menschen sind und es kein Risiko der Entscheidung gibt. Das Bayes-Prinzip besagt, dass unter diesen Modellbedingungen die Alternative mit dem größten Erwartungswert gewählt wird (Nutzenmaximierung) (Feess (1997)).

Der_die Entscheider_in muss also eine Ordnung herstellen, welche Entscheidungsalternative den höchsten Nutzen hat. Eine Präferenzordnung definiert die Ordnung von Gütern, bzw. Güterbündeln, nach ihrer Wünschbarkeit. Die auf Gossen (1889) zurückgehende kardinale Nutzentheorie beschreibt eine Messbarkeit der Ordnung verschiedener Wirtschaftssubjekte anhand ihres Konsums. Die ordinale Nutzentheorie (insbesondere Vilfredo Pareto (1848-1923)) hingegen konzentriert sich auf die Erkenntnis, dass Nutzen rein subjektiv ist und daher nicht in dieser Art gemessen werden kann. Vielmehr ist jedoch eine subjektive Reihung möglich, die nicht direkt mit einer anderen subjektiven Reihung verglichen werden kann. In der weiterentwickelten axiomatischen Nutzentheorie wird ein Bündel mit hohem Nutzen als wünschbarer angesehen als eines mit geringerem Nutzen. Jedes Bündel darf aufwandseitig ein bestimmtes Budget nicht überschreiten (ebd.).

Die notwendigen Bedingungen als realitätsnahe Erklärung einer *Einzelentscheidung* sind nicht gegeben. Weder gibt es Menschen mit kompletten bzw. überprüfbaren Präferenzordnungen, noch sind diese historisch rekonstruierbar. Somit sind Interdependenzen verschiedener Präferenzordnungen bzw. Handlungen nicht möglich, was zu Erklärungsproblemen von Mitläufer-, Netz- und Snobeffekten führt (vgl. Feess (1997):199).

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass weder objektiv noch subjektiv limitierende Budgets in Studien innerhalb der Möglichkeiten ausgenutzt werden. U. a. Samuelson, Zeckhauser (1988) zeigen anhand einer Reihe von kontrollierten Experimenten, dass die Nutzenmaximierung nur in wenigen Fällen zur Handlungserklärung genutzt werden kann. „In particular, this finding challenges perfect optimizing models that claim (at least) allegorical significance in explaining actual behavior in a complicated imperfect world. Even in simple experimental settings, perfect models are violated" (ebd.:3). Experimente an der Harvard University anhand von Kranken- und Rentenversicherungen aus dem Jahr 1986 demonstrieren, dass nur bei individuellem Bedarf entschieden wird und dieser sich nicht an einer rationalen Auswahl ausrichtet. „Many people make the same choices year after year in important periodic decisions. It is the rare individual who fine-tunes such choices to changing economic circumstances, even though the transition costs may be small and the importance great" (ebd.:27).

Auch Tversky, Kahneman (1990) argumentieren auf Basis ihrer Empirie, dass das Modell nicht für einzelne Handlungsaussagen verwendet werden kann. Im späteren Kapitel zur Prospect Theory werden ihre Punkte ausgearbeitet.

Anmerkungen zum Homo Oeconomicus

Im Ergebnis bleiben die RC-Modelle sinnvoll auf aggregierte Vorgänge begrenzt. Sie beschreiben mit der Entscheidungsabwägung nur einen Teilaspekt des Entscheidungsvorgangs. Wie und wann eine Alternative als Option in der Realität wahrgenommen wird, wird ausgeblendet. Die Bedingungen des Homo Oeconomicus schränken eine Nutzbarkeit für die Beschreibung des *individuellen* Entscheidungsvorgangs ein. In der Folge führt dies dazu, dass dieses Modell nicht für die vorliegende Arbeit geeignet ist. Dennoch ist die Annahme, dass es bestimmte Entscheidungen gibt, bei denen eine Einzelperson unter Unsicherheiten „das Maximale" herauszuholen versucht, nicht

vollkommen unplausibel. Doch es braucht eine Brückenannahme, die erklären kann, wann dieses Ziel in einer Entscheidung verfolgt wird und wann ein anderes.

Modellmodifikation und Varianten des Homo Oeconomicus

Neben dem Grundmodell des Homo Oeconomicus, welches den Nutzen maximiert, gibt es eine Anzahl weiterer Modelle, die teilweise minimale Abweichungen zum ursprünglichen Modell haben. Am häufigsten werden weitere Grenzen und Optimierungsregeln eingeführt. Ist beispielsweise beim Homo Oeconomicus das Finanzbudget eine Grenze innerhalb derer kurzfristig maximiert wird, so ergänzt ein anderes Modell beispielsweise die langfristige Optimierung oder soziale Grenzen.

Beim Resourceful, Evaluative, Maximising Men (REMM) maximiert der Mensch seine Zielfunktion im Bewusstsein, dass er nicht alles weiß (Franz (2004):14). Das Modell vom Resourceful-Restricted-Evaluating-Expecting-Maximizing-Man (RREEMM) von Siegwart Lindenberg (Lindenberg (1985):100.f) verbindet Aspekte vom Homo Sociologicus und Homo Oeconomicus zu einem Modell. Dies führt aber trotz Modifikationen zu keinem neuen Modell und daher bleiben ungelöste Kritikpunkte bestehen. Lindenberg ergänzt conditio humana zum Homo Oeconomicus („Menschliche Budget-Grenzen“), wie z. B. soziale Beschränkungen oder kollektive Auswirkungen (nicht nur individuelle), hält aber an der Maximierungsregel fest. Er kann somit zwar einige soziale Aspekte in diese Entscheidung integrieren, löst die grundsätzlichen Probleme der Ausgangsmodelle jedoch nicht.

Das Modell des *Homo Oecologicus* ist eine Forderung der Umweltbewegung, bei der der Mensch ökologisch denkt und handelt und in der Interaktion mit seiner natürlichen Umwelt die gesellschaftliche Isoliertheit aufgibt. Obwohl es sich nicht um ein richtiges Modell handelt, zeigen gerade Studien mit ökologischem Hintergrund eine Tendenz, diese Forderung als real zu interpretieren (siehe die klassischen Carsharing Studien in folgenden Kapiteln). Der *Homo Cooperativus* versucht hingegen innerhalb der zusätzlichen Werte der Nächstenliebe, Hilfsbereitschaft und Kooperation langfristig zu maximieren.

Anmerkungen zu den Varianten vom Homo Oeconomicus

Die Kritik bleibt unverändert, dass diese Modelle ein durchschnittliches Verhalten einer größeren Gruppe simulieren können, in diesen Derivaten aber nur bestimmte Gruppen mit einem bestimmten Verhalten.

Individuell sind sie aber bei der Einzelentscheidung nicht überzeugend, da auch innerhalb alternativer Budget-Grenzen nicht jede Entscheidungsabwägung zur Nutzenmaximierung getroffen wird. Eine der Kernschwächen aller Modelle ist, dass ein Interesse an den Entscheidungen angenommen wird, das bei vielen Entscheidungen nicht vorhanden ist und kein kurz- oder langfristiges Maximierungsziel verfolgt wird.

Prospect Theory und Heuristiken

„The modern theory of decision making under risk emerged from a logical analysis of games of chance rather than from a psychological analysis of risk and value. The theory was conceived as a normative model of an idealized decision maker, not as a description of the behavior of real people" (Tversky, Kahneman (1986):251). Normative Modelle basieren auf plausibel erscheinenden Annahmen und daher erscheinen sie geeignet für die Verhaltensvorhersagen. Es wird angenommen, (1) dass Menschen ihre Ziele erfahrungsbasiert und effizient verfolgen, also die Wahl als Maximierung angenommen werden kann; (2) dass der Wettbewerb zwischen Menschen und Organisationen Rationalität fördert und (3) rationale Axiome annehmbar sind, auf denen eine Theorie aufbaubar ist (ebd.:251). Diesen plausibel klingenden Annahmen widersprechen Tversky und Kahnemann, da die tatsächlichen Verhalten zu stark vom normativen Modell differieren, dies zu systematisch vorkommt, als dass ein Zufallsfehler angenommen werden kann und die Abweichungen zu fundamental sind, als dass man diese einfach durch eine Lockerung der normativen Elemente beheben kann (ebd.:252). Insbesondere zeigt sich, dass dasselbe numerische Problem unterschiedlich entschieden wird, je nachdem, ob es als potenzieller Verlust oder potenzieller Gewinn formuliert wird. Die Rahmung (engl. framing) des Problems verändert demnach die Wahrnehmung des Problems und die folgende Entscheidung (ebd.:259).

Mit der Prospect Theory stellen Kahneman und Tversky ein alternatives Modell ohne normativen Charakter vor, da es keine Anforderung an Rationalität hat, sondern nur Präferenzen erklärt (ebd.:272). Die Kritik und das angebotene Modell berücksichtigen

vor allem den menschlichen Risiko-Aversionseffekt, dass sich Entscheidungen unter Risiko anders darstellen, als Entscheidungen in Sicherheit. Basierend auf den Erfahrungen, dass sich Entscheidungsverhalten asymmetrisch verhalten, schlagen Kahneman, Tversky (1979) die Ablösung der Wert-Erwartungstheorie bei Entscheidungen mit Risiken vor.

Bei ihrer Argumentation stellen sie fest, dass ein_e Entscheider_in Fehler bei der Bewertung einer Handlungsalternative korrigiert, wenn dieser realisiert wird und eine Korrektur möglich ist. „In many situations, however, the decision maker does not have the opportunity to discover that his preferences could violate decision rules that he wishes to obey“ (ebd.:277).

In einer Reihe von Beispielen demonstrieren sie, dass sicherer Nutzen höher bewertet wird, als ein unsicherer aber höherer Nutzen. Ebenso zeigen sie, dass sich die Präferenz bei sicherem Verlust umdreht und lieber ein unsicherer, aber höherer Verlust gewählt wird. Als Drittes zeigen sie, dass Versicherungen gegen Verluste, ebenso wie die zuvor genannten Effekte, asymmetrisch entschieden werden, je nachdem, welche Risiken bzw. Sicherheiten zugesagt werden und so gegen die ursprünglichen Annahmen der Wert-Erwartungstheorie verstoßen. Der *Isolation Effect* ist insbesondere bemerkenswert, da er zeigt, dass Entscheider_innen die verfügbaren Alternativen nach dem unterscheiden, was sie unterscheidet und nicht, was sie gemeinsam haben. Stehen sequenzielle Entscheidungen an, bei denen die erste Stufe gleich ist, wird nur die zweite Entscheidung betrachtet (ebd.:265ff.). Sie stellen fest „[...] that people normally perceive outcomes as gains and losses, rather than as final states of wealth and welfare“ (Kahneman, Tversky (1979):275). Diese Gewinne bzw. Verluste stehen relativ zu einem neutralen Punkt des_der Entscheiders_in. Der subjektive Wert ist, im Gegensatz zur ursprünglichen Theorie, nicht als absolut anzunehmen, sondern als relative und asymmetrische Funktion im Zusammenhang damit, ob es sich um einen Gewinn oder Verlust handelt. „[...] the differences between a gain of 100 and a gain of 200 appears greater than the differences between a gain of 1,100 and a gain of 1,200“ (ebd.:278). Dieser Wert wird dann mit dem *subjektiven decision weight*, anstelle einer *objektiven Eintrittswahrscheinlichkeit*, multipliziert.

Tversky, Kahneman und Gigerenzer belegen in ihren Forschungen ein breites Spektrum an situativen Heuristiken. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass nicht alle möglichen Heuristiken im Folgenden dargestellt werden, sondern nur die wichtigsten.

U. a. Aronson, Wilson, Akert (2008) sehen in kognitiven Verzerrungen einen systematischen Fehler beim Wahrnehmen, Erinnern, Denken und Urteilen. Diese Verzerrungen verändern die objektiven Fakten zu einem subjektiven Eindruck. Dabei können Aspekte der objektiven Welt in der subjektiven Welt ausgeblendet oder verändert werden.
Diese Verzerrungen treten meist unbewusst auf und ergeben sich u. a. aus automatischen Denkprozessen wie der *Urteilsheuristik*. Sie bietet bei fehlendem Wissen Handlungsoptionen in schwer abschätzbaren Situationen. Wahrscheinlichkeiten zum Eintritt eines Ergebnisses und zu den Folgen werden angenommen. Der Grund für den Wissensmangel spielt keine Rolle und die Heuristiken können aufgrund von Zeit- oder Motivationsmangel auftreten. Dies bedeutet, dass der Wissensmangel nicht zu einer Entscheidungsverhinderung führt. Vielmehr werden eigene Abschätzungen vorgenommen.
Dieser *automatische Denkprozess* läuft unbewusst, absichtslos, unwillkürlich und mühelos ab. Urteilsheuristiken werden aktiviert, wenn man kontrolliert denken möchte, aber wegen Übermüdung, Störung, Ablenkung und ähnlichem nicht dazu in der Lage ist.

Der *Rückschaufehler* verfälscht die Erinnerungen und Erfahrungen. Die Erinnerungen können besser oder schlechter erscheinen und bestätigen die eigenen Einstellungen bei Bedarf. „Das habe ich schon immer gewusst“ oder „Daran kann ich mich nicht erinnern“ (vgl. u. a. Blank, Musch, Pohl (2007)).

Der *Attributionsfehler* ergänzt den Rückschaufehler dadurch, dass Probleme oder positive Erfahrungen mit den eigenen Eigenschaften, Einstellungen oder Meinungen anstelle mit den vorherrschenden Bedingungen verknüpft werden. Anstelle der ursächlichen Situation werden die erfahrenen Folgen mit dem Angebot verknüpft.

Der *Auswirkungsfehler* ergänzt die falsche Attribution. Auswirkungen der negativen Ergebnisse, z. B. Verspätungen einer Bahnfahrt, in Umfang und Wirkung, werden, im Gegensatz zu den positiven Ergebnissen, z. B. vorzeitige Ankunft, überbewertet (u. a. Aronson, Wilson, Akert (2008):107ff.). Gemeinsam zeigen sie eine verzerrte Erfahrung, die erst durch mehrmalige Wiederholungen realistischer wird.

Bei mehrmaligen Nutzungen entfaltet der *Bestätigungsfehler* seine Wirkung. Die Informationen und Nutzungseindrücke werden so ausgewählt und interpretiert, dass sie der eigenen Erwartung entsprechen. Andere Eindrücke werden zum Teil (unbewusst) ausselektiert. Dieser Fehler wirkt deutlich auf die selektive Wahrnehmung und Aufmerksamkeit (Wason (1968)).

Die *Wiedererkennungsheuristik* nimmt Einfluss bei der Beurteilung von Entscheidungsoptionen unter Unsicherheit (bei Informationsmangel). Wenn eine Option bekannt ist und eine andere nicht, dann nimmt die Bekanntheit Einfluss auf die Entscheidung. Dies bedeutet, dass ein bekanntes Angebot einem unbekannten Angebot einzig aufgrund seiner Bekanntheit vorgezogen wird. Es reicht sogar die Verbundenheit mit etwas Bekanntem. Ist ein Attribut A nicht bekannt, Attribut B aber positiv bekannt und mit Attribut A verbunden, so wird Attribut A positiv aufgrund des Mediators B wahrgenommen (vgl. Goldstein, Gigerenzer (2002)). In der Wiedererkennung bzw. Bekanntheit geht es nicht um eine real gemachte Erfahrung. Es geht um die Vermutung, das Angebot schon einmal wahrgenommen zu haben.

Die *Ankerheuristik* sorgt bei der Einschätzung eines Attributes oder einer Eigenschaft, z. B. Preiswürdigkeit, dafür, dass ohne Vorwissen auf einen beliebigen / willkürlichen Orientierungspunkt (Anker) zurückgegriffen wird. Dieser wird aufgrund selbst generierter oder erhaltener (und eventuell zusammenhangloser) Informationen bestimmt. Der (erfundene) Punkt dient im Einschätzungs- und Entscheidungsprozess als Ausgangspunkt und trotz stückweiser Anpassung als Ursprung einer systematischen Verzerrung. Das Phänomen wurde in vielen zahlenbasierten Entscheidungen nachgewiesen.[8] Zum Teil werden die Anker aus vorangegangener Entscheidung entwickelt bzw. übertragen. Die Anker sind daher nicht immer komplett falsch und werden aufgrund der Erfahrung objektiv akzeptabel. Samuelson, Zeckhauser (1988):41 bestätigen experimentell eine Verbindung zwischen einer Überzeugung für eine Handlungsalternative (Status Quo erhalten) und der Verstärkung einer Ankerheuristik.

[8] vgl. z. B. Kristensen, H., Gärling, T.: The Effects of Anchor Points and Reference Points on Negotiation Process and Outcome, in: Organizational Behavior and Human Decision Processes, 71, S. 85-94, 1997; Mussweiler, T., Strack, F., Pfeiffer, T.: Overcoming the Inevitable Anchoring Effect: Considering the Opposite Compensates for Selective Accessibility, in: Personality and Social Psychology Bulletin, 26, S. 1142-1150, 2000; Wansink, B., Kent, R. J., Hoch, S. J.: An Anchoring and Adjustment Model of Purchase Quantity Decisions, in: Journal of Marketing Research, Vol. XXXV, S. 71-81, 1998

Die *Verfügbarkeitsheuristik* ist von besonderer Bedeutung für die Relevanz von Elementen in der Wahrnehmung. Ist die Wahrscheinlichkeit (Wichtigkeit bzw. Häufigkeit) eines Ereignisses nicht bekannt, kann auf ähnliche Erfahrungen im Gedächtnis zurückgegriffen werden. Leicht erinnerbare Ereignisse oder Ergebnisse werden als wahrscheinlicher eingestuft als jene, die schwer zu erinnern sind. Die Erinnerungsverfügbarkeit beeinflusst die Entscheidung unabhängig davon, ob es sich um einen automatischen oder kontrollierten Denkprozess handelt (Tversky, Kahneman (1973)).

Anmerkungen zur Prospect Theory

Die Prospect Theory ist sicher besser geeignet zu verstehen, wie Abwägungen getroffen werden. Insbesondere wird von einer objektiven in eine subjektive Perspektive gewechselt. Daher ist die Berücksichtigung als Teil des Entscheidungsvorgangs besser geeignet als symmetrische und objektive Wahrscheinlichkeitsmodelle.

Positiv ist zudem, dass die Prospect Theory nicht der Idee widerspricht, nur solange abzuwägen, bis ein subjektiv relevanter Nutzen mit einer Alternative erreicht wird (Administrative Man). „Indeed, prospect theory is an attempt to articulate some of the principles of perception and judgment that limit the rationality of choice" (Tversky, Kahneman (1986):273). Für die Rekonstruktion ist bedeutsam, dass Alternativen individuell wahrgenommen werden und einen individuellen Nutzen beinhalten, der von einer objektiven Einstufung abweicht. Wird keine Laborsituation angenommen, so zeigen Heuristiken, dass die Umwelt keine direkte Verbindung zum individuellen Entscheidungskontext besitzt.

Administrative Man-Modell

„Broadly stated, the task is to replace the global rationality of economic man with a kind of rational behavior that is compatible with the access to information and the computational capacities that are actually possessed by organisms, including man, in the kinds of environments in which such organisms exist" (Simon (1955):99). Im Gegensatz zum Economic Man und der Prospect Theory begrenzt das Modell des *Adminstrative Man* den Abwägungsprozess. Das Modell stellt die Aufwandsminimierung, um einen zufriedenstellenden Zielnutzen erreichen zu können (engl. satisficing), in den

Mittelpunkt.

U. a., weil Menschen den objektiv-rationalen Ansprüchen nicht genügen, wurde das Modell der „begrenzten“ Rationalität *(Administrative Man)* durch Simon (1955) entwickelt. Simon argumentierte in seinen behavioristischen Annahmen, dass Rationalität in der Psychologie eine große Rolle spielt und die Nutzenmaximierung, ebenso wie in der Soziologie, selten zu beobachten ist. Hierzu ergänzte er, dass die Komplexität der notwendigen Informationsverarbeitung durch Menschen nicht bewältigt werden kann und somit immer nur unvollständige Informationen die Entscheidungsbasis bilden. Mit dieser Kritik führte Herbert Simon die beschränkte oder begrenzte (engl. limited[9]) Rationalität der sozialökonomischen Verhaltensforschung ein. Simon unterscheidet die objektive Rationalität bei objektiv richtiger Entscheidung von der subjektiven Rationalität auf Grundlage der Fakten, die dem_der Entscheider_in vorliegen (vgl. für die Theorie die Ausführungen von Simon (1955, 1959, 1965, 1993, 1997)).

Er kritisiert am Homo Oeconomicus, dass es (1) ein Set von kontrollierbaren und bekannten Alternativen gibt, (2) deren erzieltes Handlungsergebnis in eindeutiger Abhängigkeit zu einer Alternative steht und es (3) eine Ergebnispräferenz gibt (Simon (1955):100).

Beim *Administrative Man* greift er die Punkte auf und zeigt ein Modell, bei dem aus den bekannten Optionen diejenige gewählt wird, die mit dem größten Nutzen oberhalb der Nutzenschwelle des entscheidenden Menschen liegt (ebd.:104ff.).

Er ergänzt, dass die Komplexität der notwendigen Informationsverarbeitung nicht bewältigt werden kann und daher unvollständige Informationen die Entscheidungsbasis darstellen. Zudem ist das Individuum nicht in der Lage, die Zukunft umfassend abzuschätzen. Es ist möglich, dass der Informationsmangel subjektiv unentdeckt bleibt. „Our whole point is that it is important to make explicit […] that for many purposes we are interested in models of ‘limited’ rationality rather than models of relatively ‘global’ rationality” (Simon (1955):113). Irrational bleibt ein Verhalten, wenn nicht die angemessenen Schlüsse aus der subjektiven Situation gezogen werden.

[9] „bounded“ wird bei Einschränkungen der menschlichen Fähigkeiten verwendet.

Simon (1993) fasst zusammen, dass ein Organismus zur Ausprägung einer begrenzten Rationalität die Fähigkeiten besitzen muss, seine Aufmerksamkeit zu fokussieren und Ablenkung zu vermeiden. Außerdem muss er in der Lage sein, die notwendigen Informationen zu sammeln, zu vereinfachen und zu reduzieren (Simon (1955):106). „My first empirical proposition is that there is a complete lack of evidence that, in actual human choice situations of any complexity, these computations can be, or are in fact, performed“ (ebd.:104). Dies bedeutet, dass bei wiederholten Entscheidungen keine Konsistenz sichergestellt ist. Das Individuum entscheidet in der gleichen Situation zum Teil unterschiedlich, da die Vereinfachungen unterschiedlich wirken.

In der Realität gibt es keine Eindeutigkeit zwischen Option und Ergebnis, da sich mehrere mögliche Ergebnisse einer Handlung zuordnen lassen. Ein Ergebnis muss entsprechend als wahrscheinliches Ergebnis einer Handlung betrachtet werden. Die erhöhte Unsicherheit wird durch die Ungewissheit des genauen Ergebnisniveaus verstärkt. Auch sind Zusammenhänge bei multiplen Wahlentscheidungen nicht immer ersichtlich. Die Erfahrung aus vorhergehenden Entscheidungen ermöglicht, dass Ergebnisse besser einer Handlung zugeordnet werden können. Die Handlungs-Ergebnisbeziehung verliert an Unsicherheit. Gleichzeitig stehen nicht immer alle Entscheidungsoptionen zur Verfügung und oft fehlt das Wissen über deren Verfügbarkeit. Die Annahme des Engpasses in der Informationsverarbeitung („nicht können“) bei Simon legt den Schluss nahe, dass die Suche nach Handlungsoptionen automatisch endet (ebd.:108ff.).

Gäbe es oberhalb der Nutzenschwelle zu recherchierende Optionen, wäre eine aufwandsintensive Suche irrational, da der angestrebte Nutzen ohne weiteren Aufwand erreicht ist. Nach Simon kann der entscheidende Mensch ohne vollständiges Wissen eine Erfolgswahrscheinlichkeit für ein Handlungsergebnis bestimmen. Eine erwartete Unterschreitung des Zielniveaus motiviert zur Suche nach einer weiteren Handlungsoption oder zur Absenkung des Nutzenniveaus (Reiss (2004):186ff.). Eine erwartete Überschreitung verleitet zur Passivität bzw. Erhöhung des Nutzenniveaus (vgl. Simon (1955-1997)).

Simon (1993):33ff. sieht daher keinen Widerspruch zwischen begrenzter Rationalität, Intuition und Heuristiken.

Anmerkungen zum Administrative Man

Obwohl das Modell des Administrative Man dem Economic Man in der Realitätsnähe überlegen ist, zeigt es seine Schwächen bei der Integration von automatisierten und gelernten Rollenverhalten bzw. individuellen Normen. Eine normbasierte Reduktion von Handlungsoptionen ist in allen nutzenzentrierten Modellen nur mit Hilfsannahmen möglich. Bedeutender ist die Vorstellung, dass es einen Mechanismus für alle Entscheidungen gibt. Die Aufwandsminimierung ist sicher dann angebracht, wenn die Entscheidung wenig Interesse hervorruft – was bei der alltäglichen Verkehrsangebotswahl sicher der dominierende Fall ist. Doch es ist eine Brückenannahme notwendig, wann die Aufwandsminimierung erfolgt und wann die „maximal beste Option“ gewählt werden soll.

Theory of Planned Behavior

Die *Theory of Planned Behavior (*Theorie des geplanten Verhaltens, im Folgenden TPB genannt, Ajzen (1991)) stellt eine Weiterentwicklung der *Theory of Reasoned Action* (TRA, Theorie des begründeten Verhaltens, Ajzen, Fishbein (1980)) und frühen Forschungen von La Piere dar, die eine Verbindung zwischen Einstellungen und beobachtbarem Verhalten vermuteten, dies aber nicht befriedigend validieren konnten (vgl. Frey, Stahlberg, Gollwitzer (1993)). Die TPB erweitert die Komponenten der TRA um die tatsächliche und die wahrgenommene Handlungskontrolle.

Die TPB gilt als eine der meist angewandten Verhaltenstheorien, da sie zum einen für sich *beansprucht jedes nicht völlig automatisierte Entscheidungsverhalten erklären* zu können und zum anderen durch ihre Operationalisierung und Messinstrumente breit anwendbar ist (Bamberg, Schmidt (1999):26). Sie wurde bereits mehrfach erfolgreich für die Handlungsprognose in der Verkehrsangebotswahl eingesetzt (vgl. u. a. Held (1982), Verron (1986):117, u. a. Bamberg (1993, 1995, 2003, 2006)).

Die Theorie versucht, eine Handlungsdurchführung mit Hilfe einer Handlungsintention vorherzusagen. Eine Handlung wird intendiert und bei vorhandener Handlungskontrolle ausgewählt, wenn eine Person ein Verhalten bzw. dessen Ergebnis als positiv bewertet und andere für sie bedeutsame Personen dies ebenso tun. Die TPB basiert u. a. auf der Wert-Erwartungstheorie, sodass die Intention für die Handlung am größten ist, die in der Summe der Komponentenwerte den höchsten Wert erhält.
Nach Fishbein sind vier Faktoren für eine hohe Prognosequalität sicherzustellen.
(1) Die Handlung muss willentlich gesteuert werden, sodass automatisierte Entscheidungen im Grundmodell nicht berücksichtigt werden.
(2) Beide, Handlung und Intention, müssen sich auf dasselbe Objekt, dieselbe Zeit und dieselbe Situation beziehen.
(3) Die stabile Situation ergänzt den Anspruch der Wiederholbarkeit unter gleichen Bedingungen.
(4) Die Intention muss sich auf eine konkrete Handlung und keine allgemeine Klasse beziehen. „[A]sking a person to classify himself as performing or not performing the behavioral category (i. e. dieting) does not provide a meaningful classification, since such judgments are arbitrary. It follows that a measure of intention to diet or to perform some other general category may not be a good predictor of the behavioral index computed on the basis of a set of single actions“ (Ajzen, Fishbein (1980):46).

Abbildung 11 stellt die Theorie in einer Übersicht dar.

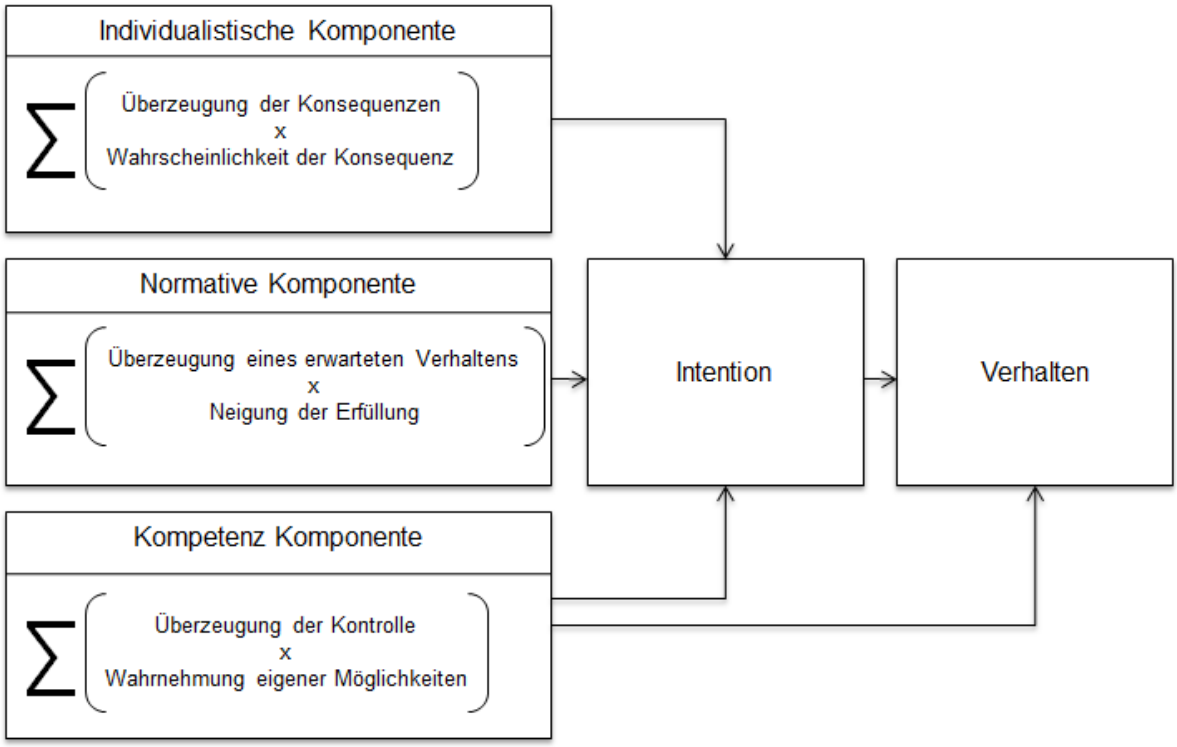


Abbildung 11: Theory of Planned Behavior, Ajzen (1991) (eigene Darstellung)

Die *individualistische* Komponente (Einstellung bzw. „Wollen-Komponente“) beinhaltet die Meinung einer Person und erfasst sowohl die positive als auch die negative Bewertung einer Handlung und deren Ergebnis (Ajzen, Fishbein (1980). Wenn eine Person annimmt, dass das Ergebnis einer Handlung mit hoher Wahrscheinlichkeit positiv und mit geringer Wahrscheinlichkeit negativ ausfällt, ist die Komponente positiv. In einem wiederkehrenden Entscheidungsmoment werden die Bewertungen des vorherigen Entscheidungsmomentes wieder abgerufen (Ajzen, Fishbein (1980):245).
Die individualistische Komponente ist das Ergebnis der Erfahrungen. Sie beinhaltet Affekte (z. B. Angst, Ärger) und umfasst die als wahrscheinlich angenommene abstrakte, konkrete, unbelebte oder belebte Vorstellung bzw. das Wissen (engl. beliefs) und die Bewertung aller denkbarer Dinge und Personen und bildet damit die sozialisationsgeprägte, subjektive Vorstellung ab (vgl. Fishbein, Ajzen (1975), Verron (1986), Bohner (2002)). Affektive Bestandteile wirken bei der Einstellung stärker als kognitive Bestandteile (vgl. Ajzen (2001):34).

Drei „Belief“-Kategorien können unterschieden werden. Die *Descriptive Beliefs* werden durch direkte Beobachtung erworben und beschreiben das Objekt / Konzept. Z. B. das Bahnangebot schnell. *Informational Beliefs* entstehen durch Informationen durch Dritte

(z. B. meine Mutter sagt, die Bahn sei immer schnell) und die *Inferential Beliefs* entstehen durch Schlussfolgerungen (z. B. wenn A schneller am Ziel ankommt als B ist das von A gewählte Verkehrsangebot schneller).
Diese Beliefs beziehen sich auf beobachtbare oder nicht-beobachtbare Phänomene. Dadurch können Aspekte logisch geschlossen werden und Informationselemente auf ein Objekt bedeutungsvoll übertragen werden.

Die Einstellung besteht aus der individuellen Bewertung einer Objekteigenschaft und der angenommenen Stärke der Verbindung zwischen einem Objekt und der Eigenschaft (Ajzen (2001):37). „The usual assumption is that by means of changing the attitudes of individuals it is possible to influence their behavior, to improve social relations, or to produce social change" (Fishbein, Ajzen (1975):387). Doch die Verbindung zwischen primären und inferential beliefs ist unterschiedlich ausgeprägt. So führen Änderungen in den primären beliefs nicht automatisch zu einer Änderung der Bewertung einer Handlungsoption.

Die Herausforderung besteht in der Identifizierung der salienten (situativ relevanten) beliefs. Unklar ist, ob und wie sich die Salienz von beliefs verändern lässt. „Salient beliefs" bezeichnen die Vorstellungen von einem Attribut eines Objektes, die die Vorstellung über ein Objekt beeinflussen. Diese Attribute werden von einer Person zuerst genannt, sind individuell verschieden und verbinden ein Objekt mit einem Handlungsziel (Fishbein, Ajzen (1975)).
Obwohl viele „beliefs" für ein Objekt genannt werden könnten, werden nur die wertenden Vorstellungen, die in einem Moment spontan, automatisch erinnerbar bzw. verfügbar sind als einstellungsbeeinflussend angenommen. Ajzen (2001):32 definiert diese als die salienten Beliefs und salienten Einstellungen, auch wenn keine Bewertung erfolgen soll. Salient sind die schnell erinnerbaren Elemente, die im Entscheidungsmoment den relevanten Entscheidungskontext bilden (ebd.:35ff.).
Diese als wichtig (engl. important) empfundenen beliefs prägen somit die Erwartungen gegenüber einem Objekt (vgl. Osgood, Suci, Tannenbaum (1957), Ajzen (2001)). Wichtigkeit und Erinnerbarkeit stehen in einem korrelierenden Zusammenhang. Die Wichtigkeit steht in Abhängigkeit zu den temporär bzw. aktuell verfolgten Zielen (vgl. Markman, Brendl (2000)).

Die nur wenigen Vorstellungen werden in Abhängigkeit des Kontextes, des entscheidenden Menschen, des Objektes und des Ziels des entscheidenden Menschen handlungsrelevant. (vgl. Osgood, Suci, Tannenbaum (1957), Ajzen (2001), Haddock, Zanna (1998) zur Abhängigkeit, Kempf (1999) zu den Objektabhängigkeiten, Markman, Brendl (2000) zur Abhängigkeit zum Ziel). Z. B. ist ein einfaches Navigationsgerät im Auto nur handlungsrelevant, wenn man sich nicht auskennt.

Die automatische Bewertung zu jedem Objekt bzw. Subjekt ist so grundlegend, dass von einem Bedürfnis der Bewertung gesprochen wird (Petty, Jarvis (1996), Bargh, Chartrand (1999)).
Die Komponente ist die zusammengefasste Kenntnis über das Subjekt bzw. Objekt und ist handlungsleitend, wenn auch zum Teil ambivalent: Positive und negative Bewertungen können gleichzeitig als Ergebnis der Sozialisation entwickelt werden (vgl. Wilson, Lindsey, Schooler (2000), McGregor, Newby-Clark, Zanna (1999)).

Die *normative* Komponente (subjektive Norm bzw. „Sollen-Komponente“) umfasst den individuell wahrgenommenen sozialen Umgebungsdruck, der aus dem allgemein als angemessen betrachteten Verhalten im sozialen Kontext resultiert. Es handelt sich um die Meinung einer Person, andere Personen oder Gruppen würden erwarten, sie solle eine Handlung durchführen oder unterlassen, und um die Neigung der Person, diese Erwartung zu erfüllen. Wenn die Person eine geringe Neigung hat, die Erwartungen zu erfüllen, hat die subjektive Norm einen geringen Einfluss auf das zu erwartende Verhalten (Ajzen, Fishbein (1980).

Subjektive Normen sind im Verkehr, nach den Studien von Bamberg, ein belegter Einfluss auf die Handlungswahl. Normen können oft als vernünftig begründeter, verinnerlichter Teil der Persönlichkeit betrachtet werden, deren Einhaltung und Durchführung automatisch geschieht. Bamberg, Blömbaum, Hunecke (2007) zeigen in einer Frankfurter/Bochumer Doppelstudie auf, dass die sozial-normativen Einflüsse in Stärke und Form ihrer Wirkintensität bei der Verkehrsangebotswahl von dem Kontext abhängig sind.

Cialdini, Reno, Kallgren (1990) trennen zwischen injunktiven und deskriptiven Normen.

Deskriptive Normen beschreiben ein beobachtetes situatives Verhalten, welches die Mehrheit der Personen in einer bestimmten Situation zeigt. Dies scheint in unbekannten Situationen besonders als Orientierung wirksam. Injunktive Normen sind die bekannten sozialen Regeln eines situativ angebrachten bzw. vorgeschriebenen Handelns.

Die individualistische und die normative Komponente befinden sich in einer gegenseitigen Abhängigkeit. Gesellschaftliche Trends und Sozialisationsbedingungen wirken sowohl auf die Sollen- als auch auf die Wollen-Komponente (Bamberg (2004):68). Aufgrund der wenigen empirischen Befunde ist die genaue Wirkung der sozial-normativen Einflüsse auf die individuellen Einstellungen allerdings noch nicht eindeutig ermittelt. Die Ausführungen von Bamberg (2004) stellen eine Übersicht von sechs Studien vor, die eine starke Differenz der statistisch signifikanten Einflüsse auf die Intention der subjektiven Norm, Einstellung und wahrgenommene Verhaltenskontrolle zeigen. Die erklärte Varianz zwischen Einflüssen und Verhalten rangiert in den Studien zwischen 26% - 67% und zwischen Einflüssen und Intention zwischen 28% - 88%. „Zusammenfassend belegen die Untersuchungsbefunde, dass sozial-normative Faktoren anscheinend viel stärkeren Einfluss auf die individuelle Verkehrsmittelwahl haben als bisher angenommen. Besonders interessant ist der Befund, dass Stärken und Form dieser sozial-normativen Einflüsse auf das individuelle Verhalten dabei anscheinend von situativen Kontextmerkmalen abhängen“ (ebd.:67).

Die *Kompetenzkomponente* (wahrgenommene Kontrolle bzw. „Können-Komponente“) reflektiert die Einschätzung, wie einfach die intendierte Handlung ausgeführt werden kann. Je höher die Kompetenz ist (Fähigkeiten, Ressourcen und Möglichkeiten), desto größer erscheinen die wahrgenommene Kontrolle und die Intention zu handeln. Diese Einschätzung kann auf eigenen Erfahrungen, auf Beobachtungen oder Erfahrungen anderer Personen beruhen. Die wahrgenommene Kontrolle wirkt begrenzend auf die Intention und die Handlungsoptionen. Die Theorie begründet dies mit einer stark ausgeprägten Reflektion der Person und der Fähigkeit, die Handlung gegenüber der Intention zu ändern.

Intentionen sind der zweckgerichtete Absichtsteil einer Handlung. Zimbardo, Gerring (1999) sehen in der Intention das abgrenzende Merkmal einer Handlung von einer

reinen Verhaltensabsicht ohne Handlung. Die Bedeutung der drei Komponenten (Sollen, Wollen, Können) für die Intention variiert je nach Entscheidungskontext, -moment und Entscheider.
Wenn die Intention und die Handlung nicht übereinstimmen, so begründet die Theorie dies nicht eindeutig. Offen bleibt, ob die Abweichung durch eine Änderung der Intention oder durch mangelnde Handlungskontrolle des entscheidenden Menschen begründet ist.

Versuche, die TPB zu einer allgemeingültigen Erklärungstheorie jenseits der willentlich kognitiven Entscheidung zu erweitern, scheiterten bisher. Neben eher kleineren Kritikpunkten, wie der Kombinationsregel der Komponenten der Theorie (vgl. Anderson (1966)), stößt die Integration der Gewohnheit auf größeren Diskussionsbedarf.

Fluktuierende Studienergebnisse lassen weitere Mediatoren zwischen den drei Komponenten und der Handlung vermuten (anstelle der Intention). Die Konstruktionen haben entweder einen eigenen Mediator oder einen automatisierten kognitiven Prozess, der nicht bewusstseinsfähig über die Intention wird (Bamberg (1996):295f.) „Im Gegensatz zu Reflexen handelt es sich jedoch bei habitualisiertem Verhalten um zielgerichtetes Verhalten“ (ebd.:297). Daher wird eine Wiederholung als kognitives Skript vorgestellt, dass situativ trainiert wird und mit steigender Wiederholung automatisiert ausgelöst wird.

Priester, Petty (1996) demonstrieren, dass ein Gewohnheitsfaktor ohne vorherige Intention wirkt. Je stärker er ist, desto geringer ist die Wirkung der kognitiv relevanten Elemente, wie Einstellungen und Normen, die eine Handlungsintention bewirken (vgl. z. B. Arbeiten von Bamberg, Schwartz, Tessler (1972), Verron (1986), Bentler, Speckart (1979) sowie für Gewohnheiten in anderen Anwendungsfeldern Wittenbraker, Gibbs, Kahle (1983), Orbell, Blair, Sherlock, Conner (2001)).

Die Studien von Bentler, Speckart (1979) und Orbell, Blair, Sherlock, Conner (2001) zeigen, dass Gewohnheiten den Einfluss der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle reduzieren. Als Beispiel gelten Suchtverhalten bzw. sozial unerwünschtes Verhalten (subjektive Normen stehen im Widerspruch zu den Einstellungen).

Kognitive Planungsvorgänge erhöhen die intentionskonsistente Verhaltensweise, auch bei vorhandenen Gewohnheiten (Bamberg (2000)).

Habitualisierungen umfassen die automatisierte Entscheidung und Durchführung einer Handlung. Ouelette, Wood (1999) belegen, dass vergangenes Verhalten notwendig, aber nicht hinreichend für eine Habitualisierung ist und unterschiedliche Wirkweisen zeigt. Selten wiederholte Handlungen wirken über eine Intention, häufige Wiederholung automatisiert ohne eine bewusste Intention. Bei starken Intentionen besteht wiederum kein Zusammenhang mehr zwischen vergangenem und zukünftigem Verhalten.

Ajzen (2001):46 sieht allerdings die genannten Größen als noch nicht abschließend diskutiert an. In Ajzen (2002) diskutiert er viele der Effekte und erklärt die Wirkung von „residual effects“ auf die Prognose zukünftiger Verhalten. Im Kern wird die Wirkung des vergangenen Verhaltens als Faktor für empirische Studien empfohlen aber für die Theorie selber abgelehnt mit der Begründung, dass der Faktor sich selbst aus vergangen Faktoren zusammensetzt und diese Zusammensetzung besser untersucht werden solle (ebd.:120).

Anmerkungen zur TPB bei der Entscheidung eines Verkehrsangebots

Die TPB ist einer der wenigen überzeugenden Ansätze, um die Entscheidung und die Elemente des Entscheidungsvorgangs zu verstehen. Insbesondere wird die subjektive Perspektive des_der Entscheiders_in eingenommen. Wenn sich das Individuum daraufhin kognitiv und bewusst mit einer Entscheidung beschäftigt, dann kann über eine Intention eine Handlung vorhergesagt werden. Bemerkenswert ist, dass neben der persönlichen Perspektive die persönlich relevanten Perspektiven des Umfeldes in das Modell einfließen.

Das Modell beschreibt keinen kompletten Entscheidungsvorgang. Es fehlen unbewusste sowie nicht-kognitive Entscheidungen. Somit muss bei der Rekonstruktion die erste Ebene, in der die Wahrnehmung der Umwelt eine Rolle spielt, gesondert beleuchtet werden. Ebenso ist der Bereich zwischen bewusster und unbewusster Entscheidung besser zu beleuchten. Denn hier scheinen die bisherigen Autoren keine schlüssige Integration vorgestellt zu haben.

Requirements Opportunities Abilities-Modell (ROA)

Im Kontext zur TPB untersucht Harms (2003) die Möglichkeit ein neues Verkehrsangebot, Carsharing, für den_die Entscheider_in relevant zu machen. Dabei ist sie mit dem Problem von starken Routinen konfrontiert. Sie stellt fest, dass es bei stabilem Kontext keine Gründe gibt, sein Entscheidungsergebnis, also das Handeln, zu verändern (ebd.:179ff.). In der logischen Konsequenz sieht sie einen Ansatzpunkt in der Veränderung des Kontextes. Ändert sich der Kontext, dann müsste es eine Möglichkeit geben, dass die Entscheidung verändert wird. Für das Überdenken wurden drei Kategorien, die Änderung von Anforderungen, Möglichkeiten oder Fähigkeiten, identifiziert (ebd.:188). Diese Veränderungen öffnen ein Fenster die Entscheidung zu verändern. Harms (2003):192ff. stellt mit ihrem ROA-Modell (Requirements, Opportunities, Abilities-Modell) einen Ansatz vor, der das NOA-Modell (Needs, Opportunities, Abilities-Modell) und die TPB verbindet. Die Idee ist, dass Faktoren des Kontextes, also Lebenssituation, Mobilitätsbedingungen und soziales Umfeld, auf Anforderungen (engl. Requirements), Möglichkeiten (engl. Opportunities) und Fähigkeiten (engl. Abilities) wirken und so die Einstellung und die Nutzenkontrolle verändern. Zudem berücksichtigt Harms die Möglichkeit der Wertänderung, die sich ebenfalls auf die Einstellung auswirkt.

Anmerkungen des ROA-Modells als TPB-Derivat

Eigentlich ist das ROA-Modell keine eigene Theorie. Vielmehr kann man diesem Modell entnehmen, dass es Veränderungen im Kontext gibt und diese dann auf die Abwägung wirken. Interessant ist insbesondere, dass eine Umbruchsituation als wichtigste Möglichkeit erkannt wird, wie bestehende Routinen einer Verkehrsangebotswahl wieder verändert werden können. Über die TPB hinaus liefert der Ansatz keine neuen Erkenntnisse zum Entscheidungsvorgang. Das Modell berücksichtigt die subjektive Wahrnehmung, geht aber leider nicht darauf ein, wie eine Kontextänderung subjektiv relevant gemacht werden kann. Es fehlt die Verbindung von Motiv zu Interesse und Wahrnehmung, sodass subjektiv relevante Änderungen, die auf ein Interesse oder Unzufriedenheit bei dem_der Entscheider_in treffen, nicht vertieft werden.

Complex Man-Modell

Schein (1980) bringt mit dem komplexen Menschen *(Complex Man)* ein vielseitigeres Entscheidungsmodell in die Überlegungen ein, das kalkulatorisch zwar schwerer zu fassen ist, aber einer plausiblen Beschreibung nahe kommt. Dieses ursprünglich für die Organisationsforschung entwickelte Bild basiert auf fünf Annahmen, die den Menschen im Ergebnis als lernendes, sich entwickelndes sowie situativ, erfahrungs- und kompetenzabhängig agierendes Wesen darstellt (ebd.:94). Die Annahmen sind:

1. Der Mensch als komplexes und variables Wesen verfolgt vielfältige, situationsabhängige, untereinander in Interaktion stehende und individuell hierarchisch geordnete Motive.
2. Der Mensch ist in der Lage, sich jederzeit neue Motive anzueignen.
3. Der Mensch passt seine Motive situationsabhängig an.
4. Die Produktivität eines Menschen in der Unternehmung ist nicht nur durch die persönliche Motivation, sondern auch durch die individuellen Fähigkeiten, die Erfahrung und die Interaktion mit anderen Menschen bedingt.
5. Die Menschen reagieren abhängig von eigenen Motiven und Fähigkeiten auf unterschiedliche Managementstrategien.

Neuberger (2002):79 ergänzt, dass die erste Annahme „formbar“ beinhalten müsse, da das Individuum sich nicht immer nur ausschließlich aus sich selbst heraus, sondern durch seine Interaktionen und Normen in seinen Handlungen formt.

Das Modell kann *kulturtheoretische Bestandteile* aufnehmen und ist damit nicht in der dogmatischen Starrheit der anderen Modelle gefangen. „Die Akteure mögen tatsächlich mit ihrem Handeln Zwecke verfolgen, sie werden Überzeugungen haben und sich – zumindest in bestimmten Fällen – von Normen leiten lassen, aber damit ist nicht geklärt, wie sie dazu kommen, bestimmte Zwecke und Interessen als für sich wünschenswert zu definieren, bestimmte Überzeugungen für wahr und bestimmte Normen für legitim und situationsadäquat zu halten“ (Reckwitz (2004):316). Die kulturtheoretische Modellierung erklärt, wie in der zeitlichen Abfolge und über räumliche Grenzen hinweg wiederholtes und gleichförmiges Handeln ohne intersubjektiv sinnhafte Bezugnahme entsteht.

Die Überlegungen basieren auf einer *kollektiven Wissensordnung***.** Diese ermöglicht es nach Reckwitz (2004), durch gemeinsame „kulturelle Codes oder kollektive Sinnhorizonte“ (ebd.:314) die soziale Reproduktion von Handlungsmustern, die weder intersubjektiv noch normorientiert sind, zu erklären.
Die *kollektiven Sinnsysteme* legen in ähnlicher, subjektiver Form eine situative Sinnzuschreibung nahe. So ist das Aufspannen eines Regenschirms bei Regen durch eine kognitive Wissensordnung, nicht aber durch eine Norm, erklärbar. Auf Basis der Wissensordnung ist der Handelnde in die Lage versetzt, das interpretative Paradigma der Normorientierung situativ auszufüllen. Denn nur durch dessen Wissen ist die kontextuelle Auslegung und Erfüllung einer normativen Rollenerwartung jenseits des normativen Paradigmas möglich (ebd.).
Dieses Wissen ist ein maßgeblicher Einfluss auf den individuellen Wahrnehmungsfilter, der die ambivalente Bedeutung objektiver Situationselemente in subjektiv sinnhafte Elemente überführt. „Ohne eine kognitive Strukturierung der Wirklichkeit [auf Basis einer kollektiven Wissensordnung (Ergänzung des Autors)] ist keine Hervorbringung gleichförmiger Handlungssequenzen möglich” (ebd.:316).

Anmerkungen zum Modell des Complex Man

Das Modell ist nicht beliebig, vermeidet aber die monodimensionale Starrheit anderer einfacher Erklärungen. Hierdurch kann das Modell die pluralistischen Ausdifferenzierungen der Empirie umfassen und es berücksichtigt die kulturtheoretischen Bestandteile des Wissens. Es ist so möglich die unterschiedlichen Orientierungen einzelner Entscheider_innen in unterschiedlichem Entscheidungskontext und mit unterschiedlich starken Rollenvorgaben zu reflektieren.
Das Modell trägt der Variabilität eines sozialen Individuums Rechnung, indem es die Kompetenzen, die Situation und die Erfahrung berücksichtigt. Anstelle einer simplen allgemeingültigen Orientierung weist das Modell auf das Motiv als wichtige Steuergröße. Denn zum einen ist das Motiv nicht immer gleich angenommen und ist abhängig von mehreren Faktoren. Zum anderen sind das Motiv, die Fähigkeiten und die Motivation Einflussfaktoren für die Produktivität, also u. a. für das Engagement.

Dadurch vermag es die Überlegungen der Wirkung von sozialen Normen, Werten und Individualität zu vereinen. Diese Flexibilität ermöglicht es, die Entscheidung für ein Verkehrsangebot unter den Einflüssen von Normen, Wissen und Nutzen in Bezug zum

Entscheidungsmoment und -kontext zu erklären. Die gleiche Person trifft ebenso Angebotsentscheidungen individualpragmatisch, z. B. nach Bequemlichkeits- oder Schnelligkeitsaspekten. Im Prinzip erlaubt die Überlegung eines Complex Man als Basis für die Brückenannahmen eines integrierten Entscheidungsmodells zu fungieren.

Die Auflösung der simplen Wahrheit und eindimensionalen Entscheidungslogik ist der mit Abstand spannendste Aspekt des Modells. Wenn man die Menschen in ihrem normalen Alltag beobachtet, dann ist die Beschreibung von Schein (1980) zutreffend. Der Mensch ist flexibel und passt sich je nach Entscheidung an. Es ist klar, dass es einen Mechanismus gibt, der aber flexibel und differenziert mit Leben gefüllt wird. Diese Grundüberlegung bejaht die unterschiedlichen Befunde und Theorien und ermöglicht deren Integration. Situativ wird einer Entscheidung Aufmerksamkeit gewidmet und je nach Thema eher normativ, zweckrational oder eigennützig entschieden. Dabei kann mal versucht werden, „das Maximum“ an Eigennutz zu erzielen oder „das Aufwandsminimum“ bei der Beschäftigung zu erreichen.

3.3. Entscheidungshandeln

In diesem Abschnitt, der die Fixierung der Auswahl umfasst, werden Beiträge erfasst, die sich um die Frage drehen, was im Falle einer „falschen“ Entscheidungsfixierung passiert. Die Einschätzung als „falsch“ kann von dem Individuum oder dem Umfeld kommen.

Theorie der kognitiven Dissonanz

Nach Festinger (Festinger (1957), Festinger, Carlsmith (1959)) strebt das Individuum danach, die auf Erfahrung basierenden Werte, Meinungen und Handlungsorientierungen in Konsonanz zu den relevanten Strukturelementen und den eigenen Handlungen zu bringen. Gelingt dies nicht, so entsteht nach Festingers Theorie der kognitiven Dissonanz ein Störgefühl. Die unangenehme Dissonanz zwischen Entscheidung und Handlung und der Wunsch nach deren Aufhebung bilden einen Handlungsantrieb. „[S]ince the pressure to reduce dissonance will be a function of the magnitude of the dissonance, the observed opinion change should be greatest when the pressure used to elicit the overt behavior is just sufficient to do it” (Festinger, Carlsmith (1959):204).
Dissonanzen können nach Festinger (1957) auftreten, wenn Informationen vor der Entscheidung nicht bekannt waren (erwarteter Nutzen) und im Nachhinein „gerechtfertigt“ werden müssen (realisierter Nutzen). Werden Informationen zwischen den negativen Auswirkungen der getroffenen und den positiven Auswirkungen der verworfenen Alternative bekannt, oder fehlt die soziale Anerkennung der getroffenen Wahl, entstehen ebenfalls Dissonanzen. Dissonanzen treten besonders bei wichtigen oder dringlichen Entscheidungen, ähnlichen oder teuren Alternativen, geringem Informationsstand sowie bei Änderungen gegenüber vergangenem Handeln auf.
Dissonanzen können auf verschiedene Arten vermieden bzw. abgebaut werden. Eine Option ist die Revision der Entscheidung, bei der die dissonante Handlung nicht wiederholt und gerechtfertigt wird. Folgehandlungen werden übereinstimmend zur Orientierung vollzogen.
Anstatt die eigene dissonante Handlung zu verändern oder zu entschuldigen, wird die Handlung teilweise wiederholt. So entsteht der Anschein, dass die Handlung willentlich erfolgte und die individuelle Orientierung wird im Nachhinein angepasst (Festinger, Carlsmith (1959):209).

Alternativ zur Revision kann es als leichter empfunden werden, die Dissonanz weniger deutlich zu zeigen. Dissonante Informationen werden ignoriert oder gemieden und zur Rechtfertigung umgedeutet. Die Rechtfertigung tritt ein, wenn die Handlungen extern erzwungen wurden. „Experiments have shown that even where initial choices are imposed, subjects will create inferences suggesting that the original choice was appropriate (in similar fashion, randomly generated actions are self-perceived as satisfactory). In drawing inferences from past behavior, individuals fail to discriminate to some degree between imposed actions, random selections, and choices voluntarily (and thoughtfully) undertaken" (Samuelson, Zeckhauser (1988):40).

Anmerkungen zur Theorie der kognitiven Dissonanz

Die Überlegungen zur Konsonanz und Dissonanz sind für die Auswertung der Studien und der Feldforschungen sowie das Verständnis von Entscheidungsergebnis zur Begründung des Verhaltens interessant. Ähnlich wie bei sozial gewünschten Antwortverhalten kann ein erzwungenes Nutzungsverhalten im Laufe der Zeit so plausibilisiert werden, dass der_die Entscheider_in Argumente findet und Einstellungen entwickelt, die das Verhalten als gewollt darstellen. Wenn die Nutzung des ÖV mit dem Argument der ökologischen Nachhaltigkeit erzwungen wird, übernimmt der Nutzer diese Argumentation und eventuell die Einstellung.

Man kann folgern, dass bei Gewohnheiten stabile und konsonante Entscheidungen vorherrschen. Das Ergebnis und der Vorgang sind im Einklang. Eine von außen erzwungene Änderung in der Entscheidung wäre also dissonant. Diese Erkenntnisse sind ein indirekter Hinweis darauf, dass es sich bei Entscheidungen um einen lernenden Prozess handelt, der mal bewusster und mal unbewusster durchlaufen wird. Ebenso wird deutlich, dass die Entscheidungsmotive fließend und zwischen einem Zwang und einer freiwilligen Begeisterung liegen können (gleichlautend wie die Self-Determination Theory von Deci, Ryan (2000)).

Überlegungen zur extern induzierten Dissonanz

„Die Verstopfung der Verkehrsadern trotz dramatisch angestiegenen Flächenverbrauchs der Verkehrssysteme und die Höhe der verkehrsinduzierten Schadstoff- und

Lärmbelastung, kurzum: die sozialen und ökologischen Folgekosten des Verkehrswachstums haben die Gesellschaft gegenüber dem anhaltenden Wachstum sensibilisiert“ Trichler, Dienel (1997):11.

Die Verkehrsmittelbeeinflussung weg vom PKW ist Teil der internationalen umweltpsychologischen Entwicklung (u. a. Dwyner, Leeming, Cobern et al. (1998)). Die Interventionen, und selten das Verständnis des Entscheidungsvorgangs, stehen im Forschungsmittelpunkt. Da fast alle Haushalte über ein Auto verfügen und die Wegehäufigkeit sowie der Modal Split relativ stabil sind, wird diese Beeinflussung als notwendig begründet. Hintergrund ist, dass knapp über 80% aller Wege mit dem Auto zurückgelegt werden (Aberle (2000):54, MID (2009):3) und die tägliche Verkehrszeit bei rund 75 Minuten liegt (MID (2009):4).

Da nach Kalwitzki (1994b):239 „[...] sich die Aufmerksamkeit von den verhaltenssteuernden ‚äußeren‘ Einflüssen auf die Selbststeuerung der einzelnen Individuen, die ihr Handeln in Auseinandersetzung mit den jeweils gegebenen Umständen zumindest teilweise autonom gestalten und regulieren“, ändert, bedarf es einer Auseinandersetzung mit dem Individuum. Dabei werden die Konsequenzen des Handelns, situative Rahmenbedingungen und die subjektiven, intrapsychischen Prozesse betrachtet (ebd.:240). Das Ergebnis der Analysen ist eine negative Bewertung des individuellen Verhaltens. Dem_der Entscheider_in wird ein „[...] Erlebens- und Verhaltensproblem mit Defiziten in der ‚Selbstregulierung‘ [...]“ (ebd.:247) diagnostiziert.

Es wird festgestellt, dass das Individuum vor dem ökologischen Leitgedanken ein Problem mit der eigenen Veränderung haben muss. Das Ziel der Forschung setzt implizit voraus, dass die Entscheider_innen ihr ökologisches Gewissen aktivieren können und dies relevant für die Entscheidung sei.

Die Interventionstheorie beschäftigt sich mit Techniken ein Entscheidungshandeln zu „korrigieren“. Ansätze, die von außen auf den_die Entscheider_in einwirken, sind meist nur kurz wirksam. Eine Eigenmotivation der Veränderung von außen zu stimulieren ist sehr aufwendig. Eine Bereitschaft sich zu hinterfragen basiert auf einem Problembewusstsein mit dem aktuellen Lösungsmuster (z. B. Bamberg (2006) zeigt in seiner Studie, dass Umbruchsituationen zum Teil diese Änderungsbereitschaft erzeugen).
Das Strukturmodell von Homburg, Matthies (1998) fasst das Forschungsgebiet in die kognitiv- und die verhaltensorientierten Interventionsansätze. Die kognitiven Ansätze

konzentrieren sich auf die Veränderung des Wissens und somit auf die „inneren“ Faktoren. Die verhaltensorientierten Ansätze konzentrieren sich auf Konsequenzen (z. B. Belohnung) des gezeigten Verhaltens (Abbildung 12).

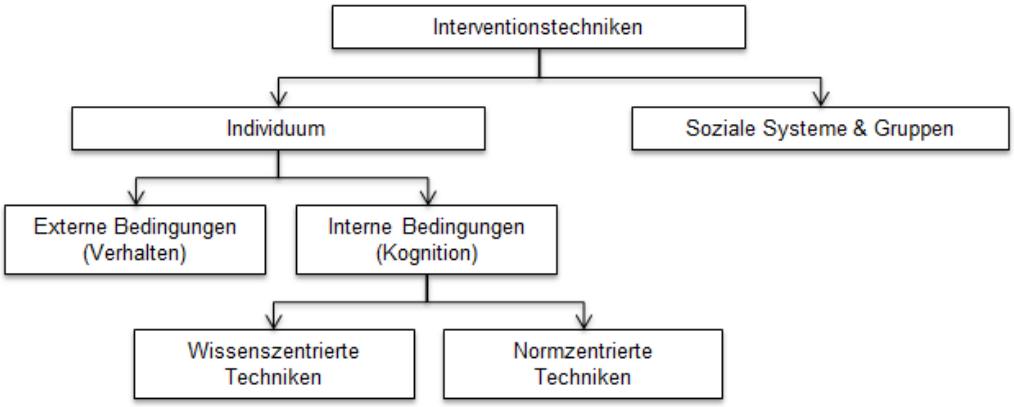


Abbildung 12: Interventionstechniken (nach Homburg, Matthies (1998))

Externe Bedingungen (Verhalten)

Eine externe Beschränkung ist die wirksamste Intervention, da das Entscheidungshandeln nicht realisiert werden kann (vgl. 29 Studienergebnisse in Kearney, De Young (1996) und Dwyner, Leeming, Cobern et al. (1998)).

Fichert (2007) zählt zu den unmittelbar wirksamen *verkehrspolitischen Maßnahmen* im Personenverkehr die Raumordnungs- und siedlungspolitischen Maßnahmen, die Verkehrsinfrastruktur- und Betriebsangebotsmaßnahmen der verschiedenen Verkehrsarten und deren Verknüpfung, die verkehrstechnischen Maßnahmen (Leit- und Managementsysteme), die Restriktionen (für den MIV z. B. Parkraum, Abgaben und Steuern) und die Öffentlichkeitsarbeit. Ordnungspolitische Instrumente beinhalten angebotskapazitäre Eingriffe (z. B. Linienkonzessionen), Preisbildung (z. B. Taxipreise) und die Marktorganisation (z. B. Wettbewerbsrechte). Die Instrumente können auf ein Verkehrsobjekt (z. B. ein Verkehrsmittel) oder dessen_deren Nutzer_in wirken. Die Tiefe des politischen Eingriffs kann von Appellen über (finanzielle) Anreize bis zu Geboten und Verboten reichen. Finanzielle Anreize können neben direkter Auszahlung auch in Form von steuerlicher Berücksichtigung bestehen (z. B. Absetzen von Dienstwagen, Pendlerpauschale).

„Politische Maßnahmen, die auf die freiwillige Änderung eines als problematisch angesehenen Verhaltens breiter Bevölkerungsschichten abzielen, setzen gesicherte Erkenntnisse über die sozialen und individuellen Determinanten dieses Verhaltens voraus" (Bamberg, Schmidt (1993):26). Weiter führen sie aus: „Politische Kampagnen, die sich auf das bloße Appellieren beschränken, und in ihrer Konzeption nicht an eine eingehende Analyse der Lebensbedingungen der Menschen der daraus resultierenden Mobilitätsbedürfnisse, sowie der individuellen Determinanten von Verkehrsmittelpräferenzen anknüpfen, dürften wirkungslos bleiben" (ebd.:26).

Allerdings gibt es in der Realpolitik keine klare Richtung. Im Jahr 2009 lag der Schwerpunkt auf dem Versuch der Verlagerung von Verkehren auf die Schiene und die Wasserwege (BMVBS (2009)). 2015 ist die Verlagerung oder Bevorzugung von Verkehrsangeboten kein Ziel mehr. „Vernetzung ist der Schlüssel moderner Mobilitätspolitik. Unser Verkehrssystem wird effizienter und sicherer, wenn Schiene, Straßen, Wasserwege und Luftverkehr ihre jeweiligen Stärken intelligent verzahnen. Dazu fördern wir die Entwicklung innovativer Mobilitätskonzepte, gerade an den Schnittstellen zwischen Individualverkehr und öffentlichen Verkehrsangeboten" BMVBS (2015):19.[10] Es findet eine regelmäßige Veränderung der politischen Agenda ohne Lenkungswirkung statt.

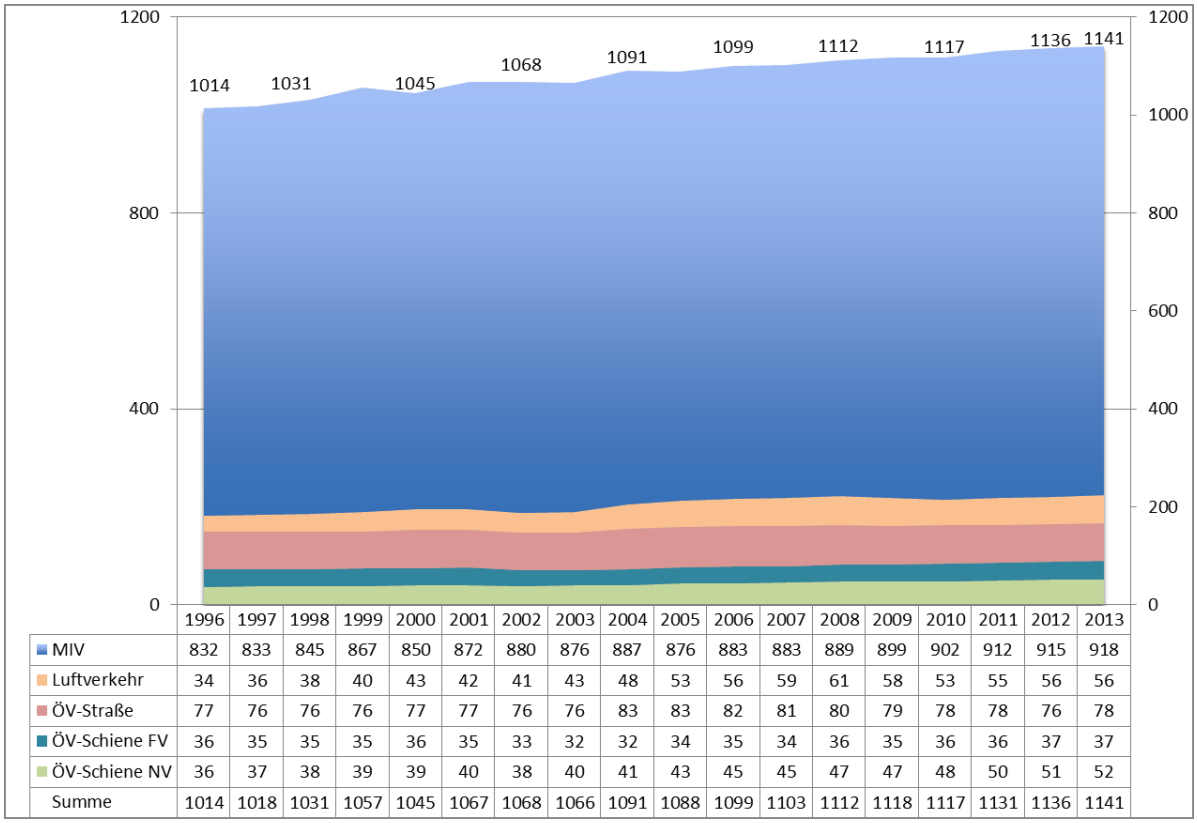
Sanktionen und Abschreckungseffekte können Handlungen verhindern oder erzwingen, wirken aber nicht immer nachhaltig. Die Wirkung hängt u. a. von der persönlichen Einstellung und der gesellschaftlichen Akzeptanz ab (vgl. Homburg, Matthies (1998)). Belohnungen fördern ein Verhalten, untergraben aber die intrinsische Motivation. Dies kann dazu führen, dass das Verhalten nur so lange gezeigt wird, wie es die Belohnung gibt. Eine ausbleibende Belohnung kann als Bestrafung empfunden werden (vgl. Homburg, Matthies (1998)).
Zudem gibt es bei einer befriedigenden Handlung im Alltag keinen Grund proaktiv nach Belohnungen zu suchen. Handelt es sich beispielsweise um ÖV-Preisnachlässe, werden die preissensiblen Bestandsnutzer_innen angesprochen. Es tritt aus Anbietersicht eine Kannibalisierung auf. Zufriedene Autonutzer ohne extremen Finanzdruck werden die Information wahrscheinlich kaum kognitiv wahrnehmen.

[10] Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

Die Kombination von Belohnungen und Bestrafungen entfaltet nur dann eine relevante Entscheidungslenkung, wenn Belohnung und Bestrafung in die gleiche Richtung gehen. Zudem muss die Einhaltung einer gewünschten Handlung fiskalisch und gesellschaftlich überprüft werden, was sehr teuer sein kann (vgl. Homburg, Matthies (1998), Dwyner, Leeming, Cobern et al. (1998), Mosler, Gutscher (1998)). In der Realität funktioniert die Abstimmung aber nicht, wie die ökonomische Absatzförderung für PKWs (z. B. Abwrackprämie) bei gleichzeitiger Förderung des ÖV zeigt.

In ihrer aktuellen Studie belegen Lo, Breukelen, Peters et al. (2016) mit Hilfe einer erweiterten Theory of Planned Behavior, bei der injunktive, deskriptive Normen sowie ein Habit-Faktor ergänzt wurden, dass sich die spezifische Wahl des Verkehrsangebots nach *Region und Organisation* über die Intention vorhersagen lässt. Dies impliziert, dass Veränderungen an diesen Kontext-Stellschrauben die psychosozialen Wirkgrößen so beeinflussen, dass ein verändertes Wahlverhalten erzeugt wird. Dies lässt die Frage aufkommen, wie und ob die regionalen und organisatorischen Kulturen übertragen bzw. verändert werden können.

Die *Änderungen der Angebotseigenschaften* wurden lange als potenziell geeignet für eine Handlungsänderung eingeschätzt (vgl. Kalwitzki (1994)). „Das erste zentrale und in gewisser Weise auch ernüchternde Ergebnis ist, dass Angebotsverbesserungen der Verkehrsmittel nur geringe präferenzbildende Wirkung entfalten." (Eckhardt (2004):208).
Abbildung 13 stellt die wachsende Verkehrsleistung in Deutschland bei gleichzeitiger Stabilität des Modal Splits in den Jahren 1996 bis 2013 dar. In diesem Zeitraum gab es kräftige Benzinpreissteigerungen, deutliche Preissenkungen im Billigflug in Deutschland sowie ein neues Preissystem im Eisenbahnfernverkehr. 2002 wurde das InterRegio-Angebot der Bahn gestrichen und die ICE-Strecke Frankfurt-Köln in Betrieb genommen (vgl. Landau (2003):7). Zudem wurde ein neues Preis- und Erlössystem eingeführt, welches die hohe Preiselastizität bei mittleren Distanzen und bei Mehrpersonenreisen adressieren sollte (Wilger (2004):179). 2003 wurden Teile der Veränderung zurückgenommen und der Anteil relationsgebundener Sonderpreise gesteigert.



	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
MIV	832	833	845	867	850	872	880	876	887	876	883	883	889	899	902	912	915	918
Luftverkehr	34	36	38	40	43	42	41	43	48	53	56	59	61	58	53	55	56	56
ÖV-Straße	77	76	76	76	77	77	76	76	83	83	82	81	80	79	78	78	76	78
ÖV-Schiene FV	36	35	35	35	36	35	33	32	32	34	35	34	36	35	36	36	37	37
ÖV-Schiene NV	36	37	38	39	39	40	38	40	41	43	45	45	47	47	48	50	51	52
Summe	1014	1018	1031	1057	1045	1067	1068	1066	1091	1088	1099	1103	1112	1118	1117	1131	1136	1141

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ÖV-Schiene NV	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	5%	5%
ÖV-Schiene FV	4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
ÖV-Straße	8%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	8%	8%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	7%
Luftverkehr	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
MIV	82%	82%	82%	82%	81%	82%	82%	82%	81%	81%	80%	80%	80%	80%	80%	81%	81%	80%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Abbildung 13: Modal Split in Mrd. PKM, ViZ (2014) (eigene Darstellung)

Sowohl Benzin- als auch Bahnpreise (über 101km Distanz) stiegen konstant seit 1973 (Abbildung 14). Indexiert man die Steigerung mit dem verfügbaren Nettoeinkommen, wird deutlich, dass der relative Anteil verhältnismäßig konstant bleibt. Bei den Benzinpreisen zeigt sich eine größere Schwankung. Aberle (2000) hat in diesem Zusammenhang verschiedene Studien analysiert und festgestellt, dass aufgrund der geringen Kreuzpreiselastizitäten im Kraftstoffpreis von ÖV und PKW kaum Substituierungen auftreten (vgl. Aberle (2000):11, der eine Spanne der Preiselastizität von -0,05 bis -0,5 ermittelt).

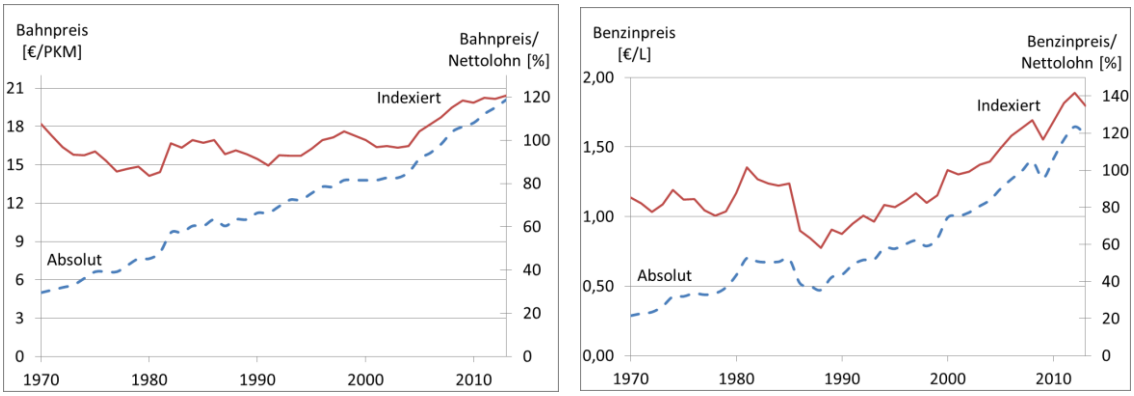


Abbildung 14: Benzin- und Bahnpreisen 1970-2013 (2000=100%)[11]

Im innerdeutschen Flugsegment sinken die Preise seit Einführung der sogenannten Billigflieger. Es zeigt sich, dass innerdeutsch kaum mehr (5% Steigerung von 2002 bis 2014), sondern vor allem günstiger geflogen wird. Während das traditionelle Segment 25% (2002 bis 2014) absolut verloren hat, hat das Billigsegment nun absolut 32% (2014) am Gesamtmarkt und ist versechsfacht ggü. 2002 gewachsen (Abbildung 15).

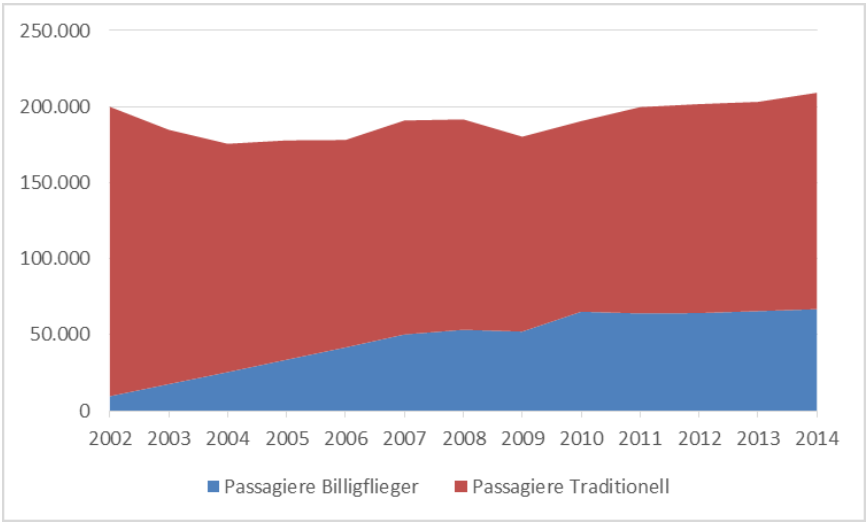


Abbildung 15: Passagiere deutscher Flughäfen nach Billigfliegern und Traditionell, in Tausend (eigene Darstellung und Berechnung, DLR (2015))

Ein Wechsel in ein Verkehrsangebot kommt nur dann zustande, wenn die Vorteile als relevant wahrgenommen werden. Diese Wahrnehmung tritt aber eigentlich nur ein,

[11] Benzinpreise: DESTATIS (2010) und ab 2010 Fortschreibung über Verbrauchspreisindex durch MWV (2015), Nettoeinkommen bis 2009: BMAS (2010):Tabelle 1.14, Nettoeinkommen 2010-2013 über Index DESTATIS (2015); Bahnpreise: Pro Bahn (2013), 2. Klasse, alte Bundesländer vor 1989; eigene Berechnungen und Darstellung

wenn Unzufriedenheit mit der aktuellen Alltagslösung besteht, z. B. wenn eine Budgetgrenze (relativ zum individuellen Nettoeinkommen) überschritten wird. Ein Zustrom neuer Kunden ist daher deutlich langsamer, da die Veränderungen kaum wahrgenommen werden. Sich bewusst im Markt umzusehen, kann nur für Nutzer_innen mit bestimmten Präferenzen, z. B. Preissensible, angenommen werden. Die relative Mode-Stabilität, z. B. beim Flug, basiert zudem darauf, dass in der alltäglichen Bewegung bestimmte Modes wegetechnisch nicht ersetzt werden können.

Wissenszentrierte Techniken

Die wissenszentrierten Ansätze gehen davon aus, dass das Individuum sein Verhalten wissensbasiert steuert. Die Wissensvermittlung erfolgt über allgemeine schriftliche Problembeschreibungen und Handlungsanweisungen (z. B. Broschüren) oder situationsspezifische Informationen (z. B. Hinweistafeln). Zusätzlich kann situatives Feedback die Wissensbasis für eine Handlung erweitern. Ein nachhaltiger Effekt kann nur durch eine „Verinnerlichung“ des Wissens entstehen und ist in nur wenigen Studien belegt. Situativ unspezifische schriftliche Informationen sind vergleichsweise wenig effektiv (vgl. Homburg, Matthies (1998)).

Wenn sich der entscheidende Mensch gut informiert fühlt – egal ob er es ist oder nicht – ist eine Veränderung durch Wissensvermittlung nicht zu erwarten. Die Befunde von O’Farrel, Markham (1974), Verron (1986) oder Preisendörfer, Diekmann (2000) zeigen für die Entscheidungen der Verkehrsangebotsnutzung keinen grundsätzlichen Wissensmangel. 90% der Autopendler konnten über die ÖV-Alternativen Auskunft geben. 75% konnten Teilaspekte wie Fahrzeiten, Fußwege, Preise und Umstiege der Optionen benennen (Verron (1986):139ff.).
O’Farrel, Markham (1974) zeigen anhand von Pendlern in Dublin, dass Autopendler die Kosten des Autos richtig einschätzen und den Zugpreis leicht überschätzen. Mit einer geringeren Fehlerquote tun dies auch die Zugpendler in Bezug auf das Auto. Die Buszeiten werden um mehrere Minuten überschätzt ohne absolut nennenswerte Abweichungen zu erzeugen.
Bei der zufälligen Stichprobe von 624 Befragten in der Studie von Preisendörfer, Diekmann (2000) gaben lediglich 6% an, nicht informiert zu sein. Zusätzliche 19% hielten sich für weniger informiert. Bei ca. einem Drittel der Autofahrer lag ebenso kein ÖV-

spezifisches Wissen vor. Der empfundene Wissensmangel wird insgesamt als sehr gering eingeschätzt.

So erklärt sich, das ein ökologisches Bewusstsein nicht zur Entscheidungsrelevanz führen muss. Eck, Stark (2009) finden, dass 88% der Deutschen ein deutliches Bewusstsein für den Klimaschutz besitzen. Allerdings sind nur 39% bereit, höhere Kosten für eine klimabewusste Mobilität in Kauf zu nehmen. 95% der Befragten sagen aus, sie wollen mehrere Dinge auf einer Fahrt erledigen und 85% bzw. 66% möchten stärker auf die Umweltfreundlichkeit des Verkehrsmittels achten bzw. vergleichsweise klimafreundliche Verkehrsmittel nutzen. Im Alltag auf Wege zu verzichten, weniger Wochenendausflüge oder Urlaubsfahrten zu machen, bekunden 65%, 59% bzw. 52%. Von 66% die eine Handlungsintention angeben, handeln nur 7%.

Praschl, Risser (1994) kommen in Wien zu einem vergleichbaren Ergebnis. Sie stellen fest, dass die Befragten sich dieser Diskrepanz zwischen Handlungsabsicht und Handlung durchaus bewusst sind (ebd.:218). Als Gründe für die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln (bzw. Entscheiden) listen sie eine ganze Reihe von Punkten auf (ebd.:219ff):

(1) Eine zu hohe Selbsteinschätzung (sehen sich selbst als überdurchschnittlich umweltfreundlich)
(2) Emotionaler Bezug zum Auto, Zusatznutzen
(3) Identifikationshemmnis mit öffentlichen Verkehrsmitteln
(4) Kurzfristige Orientierung, Bequemlichkeit, Gedankenlosigkeit und Gewährung
(5) Man will nicht der/die „Dumme“ sein
(6) Verdrängung
(7) Lust an der Unvernunft, Auslebetendenzen
(8) Restriktionen, Informationsmangel.

Im Ergebnis kommen die Autoren zu dem Schluss, dass es ein ganzes Bündel von Aspekten ist, weswegen sich das Wissen nicht ins Handeln umsetzen lasse.

Normzentrierte Techniken

Normzentrierte Ansätze vermitteln im persönlichen Gespräch neben Faktenwissen auch dessen Bewertung („moralmotivierte“ Verhaltensänderung) und konkrete Handlungsziele oder Selbstverpflichtungen. Durchweg zeigt sich, dass die normzentrierten Ansätze deutlich wirksamer als die wissenszentrierten Ansätze sind (vgl. z. B. Burn, Oskamp (1986) im Bereich des Recyclings, Homburg, Matthies (1998)).

Die *Theorie der sozialen Diffusion* zeigt Ansätze, wie sich eine Idee in sozialen Systemen verbreitet. Diese Ansätze werden komplementär zu individuellen Interventionen eingesetzt (vgl. Homburg, Matthies (1998), Mosler, Gutscher (1998), Mosler (2001), Prose (1995)). Vor allem Prose (1995) setzt sich intensiv mit dem (partizipativen) Social Marketing auseinander. Dabei werden die Menschen überzeugt, soziale Verantwortung zu übernehmen und Eigeninitiative zu entwickeln. Hierdurch sollen die sozialen Netzwerke aktiviert werden, um die Diffusion der sozialen Ideen zu fördern.
Auch Fishbein, Ajzen (1975):411ff. führen eine Reihe von möglichen Interventionen über Normen auf.

Anmerkungen zur induzierten Dissonanz

International konnten noch keine Designs überzeugende Ergebnisse vorzeigen (u. a. Dwyner, Leeming, Cobern et al. (1998)). National musste Knie (2007):57 feststellen, das „[s]pektakuläre Ergebnisse über gelungene Experimente, die Verkehrsmittelwahl zu verändern, [...] ausgeblieben“ sind. Bamberg (2006):821 erkennt, dass politische und materielle Kosten der Intervention oft unvollständig erfasst werden und so die Effizienz bei Erfolgen fraglich ist.

Die Grundlage der Ansätze ist insgesamt diskutierbar. Bei einem interdisziplinären Workshop zum besseren Verständnis der Mobilität und des Verkehrs wurden Eingriffe aufgrund von negativen gesellschaftlichen Auswirkungen und übergeordneter Umweltrelevanz positiv betrachtet (Hautzinger, Knie, Wermuth (1997):20). Einen gesellschaftlichen Konsens definiert die Mehrheit einer Gesellschaft. Wäre er vorhanden, dann wäre kein Eingriff notwendig, da die sozialen Normen die individuelle Entscheidung und die Jugenderziehung beeinflussen würden. Ohne den Konsens ist eine Intervention durch eine Minderheit allerdings zu hinterfragen.

3.4. Entscheidungsergebnis

Die Ansätze der Verkehrsplanung bzw. klassischen Verkehrsforschung nehmen einen relevanten Raum bei den Diskussionen über die Entscheidung eines Verkehrsangebots ein. Leider sind diese Ansätze an dem *Entscheidungsergebnis* interessiert und hier an dem gewählten Verkehrsmittel. Es wird über hoch komplexe Modelle das in der Realität beobachtbare Entscheidungsergebnis nachgebildet. Diese Simulationen greifen auf viele Erkenntnisse und Theorien zurück, die den Entscheidungsvorgang beleuchten.

Die deskriptive Verkehrsverhaltensforschung ging lange den Weg, die beobachtbaren Entscheidungsergebnisse in Verbindung mit soziodemographischen Merkmalen, Häufigkeit der Nutzung und situativen Gegebenheiten (Verkehrsmittelverfügbarkeit, Siedlungsstruktur etc.) zu bringen. Das Entscheidungsergebnis des_der Nutzers_in wurde als abhängige Variable zur vorherrschenden Situation gesehen (vgl. Wehling (1998):11ff). Diese Arbeiten konnten kaum etwas dazu beitragen, „[...] wie individuelle Entscheidungen und Verkehrsmuster entstehen [...]“ (Franke (2001):57).

Behavioristische Ansätze versuchen über die Untersuchung der Black Box die Mechanismen zu ergründen. Die Stimulus-Reaktions-Modelle konzentrieren sich darauf, die Reaktion auf einen Stimulus zu erfassen. Dabei können intervenierende Variablen zwischen den Stimulus und die Reaktion eingebracht werden, um Unterschiede zwischen den Individuen festzustellen (Voeth (2000):2). Bei den neuen behavioristischen Modellen wird mehr Interesse an der Umwandlung des Stimulus in eine Rektion gezeigt, sodass der Organismus eingeführt wurde. Die SOR-Modelle haben ihren Vorteil in der systemischen Darstellung dieser Umwandlung (ebd.:3).
Die Variablen, die im Organismus wirken und in ein Totalmodell ergänzt werden, setzen voraus, dass diese zuvor als Partialmodell getestet werden. Voeth stellt fest, dass die meisten Analysen die Verhaltensprädisposition von intra- und interpersonellen Einflussgrößen berücksichtigen, die Bewertungsprozesse aber nicht (ebd.:3).

Die Verkehrsmodelle, unabhängig von ihrer Komplexität, arbeiten mit Korrelationen auf Basis individueller Verhaltensdatensätze (Eckhardt (2004):97). Die immer komplexere *Verkehrsverhaltensforschung für u. a. Verkehrssystemplanung* wird schon seit vielen Jahren u. a. im Rahmen von internationalen Konferenzen der International

Association for Travel Behaviour Research[12] weiterentwickelt. Die Organisation konzentriert sich auf die Verkehrsprognose und -modellierung[13]. Dies sind Simulationen des Verhaltens der Verkehrsteilnehmer und die Vorhersage anhand dokumentierter Verhaltensmuster. Neben internationalen Vertretern verschiedener Forschungsdisziplinen sind u. a. namhafte deutschsprachige Vertreter wie Kay Axhausen (ETH Zürich) oder Kai Nagel (TU Berlin) in der IATBR aktiv. Auf Basis dieser Verkehrssimulationen können weitere Modelle und Bewertungsmethoden aufsetzen, z. B. Mautpreismodelle in Abhängigkeit von Lärmemissionen (Kaddoura, Nagel (2015)). Ebenso können die aggregierten und disaggregierten Simulationen sich selbst verändern, wenn z. B. Stau und Luftverschmutzung auf das Verhalten der simulierten Agenten internalisiert wird (vgl. z. B. Agarwal, Kickhöfer, Nagel (2015)).

Mit einem Abriss der Entwicklung soll verdeutlicht werden, dass die Prognosequalität steigt, der Entscheidungsvorgang aber konzeptionell hierdurch nicht entwickelt wird.
In aggregierten Modellen werden Verkehrszellen räumlich abgegrenzt und verkehrsrelevante Daten aus Strukturdaten (Einwohner, Arbeitsplätze, PKW-Dichte etc.) gewonnen, die vornehmlich bei der Planung von Infrastrukturanpassungen genutzt wurden (vgl. historische Entwicklungen bei Held (1982), Schleusener (2001)).
Darauf folgten die disaggregierten Modelle, die das Verkehrsverhalten von sozioökonomischen Merkmalen der Individuen und objektiven Eigenschaften der messbaren individuellen Wege ableiten. Obwohl eine Vielzahl von Parametern möglich ist, werden vornehmlich leicht messbare, verhaltensbeeinflussende Merkmale wie Zeit und Kosten berücksichtigt. Diese Modelle argumentieren über den Nutzen ohne Verhaltenserklärung, da die Prozesse zwischen dem objektiven Parameter (z. B. Zeit, Kosten) und dem Verhalten nicht bekannt sind. Die Prognosequalität ist zufriedenstellend und die Varianz wird über die subjektive Bewertung erklärt (ebd.).
Genutzt werden disaggregierte Daten, die verhaltenstheoretisch fundiert Wahrscheinlichkeiten eines Entscheidungsergebnisses simulieren. Im Strict Utility Approach wird ein_eine Entscheider_in simuliert, die den genauen Nutzen einer Entscheidungsoption kennt, aber nur nach persönlichen Wahrscheinlichkeiten eine Option entscheidet. Im

[12] IATBR unter iatbr.weebly.com (am 11.9.2015).
[13] „The organization aims to serve as a forum that brings together professionals from a wide range of disciplines interested in the study of the factors that influence activity and travel choices of people and businesses, the formulation of new computational and analytical modeling methods and approaches for forecasting activity-travel demand, and the analysis of the land use and transportation impacts of a wide range of socio-economic, public policy, and modal scenarios" (iatbr.weebly.com (am 11.9.2015)).

Random Utility Approach wird die Wahrscheinlichkeit eines Entscheidungsergebnisses mit unvollkommenen Informationen erklärt (Eckhardt (2004):103ff.). „Gegen verhaltensorientierte Ansätze spricht allerdings, dass die Parameter [und damit auch die Haupt- und Interaktionseffekte] lediglich für das Aggregat der gesamten Stichprobe geschätzt werden“(ebd.:139).

Um die Vereinfachung komplexer Probleme zu simulieren wurden erfolglos sequenzielle Entscheidungen mit Toleranzintervallen bzw. Schwellenwerten in die Modelle integriert (u. a. Huber (1982), Payne, J. W. (1980), Wright (1975), Held (1982)). Beim Elimination-by-Aspect-Modell werden Attribute nach Wichtigkeit sortiert und dann Alternativen ausgeschlossen, die einen definierten Schwellenwert nicht überschreiten.

Die einstellungsorientierten Modelle leiten das Verkehrsverhalten aus der Wahrnehmung und den Präferenzen der Individuen ab. Die Einstellung wurde als Präferenz zu einem bestimmten Verkehrsmittel interpretiert, sodass die Entscheidungstheorie ergänzt wurde. Die Wahrnehmung der Verkehrsmittel wiederum bedurfte der Einbindung der Wahrnehmungstheorien. Meist bleiben allerdings die Einstellungen und Präferenzen nur am Rande eingebunden, so wie z. B. im Sozialökonomischen Modell von Zängler (1999). Allgemeine Verkehrsmittelpräferenzen und Einstellungen werden mit wenigen Fragen angeschnitten um dann in eine Korrelationsanalyse einbezogen zu werden. Im Ergebnis kann eine feinere Verhaltens- bzw. Nutzungskorrelation ermittelt werden; eine Erklärung des Verhaltens erfolgt nicht.

Gärling, Fujii (2009) mit ihrem Beitrag zur 11. IATBR-Konferenz und Miller (2009) geben jeweils sehr umfangreiche Einblicke in die Diskussion der aktuell berücksichtigten Parameter und Theorien in den Modellierungen. Diese Modellierungen reichen von Strukturdatenmodellen bis zu einzelnen Agentenverhalten, die nach zufälligen Verhaltensmustern verfahren. Das Ganze ist sehr beeindruckend und dennoch wird keine Entscheidung erklärt, sondern nur ein Verhalten modelliert. Im Englischen wird folgerichtig von „Travel Behavior Modification“ (Gärling, Fujii (2009):97) gesprochen und nicht von „Travel Decision“ oder vergleichbarem. Das aktuelle Ziel der Modellierung ist es, das an Erkenntnis nachzuzeichnen, was konzeptionell entwickelt wurde. „If actual travel behavior to some extent depends on beliefs, attitudes, and values, it is obviously important to also target changes in these respects” (Gärling, Fujii (2009):99). Gärling

und Fujii diskutieren die Beziehung der Annahmen (engl. beliefs), Einstellungen (attitudes), Werte (engl. values), Rückmeldungen (engl. feedback), Einflüsse (engl. influence) und Lernerfahrungen (engl. learnings) auf das Verhalten. Sie arbeiten hierfür mit eigenen (vereinfachten) Modellen (Abbildung 16). Die Wirkgrößen sind vergleichbar mit u. a. der Theory of Planned Behavior (TPB), die Wirkzusammenhänge differieren aber. Zudem zeigt sich, dass die Auswahl im Sinne der Intention (engl. choice) und das Verhalten im Sinne von der gezeigten Nutzung (engl. behavior) gleichgesetzt werden.

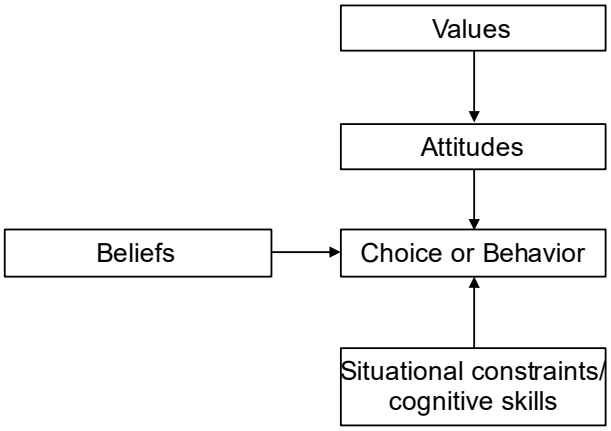


Abbildung 16: How Behavior or Choice is Related to Beliefs, Attitudes, and Values (Gärling, Fujii (2009):100)

Die Simulationen basieren auf konzeptionellen Entscheidungsmodellen, die innerhalb des Forschungsgebietes laut Miller (2009) als unzureichend vorhanden erkannt wurden.

Die TPB wird als „Attitude Theory“ genutzt, hat aber drei Schwächen, die bei der Modellierung problematisiert werden. „(1) TPB may not apply when moral motives are the primary drivers of behavioral change […] (2) TPB does not go far enough in explaining the reasons for noncorrespondence between attitudes and behavior […] (3) TPB does not satisfactorily model the process of behavioral change” (Gärling, Fujii (2009):103). Dies sind Punkte, die aufgrund der engen Ausrichtung auf bewusste, kognitive Entscheidungen theorieimmanent sind.

Die modellhaften Entscheidungsregeln bei den „Choice Theories“ (Gärling, Fujii (2009):102) waren lange eine nutzenmaximierende linear-additive Kombination der At-

tribute. In den 1980ern wurde belegt, dass sich eine Nutzenmaximierung als nur bedingt funktionsfähig erwies (u. a. Verron (1986)). Alternativ entwickelte Simon (1955) einen Ansatz für eine befriedigende nicht linear-additive Lösung, die erst spät in wissenschaftliche Überlegungen einfloss, z. B. bei Schleusener (2001). „Discrete mode choice has for decades been statistically modeled within a micro-economic utility-maximization theoretical framework (random utility or multiattribute utility […]" (Gärling, Fujii (2009):102). Die Annahme ist, dass „Choice Theories" in der Lage sein müssten, eine Entscheidungsveränderung vorherzusagen. Doch bestehen Modellierungsprobleme: „If persons change their attitudes or values leading to differences in choices (e.g., a different weighing of mode attributes), a correct forecast would no longer be possible" (ebd.:102).

Um den Prozess der Verhaltensänderung zu verstehen und in der Folge zu modulieren, wurden konzeptionelle Modelle, „Self-Regulation Theories" (ebd.:104), entwickelt, die über Wegeketten-Attribute (z. B. den Reisegrund) und soziale Einflussfaktoren (z. B. Freunde) auf ein Ziel der reduzierten Autonutzung wirken und dies dann zu einer Veränderung im Verhalten führt (ebd.:104). Gleichzeitig stellen die Autoren fest: „Based on habit-formation theories, it follows that changes in travel behavior are not likely to occur unless changes in travel options are very salient and have positive outcomes. Methods making habitual car drivers aware of changes are required [...] "(ebd.:105).

Gärling und Fujii sehen drei Möglichkeiten, warum sich das Entscheidungsergebnis verändern könnte. In den strukturellen Ansätzen (engl. structural methods) werden monetäre Anreize (engl. pull) und monetäre Sanktionen (engl. push) unterschieden, die jeweils zu einem bestimmten Entscheidungsergebnis motivieren (Gärling, Fujii (2009):107). Da diese Methoden extrinsische Faktoren der Ermöglichung bzw. Verhinderung darstellen, ergänzen sie die psychologischen Ansätze (engl. psychological methods), die auf die Veränderungen in den kognitiven Fähigkeiten, Wissen, Einstellungen und Werten oder Normen zielen. Im Kern reduzieren sie die Einflussmöglichkeiten auf einen „Kommunikationsfaktor" (ebd.:108ff.).
Eine Unterscheidung, ob es sich bei den Veränderungen des Entscheidungsergebnisses um kurzfristige oder langfristige Veränderungen handelt, wird nicht diskutiert.

Yue, Lan, Yeh et al. (2014) geben einen Überblick der Bewegungsverfolgungsstudien, die alle Arten der Bewegungsaufzeichnung nutzen, um über Big Data Verfahren Bewegungsmuster zu erkennen und zu prognostizieren. Anstelle von Verhaltenstagebüchern werden GPS Daten, Smart Card Daten (z. B. aus der Mautnutzung), Smartphone Daten und weitere (z. B. Kreditkarten-Nutzung, mobile Social-Media Daten etc.) gesammelt und vollautomatisiert ausgewertet. Dies bedeutet eine deutliche Veränderung in den neuen Herausforderungen. „Although science has moved from a data-poor to a data-rich environment, a data-rich but information-poor environment may result in a data avalanche at the same time" (ebd.:75). Doch dies ermöglicht auch eine neue Zusammenarbeit der Disziplinen. „Thus, computational social science provides a common platform for researchers to discuss and collaborate within a unified research area. Theoretical frameworks of computational social science need to be built by absorbing inspirations from geography, physics, mathematics, computer science, and engineering" (ebd.:75).[14]

So konnte z. B. der Vorschlag von Urry (2009), der im Rahmen der 11. IATBR-Konferenz die Aufnahme der sozialen Beziehungsnetzwerke von Agenten in die Modellierung anregte, nur wenige Jahre später von Axhausen, Kowald (2015) in einem Handbuch systematisch thematisiert und der Umsetzungsgrad der neuen Simulationen beschrieben werden. U. a. die Entwicklungen der TU Berlin von selbstständigen Multiagentensimulationen, die nach flexiblen Algorithmen Verkehrsangebote in Abhängigkeiten vom Wetter, Verkehrssituationen, Tagesplan etc. wählen und die Wahl verändern, zeigen die derzeitig simulierte Komplexität.[15] In z. B. der Simulation für die Wirkung von Lärmemissionen werden die Entscheidungen der Agenten dann regelbasiert getroffen. „Choice dimensions: As a reaction to the pricing schemes (see Sec. 3.3), new choice sets are generated in the iterative loop of MATSim according to the following rule: In each iteration, (1) 15% of total agents are allowed to change their route and (2) 15% of total agents are allowed to change their travel mode from car to PT or from PT to car. The rest of the agents chose a plan from their existing choice set according

[14] Darüber hinaus gibt es Ansätze, die Erfahrungen der Quantenmechanik in Form einer „Quantum Probability Theory" zu nutzen, um die schwer oder unerklärbaren Fälle (Irrationalität) der klassischen Entscheidungstheorien (z. B. Prospect Theory) zu „rationalisieren". Da die Quantum-Theorien aber noch am Anfang stehen, sei an dieser Stelle nur auf deren Existenz verwiesen. Z. B. White, L.C., Pothos, M. E., Busemeyer, J. R.: Insights from quantum cognitive models for organizational decision making, in Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 4, S. 229-238, 2015

[15] vgl. u. a. http://www.vsp.tu-berlin.de/projects/kompetenzen/ URL vom 18.9.2015

to a multinomial logit model. After 80% of the iterations, the choice set is fixed and agents can only choose from that. In case of freight trips, mode choice is not available i.e. all freight trips use car mode only" (Agarwal, Kickhöfer, Nagel (2015):8).

Anmerkungen zur Simulation der Entscheidungsergebnisse

Gerade die hoch komplexen integrierten Stadtmodelle dienen laut Miller (2009):356 als Grundlage für computerbasierte Simulationen, die städtische Regelungen und Entscheidungsfindungen unterstützen sollen. Hierfür geht er auf das Problem ein, dass die verschiedenen Fragestellungen auf speziellen Modellen beruhen sollten. Ein allumfassendes Modell ist zu komplex. Auf der anderen Seite sind Teilmodelle zu simplifiziert, als dass sie die Fragen beantworten könnten. Auf dem Weg zu einem besseren integrierten Modell sieht u. a. Miller eine bedeutende Lücke. „For surely his central thesis is correct: without a coherent and consistent conceptual framework (which has implicit within it a proper regard for behavioural fidelity and context), progress on developing a model system that 'integrates' a variety of socio-economic processes, a multiplicity of actors and a continuum of spatial-temporal scales stands little chance of being anything other than ad hoc in nature and difficult to defend, in either research or application contexts" (Miller (2009):352). Die neu aufgeschlagene Seite der Forschung mit Big Data ermöglicht es, in diesem Zusammenhang immer bessere Vorhersagen zu treffen und u. a. soziologische Theorien durch unzählige Datenmodelle zu validieren, zu verfeinern oder zu verwerfen (Yue, Lan, Yeh et al. (2014)).

Allerdings wird weiterhin (auch bei Big Data) ein beobachtbares Verhalten korreliert. Zusammengefasst werden *Ergebnisse* simuliert und *nicht der Vorgang*. Denn ersteres ist direkt relevant für das Forschungsfeld und der Vorgang nur mittelbar, wenn es das Verhalten besser simulierbar macht. Die Mängel in der Simulation entstammen den abgebildeten Konzepten. Unklar ist und bleibt es bis heute, wann ein_e Entscheider_in ein neues Verkehrsangebot als relevant wahrnimmt und wann nicht. Diese Feststellung sagt nichts anderes, als dass ein Mangel darin besteht, zu verstehen, wie der Entscheidungsvorgang abläuft.

Für den Ansatz der Modellierung lässt sich festhalten, dass es sehr umfängliche Parametersammlungen gibt, die ein sehr gutes Verhaltensbild darstellen können. Diese

Modelle lassen sich gut für Entscheidungen, die auf Basis der Verkehrssimulation getroffen werden müssen, nutzen. Beispiele hierfür sind Entscheidungen auf politischer oder infrastruktureller Ebene. Doch sie stoßen aufgrund eines fehlenden konzeptionellen Entscheidungsmodells an ihre Grenzen. Die Simulationen sind (noch) kein Ursprung eines Modells des Entscheidungsvorgangs, sondern die Nutzer_innen davon.

3.5. Zeitaufnahmen und Typen von Carsharern und Anmeldungen

Das 1988 organisierte Auto-Teilen (Pesch (1996):109) hatte 1994 noch fokussierte ökologische Ziele, die immer verfügbaren eigenen Autos abzulösen „Car-Sharing versucht, diesen Verfügbarkeitseffekt des Automobilbesitzes einzuschränken. Indem der Kfz-Besitz durch das Angebot von Car-Sharing-Fahrzeugen verringert wird, soll erreicht werden, daß das Auto nur dann zum Einsatz kommt, wenn im nun möglichen objektiveren Systemvergleich der Verkehrsträger die Vorteile des PKW eindeutig überwiegen, d.h. in den ‚wirklich notwendigen Fällen'" (ebd.:18). „Insbesondere der i.W.S. ‚genossenschaftliche' Ansatz des Car-Sharing (Kapitaleinlage, längerfristige Bindung durch Rahmenvertrag, gemeinsame Zielsetzung, z.T. Mitbestimmungs- und Kontrollmöglichkeiten) sowie das dezentrale Standortkonzept (Quartierbindung der Fahrzeuge) sind entscheidende Abgrenzungskriterien zur konventionellen Autovermietung und stellen das eigentliche Innovationspotenzial dar" (ebd.:50). Es war ein erklärtes Ziel den PKW-Bestand und die Fahrleistung zu senken sowie die Umwelt zu entlasten (ebd.:59). Die Barrieren zur Angebotsnutzung waren mit Anmeldegebühren bis zu 300DM, Kautionen zwischen 400DM und 1.500DM sowie 10DM Monatsgebühr signifikant. Die Nutzung mit bis zu 5DM/h zzgl. 0,29DM/km war ebenfalls nicht günstig (ebd.:79). Im März 1994 gab es so 69 Anbieter in 69 Städten in Deutschland, die zu 72% eingetragene Vereine oder Genossenschaften waren (ebd.:56, 109). Buchungszentralen gab es noch nicht und Kooperationen mit Hotels, Taxizentralen etc. waren die Regel (ebd.:94). Mit rund 6.300 Kunden über alle Anbieter hinweg stand das Carsharing noch am Start (ebd.:70). Unter den 602 Befragten zeigte sich eine recht homogene Motivlage für die Nutzung von Carsharing. Über 70% der Teilnehmer am Carsharing gaben Umweltaspekte als Hauptmotiv für die Teilnahme an. 43% nannten darüber hinaus die Ergänzung zum ÖV (vgl. Abbildung 17).

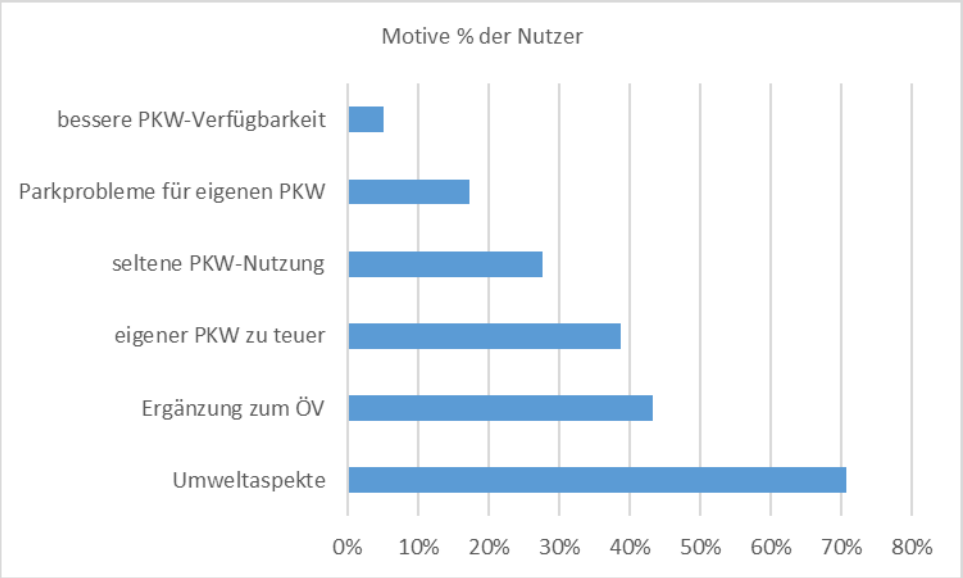


Abbildung 17: Hauptmotive für die Teilnahme am Carsharing (zwei Nennung pro Nutzer) (Pesch (1996):124)

Mit Blick auf die Altersgrenzen fällt auf, dass die frühen Carsharer bereits im mittleren Alter lagen (Abbildung 18). Vorwiegend wohnen die Nutzer in Ein-Personen-Haushalten (34%) oder Zwei-Personen-Haushalten (32,1%). Drei- (18,4%), Vier- (10,3%) oder größere Haushaltsgrößen (5,2%) sind in der Minderheit (ebd.:127). 85,9% der Nutzer haben ein Abitur oder einen Hochschulabschluss (ebd.:128).

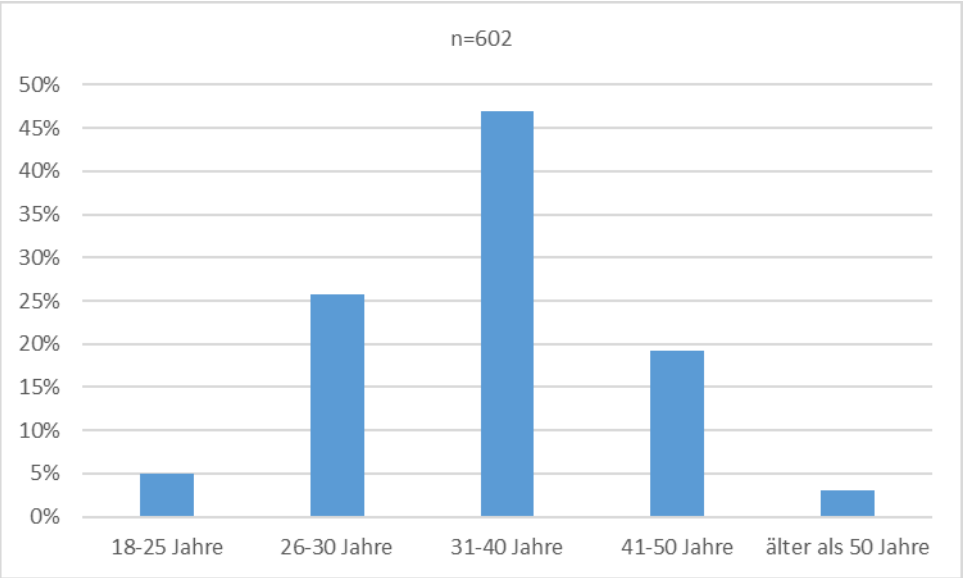
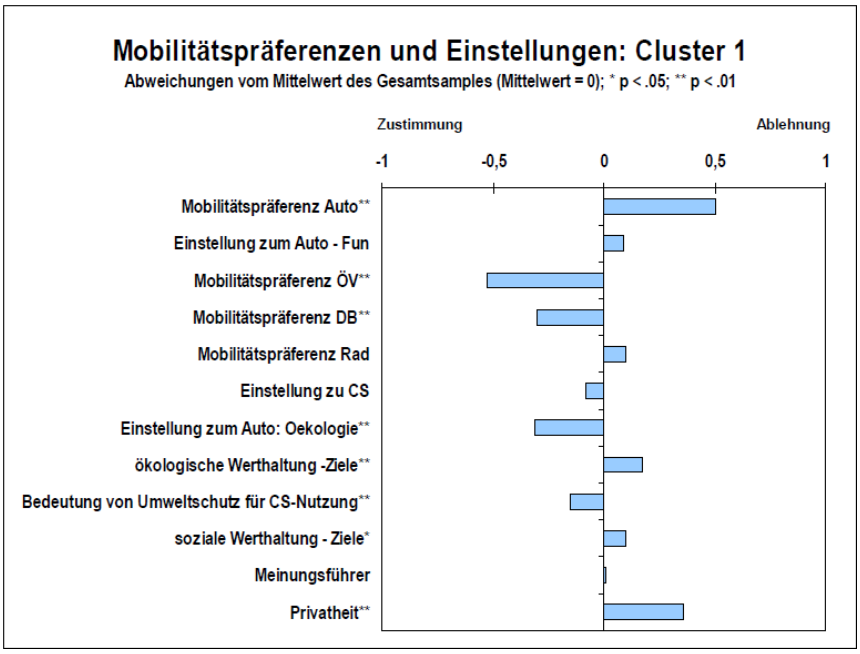


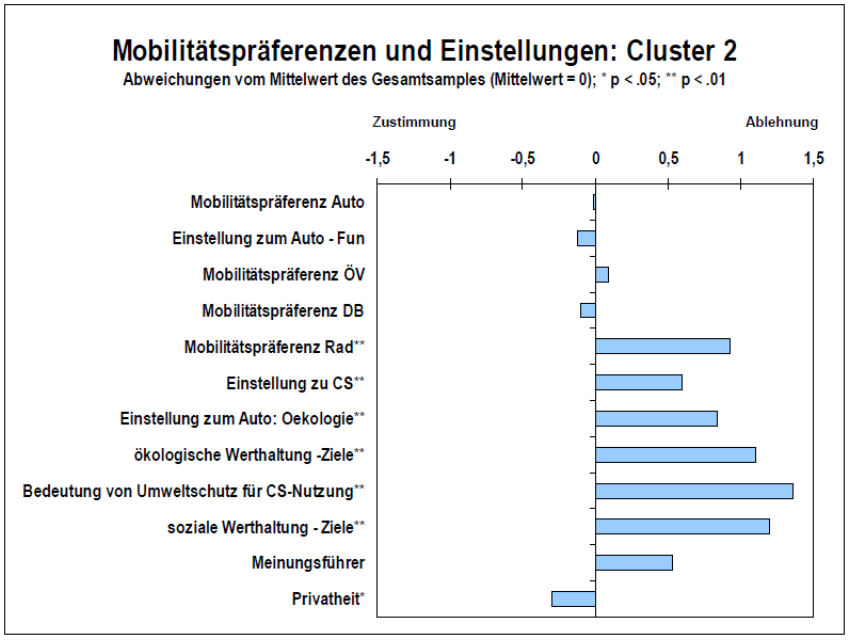
Abbildung 18: Altersstruktur der Carsharing-Nutzer ((Pesch (1996):125, eigene Darstellung)

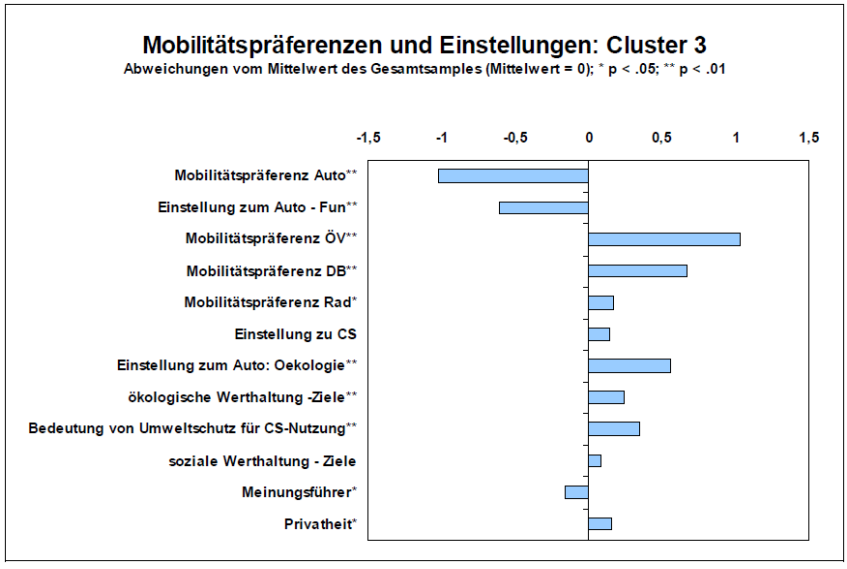
Franke (2001) nennt diese Nutzer_innen bereits „Altkunden“, da schon in 2001 eine Verschiebung zu wirtschaftlichen Teilnahmemotiven vermehrt auftritt. Grundsätzlich dominieren aber weiterhin Ökologie und Ökonomie gemeinsam, wobei Franke bei der Ökologie ein sozial erwünschtes Antwortverhalten vermutet.

Muheim (1998) zeigt für die Schweiz eine grundsätzlich ökologische Motivation des Beitritts. Er untersuchte die Nutzer_innen von Carsharing in der Schweiz von 1992 bis 1997, die zu diesem Zeitpunkt rd. 15.000 Mitglieder umfassten. Mit dem Wegfall von Einlagepflichten, Eigenleistungen und mehr ÖV-Kooperationen wurde ein jährliches Nutzerwachstum von 50% und mehr pro Jahr realisiert (ebd.:4). Das Geschäftsmodell entwickelte sich von einer „teilenden“ Genossenschaft zu einem „rentierenden“ Dienstleister (ebd.:7). Dabei zeigt sich, dass die Produktveränderung auch die Motivlage der Neukunden in den letzten Jahren der Untersuchung bereits pluraler werden lässt. Die ökologische Motivation nimmt langsam ab, wodurch die ideologisch geprägte Nutzergruppe abnimmt und weitere Gründe in der Abwägung hinzukommen.

In Hoffmann, Stolberg (2005) wird auf Basis von statistischen Daten eine Carsharingtypenbildung erstellt. Dabei werden die symbolisch-emotionale Bewertung, die Bewertung für bestimmte Nutzzwecke und der Zielerreichung von Verkehrsmitteln und soziodemographische Daten ausgewertet (ebd.:4). Durch eine Clusterung konnten vier Kundensegmente aus 770 Carsharing-Kundendatensätzen (von 14 Unternehmen) gewonnen werden:
Cluster 1: Pragmatisch orientierte ÖV-Nutzer (25% von 770)
Cluster 2: Pragmatisch orientierte Multimodale / Geschäftsleute (10%)
Cluster 3: Fun-orientierte Auto-Affine (21%)
Cluster 4: Ökologisch überzeugte Radfahrer und OV-Überzeugte (25%).
Anhand der jeweiligen Präferenzen und Einstellungen kann eine klare Abgrenzung der jeweiligen Gruppen innerhalb der Kundendatensätze erfolgen (Abbildung 19).


Mobilitätspräferenzen und Einstellungen: Cluster 1
Abweichungen vom Mittelwert des Gesamtsamples (Mittelwert = 0); * p < .05; ** p < .01
Zustimmung
Ablehnung
-1
-0,5
0
0,5
1
Mobilitätspräferenz Auto**
Einstellung zum Auto - Fun
Mobilitätspräferenz ÖV**
Mobilitätspräferenz DB**
Mobilitätspräferenz Rad
Einstellung zu CS
Einstellung zum Auto: Oekologie**
ökologische Werthaltung -Ziele**
Bedeutung von Umweltschutz für CS-Nutzung**
soziale Werthaltung - Ziele*
Meinungsführer
Privatheit**


Mobilitätspräferenzen und Einstellungen: Cluster 2
Abweichungen vom Mittelwert des Gesamtsamples (Mittelwert = 0); * p < .05; ** p < .01
Zustimmung
Ablehnung
-1,5
-1
-0,5
0
0,5
1
1,5
Mobilitätspräferenz Auto
Einstellung zum Auto - Fun
Mobilitätspräferenz ÖV
Mobilitätspräferenz DB
Mobilitätspräferenz Rad**
Einstellung zu CS**
Einstellung zum Auto: Oekologie**
ökologische Werthaltung -Ziele**
Bedeutung von Umweltschutz für CS-Nutzung**
soziale Werthaltung - Ziele**
Meinungsführer
Privatheit*


Mobilitätspräferenzen und Einstellungen: Cluster 3
Abweichungen vom Mittelwert des Gesamtsamples (Mittelwert = 0); * p < .05; ** p < .01
-1,5
-1
-0,5
0
0,5
1
1,5
Mobilitätspräferenz Auto**
Einstellung zum Auto - Fun**
Mobilitätspräferenz ÖV**
Mobilitätspräferenz DB**
Mobilitätspräferenz Rad*
Einstellung zu CS
Einstellung zum Auto: Oekologie**
ökologische Werthaltung -Ziele**
Bedeutung von Umweltschutz für CS-Nutzung**
soziale Werthaltung - Ziele
Meinungsführer*
Privatheit*

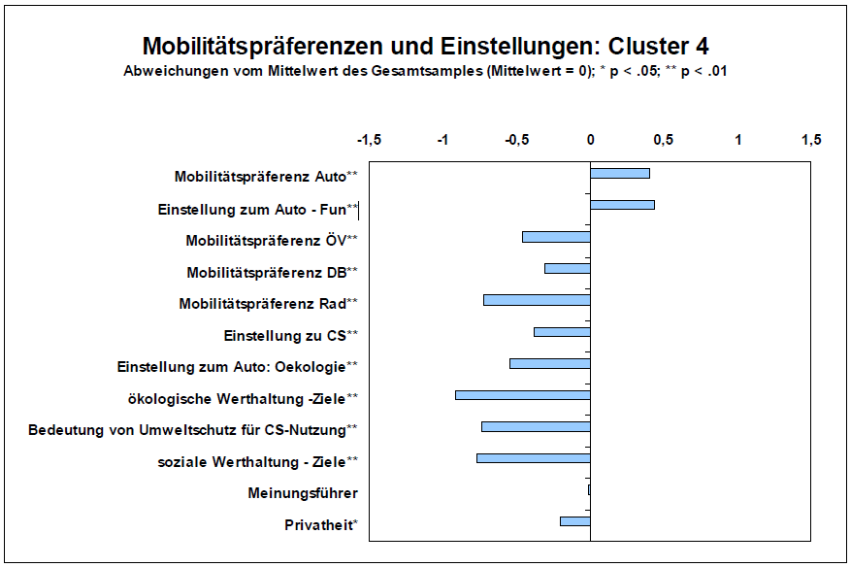


Abbildung 19: Präferenzen und Einstellungen der Cluster (Hoffmann, Stolberg (2005):8, 13,17, 21)

Wie die späteren empirischen Befunde dieser Arbeit zeigen werden, sind die soziodemographischen Daten vergleichbar (vgl. Empirie).
Rund 70% der Kunden waren männlich, haben eine hohe Bildung und gutes Einkommen, geringen eigenen PKW Besitz und wohnen in Großstädten (ebd.:25).
Die Cluster 1-3 (pragmatische und fun-orientierte Nutzer_innen) sind in der Dauer der Mitgliedschaft kürzer Mitglied beim Carsharing als dies die ökologisch orientierten Nutzter_innen im vierten Cluster sind.

Abbildung 20 verdeutlicht, dass der relative Anteil der öko-affinen Kunden an der Gesamtkundenzahl über die Jahre abnimmt. Die Neukunden hingegen werden vorwiegend aus den multimodalen bzw. auto-affinen Kundengruppen gewonnen. Der Anteil der pragmatischen Nutzer_innen bleibt relativ unverändert.

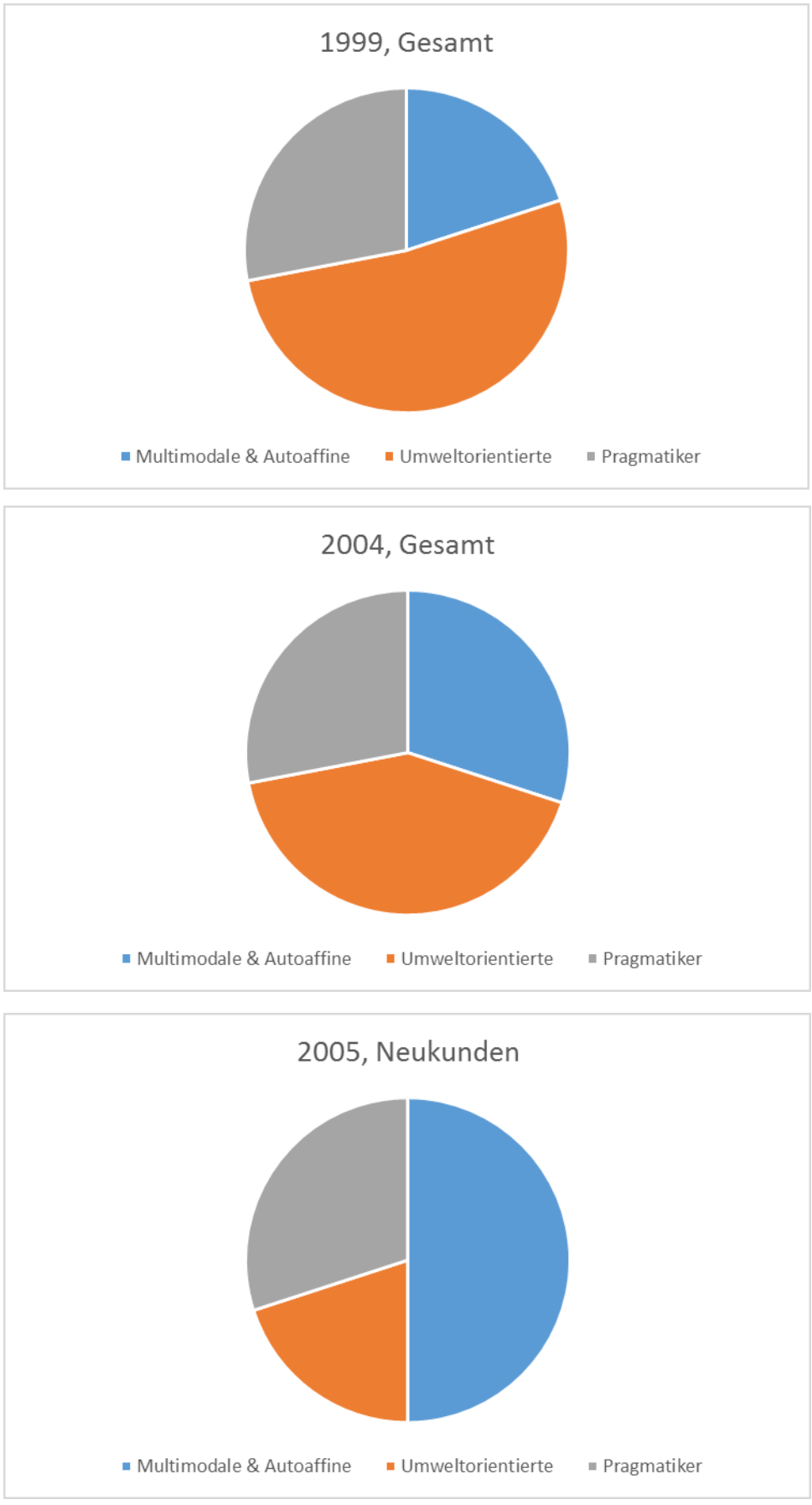


Abbildung 20: Intermodi - Zusammensetzung der Cluster (Hoffmann, Stolberg (2005):26, eigene Darstellung)

„Zusammen mit der jüngeren Mitgliedsdauer und dem sich verschiebenden Anteil an der Gesamtkundschaft kann gefolgert werden, dass ein zunehmender Anteil der Kundschaft eher pragmatisch und Auto-affin ist, ein Trend, der sich auch in der Gesamtbevölkerung feststellen lässt“ (ebd.:26). Resümierenden stellen Hoffmann und Stolberg 2005 fest: „Carsharing wird, gerade bei den neueren KundInnen nicht immer nur aus ökologischen Motiven – gewählt, Fun-Motive und Pragmatismus spielen beim Autofahren – und somit auch bei der Nutzung von Carsharing durchaus eine Rolle […]“ (ebd.:29).

Mit Bezug auf die Studie von Hoffmann, Stolberg (2005) wurde ergänzend in der Elektromobilitätsstudie BeMobility (2011):75ff. festgestellt, dass sich konventionelles und e-Carsharing aus Sicht der Nutzer kaum unterscheiden. Dies bedeutet, dass die Nutzer_innen die Antriebsart von der Funktion des Carsharings trennen bzw. die Antriebsart die genutzte Carsharing-Nutzung nicht verändert. Ebenso wie beim konventionellen Carsharing müssen die notwendige Reichweite und Flexibilität gesichert sein.

In der Folgestudie BeMobility 2.0 (2015) wurde eine repräsentative, einstellungsorientierte Segmentierung zur Potenzialermittlung von e-Carsharing in Deutschland bei 2.400 Personen aus Berlin, Hamburg, München und Frankfurt am Main durchgeführt.

Hierbei wurden sechs Mobilitätstypen in der Gesamtbevölkerung entwickelt (ebd.:99):

- Innovative, technikaffine Multioptionale (22%)
- flexible Auto-Affine (21%)
- traditionelle Auto-Affine (17%)
- umweltbewusste ÖV- und Rad-Affine (17%)
- fokussierte Fahrrad-Affine (15%)
- urban-orientierte ÖV-Affine (8%)

Ziel dieser Segmentierungen und Befragung war die Ermittlung von Carsharing-Potenzialen in der Gesamtbevölkerung. Allerdings zeigt diese Segmentierung, dass etwa gleichgroße Gruppen (um die 16%) jeweils unterschiedliche Präferenzen in den Verkehrsangeboten haben bzw. bestimmte Verkehrsangebote (z. B. das Fahrrad oder das Auto) grundsätzlich ablehnen.

Insbesondere die innovativ, technikaffinen Multioptionalen und die umweltbewussten ÖV- und Rad-Affinen Segmente (90% der Befragten Nutzer_innen) nutzen das e-Carsharing und zeigen sich gegenüber diesem Produkt offen. Dabei ist das ÖV- und Rad-Affinen Segment stärker im stationsgebundenen Carsharing vertreten als das innovativ, technikaffinen Multioptionalen Segment (ebd.:117).

In der Studie WiMobility (2016) konnten einige wichtige Unterschiede zwischen den klassischen, stationären Carsharing Nutzern_innen und neuen free-floating Nutzern_innen herausgearbeitet werden.
Vergleicht man die Mobilitätstypen im Sample von WiMobility, welches sich aus den Carsharing-Kunden von Flinkster und DriveNow in Berlin und München rekrutiert, mit der bevölkerungsrepräsentativen Verteilung aus BeMobility, dann wird bestätigt, dass die Grundgesamtheit der Carsharing-Kunden aktuell zum einen den „innovativen, technikaffinen Multioptionalen“ und zum anderen den „umweltbewussten ÖV- und Rad-Affinen“ zugeordnet werden können (vgl. Abbildung 21).

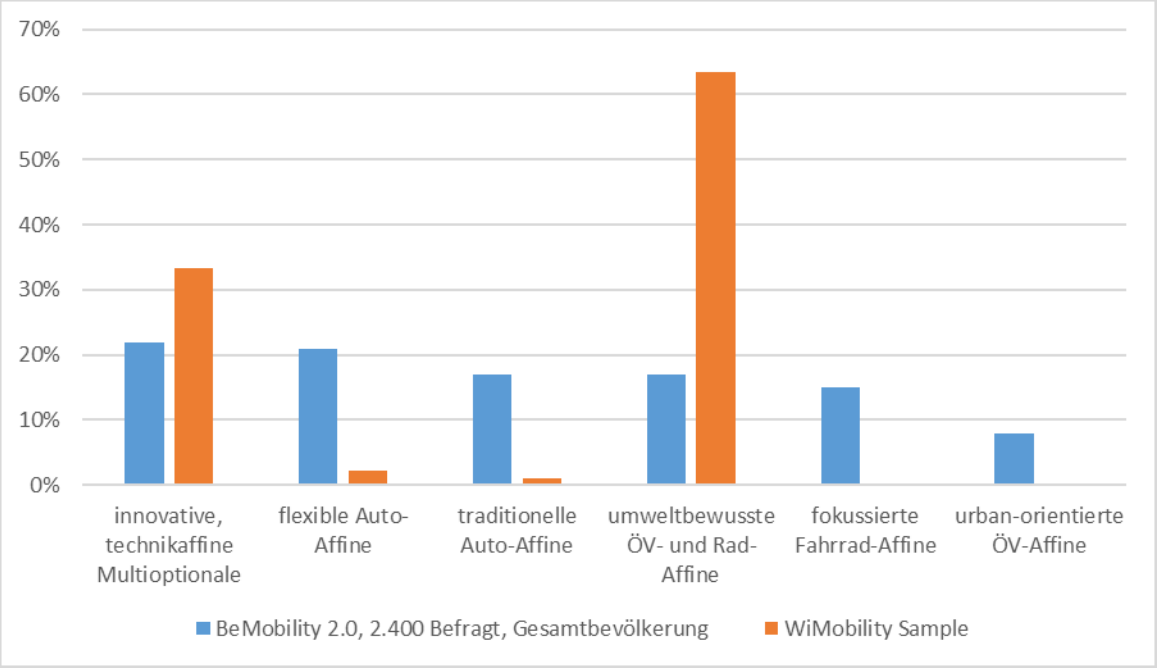


Abbildung 21: Vergleich Mobilitätstypen BeMobility und WiMobility Sample (BeMobility 2.0 (2015) :117, WiMobility (2016):40, eigene Darstellung)

WiMobility (2016) zeigt darüber hinaus, dass sich in der Struktur der Bestandsteilnehmer_innen ein signifikanter Unterschied in der Altersstruktur zwischen dem stationären und dem free-floating Angebot ergibt (Abbildung 22).

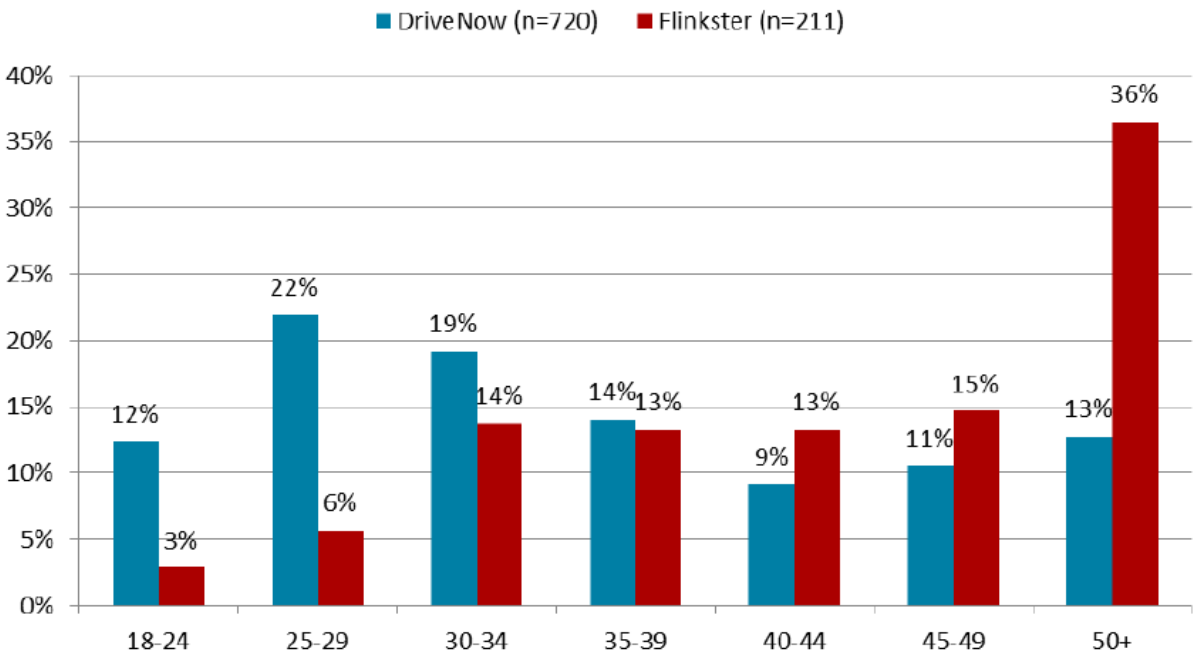


Abbildung 22: Altersstruktur der befragten DriveNow- und Flinkster-Nutzern (WiMobility (2016):83)

Die Teilnehmer_innen im free-floating sind deutlich jünger, als die beim stationären Carsharing. Bei dieser Analyse ist zu bemerken, dass bei der Befragung die Kunden_innen geographisch eingeschränkt wurden, nicht aber die Dauer der Zugehörigkeit.
Bei dem klassischen Carsharing besteht das Angebot seit der Jahrtausendwende, wobei das verglichene free-float Angebot von DriveNow erst seit 2011 in den Markt eingeführt wurde. Bei DriveNow kann man fast von Neuanmeldungen sprechen.

Unterschiede können so zwischen den Gesamtnutzern_innen der Angebote ermittelt werden. Da aber Flinkster ohne zeitliche Einschränkung der Teilnehmer untersucht wurde, kann nicht zwischen den verschiedenen Generationen bzw. Jahresscheiben der Nutzer_innen-Anmeldungen verglichen werden.

Im Vergleich haben die Befragten bei DriveNow eine höhere eigene Autoverfügbarkeit als bei Flinkster (Abbildung 23).

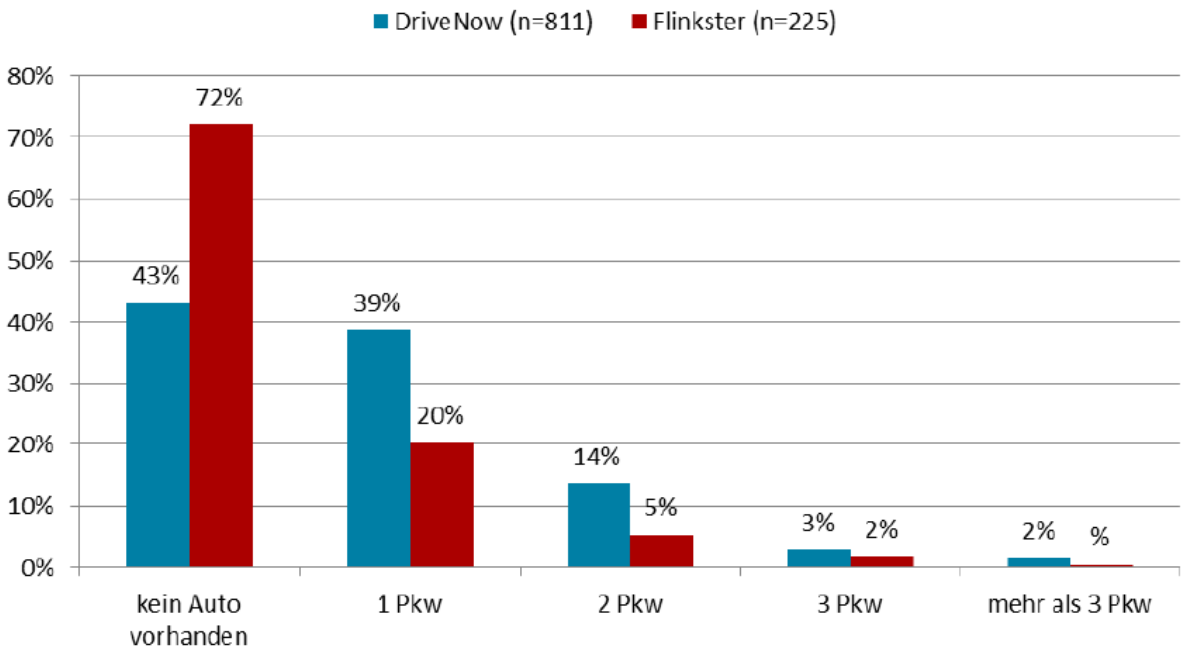


Abbildung 23: PKW-Anzahl im Haushalt der DriveNow- und Flinkster-Nutzer (WiMobility (2016):88)

Die Flinkster-Nutzer_innen haben zwar weniger eigene Autos, haben hingegen mit 51% ggü. 40% deutlich mehr ÖV-Abonnements.
Es deutet sich mit diesen Alters- und Angebotsverfügbarkeitsunterschieden an, dass die Angebote andere Funktionen im persönlichen Mobilitätsmix spielen könnten. Zudem zeigen sich deutliche Unterschiede in der Nutzung / Akzeptanz von Verkehrsangeboten im täglichen Gebrauch der Kunden_innen (bezogen auf die Gesamtbasis der Kunden_innen).

Abbildung 24 verdeutlicht, dass die junge Kundengruppe von DriveNow stärker multimodal oder PKW-affines Alltagsverhalten zeigt. Die Flinkster Kunden_innen sind hingegen stärker ÖV- und Rad-affin.

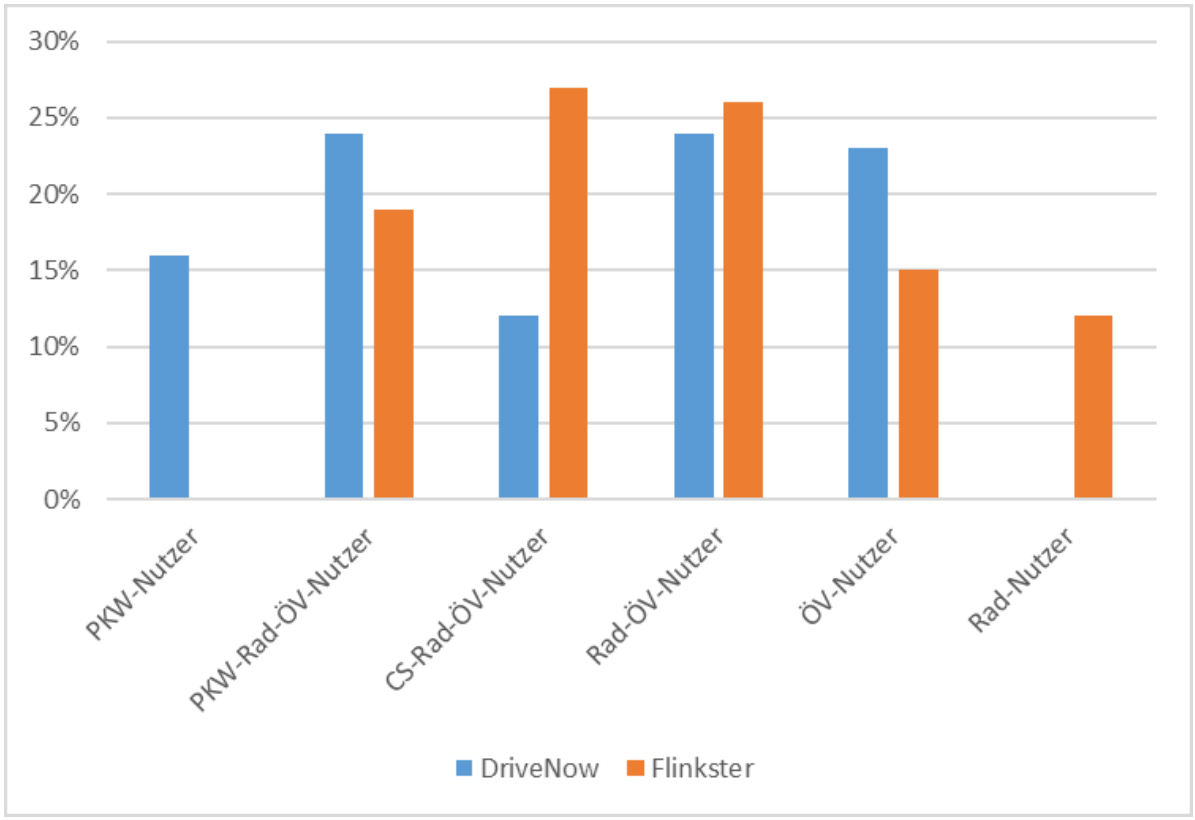


Abbildung 24: Vergleich Verkehrsangebotsnutzung Flinkster, DriveNow ((WiMobility (2016):92,94, eigene Darstellung)

Nach den Hauptmotiven zur Anmeldung (Abbildung 25) befragt, bestätigt sich, dass die neuen free-floating Nutzer_innen im Vergleich zu den Flinkster-Kunden_innen eher auf Empfehlungen reagiert haben oder das Angebot testen wollen (latente Gründe). Bei dem stationären Carsharing spielen Gründe, die auf einen automobilen Baustein im Mobilitätsmix hinweisen eine zentrale Rolle. Im Gegensatz hierzu benötigen die free-float Nutzer_innen keinen automobilen Baustein, da dieser durch das eigene Auto bereits oft verfügbar ist.

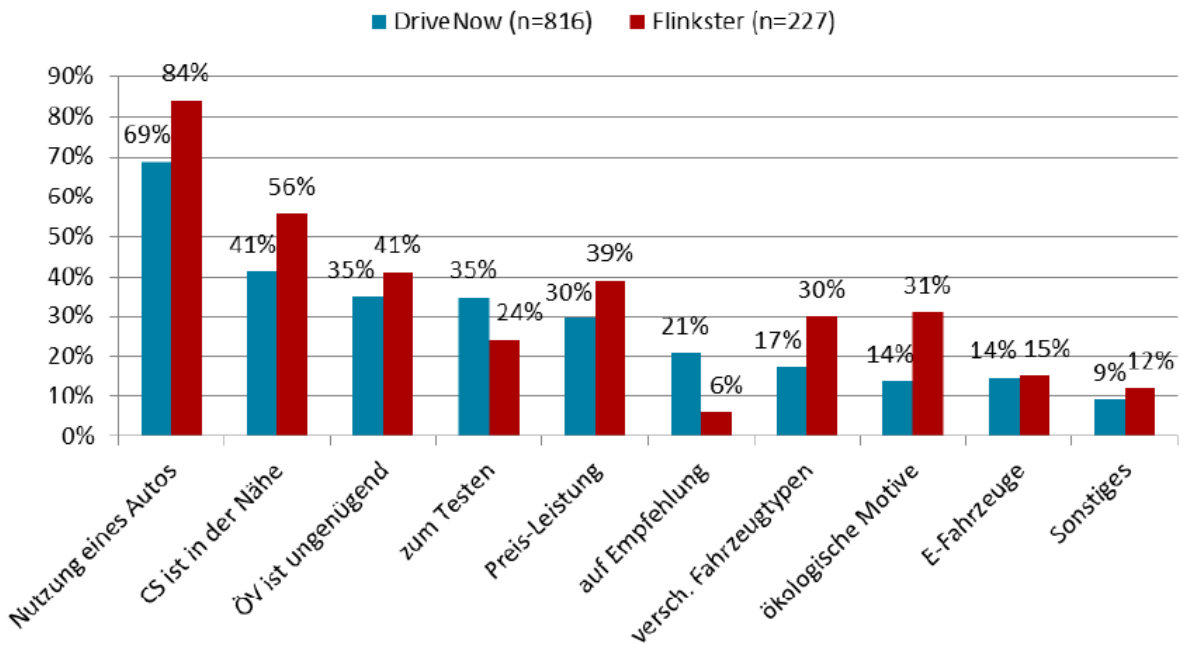


Abbildung 25: Hauptgründe für die Mitgliedschaft im Carsharing der DriveNow- und Flinkster-Nutzer (mit Mehrfachnennungen) (WiMobility (2016):89)

Das stationäre Carsharing füllt demnach die automobile Bausteinlücke wohingegen das free-floating eine weitere Ergänzung scheint. Insgesamt werden bei beiden Angeboten jeweils die Gesamtkundenbasis berücksichtigt. Daher sind ein zeitlicher Vergleich bzw. eine Veränderung über die verschiedenen Anmeldezeiträume weder zwischen den Angeboten noch innerhalb eines Angebotes möglich.

Dennoch kann man die Aussage auf die Gesamtkundengruppen ableiten. Insbesondere ist die Gesamtkundengruppe vom free-floating deutlich von der Gesamtkundengruppe des stationären Angebots unterscheidbar. Unter Berücksichtigung aller o. g. Studien hat sich die Gesamtheit der Carsarhing-Nutzer_innen seit der Jahrtausendwende von einer stark dominierenden ökologischen Mitgliedschaft verändert. Diese Einstellungsveränderung ist bei den Neuanmeldungen 2005 zurückgehend und pragmatische Einstellungen in Bezug auf das Automobil und die Automobilität spiegeln sich wider. Insgesamt verschiebt sich die Gesamtzusammensetzung der Mitglieder des stationären Carsharings von 1999 bis 2005 hin zu pragmatischeren Carsharing-Nutzer_innen. Dieser Effekt tritt auf, obwohl innerhalb der Gesamtbevölkerung ein Großteil der Entscheider_innen eine als „normativ“ benennbare Ansicht auf die Verkehrsangebote zu besitzen scheint (insbesondere bei dem prinzipiellen Ausschluss bestimmter Angebote).

Mit entstehen der free-floating Angebote wird deutlich, dass sich für diese Angebote vorwiegend die pragmatischen und fun-orientierten Nutzer_innen interessieren. Im Vergleich der Gesamtnutzer_innen erscheint die Nutzergruppe im stationären Carsharing deutlich ökologischer eingestellt, als dies bei der Nutzergruppe des free-floating erkennbar ist. Ohne Differenzierung der Neu- und Altkunden bleibt so ein Eindruck, dass die stationären Carsharing-Nutzer_innen ökologischer seien, obwohl die Neuanmeldungen sich aus anderen Kundengruppen rekrutieren.

Anmerkungen zu den Untersuchungen

Die bisherigen Studien legen ihren Fokus auf die Entwicklung von Mobilitätstypen, die aus unterschiedlichen Elementen gruppiert bzw. segmentiert werden. Insbesondere wird das Verhalten, die Soziodemographie und die Einstellungen erfasst.
Allerdings, und dies ist eine klare Abgrenzung zu dieser Arbeit, werden weder die konkreten Ansichten, Motive oder Beschäftigungszeiten bzw. -intensitäten mit der Anmeldung selber bzw. der Nutzung untersucht. Es handelt sich nicht um Entscheidungsvorgänge, sondern um Typisierungen von Verhalten-Einstellung-Soziodemographie. Die Arbeiten können also eine allgemeine Strukturierung der Carsharing-Nutzer_innen erarbeiten, eine auf die konkrete Entscheidungssituation zur Anmeldung konzentrierte Arbeit liegt aber nicht vor.

Die klassischen, stationären Carsharing-Untersuchungen haben vorwiegend alle Nutzer der jeweiligen Angebote befragt. Somit sind nicht nur die Anmeldungen, sondern auch die langjährigen Mitglieder befragt. Im Gegensatz zum Ansatz der vorliegenden Arbeit, die konkret die Neuanmeldungen aus dem 1. Halbjahr 2015 befragte, sind daher die Verschiebungen in den *Entscheidungssituationen der Anmeldungen* in diesen Studiendesigns kaum oder nicht gut zu erkennen.
Denn selbst in den 1998, als die Angebote noch relativ jung waren, gab es schon erste Verschiebungen und Änderungen. Dies zeigen die Hinweise von Muheim (1998) oder insbesondere die Betrachtung von Franke (2001)[16], die mit Blick auf die Untersuchungen die bis zu 5 Jahre vor 2001 liegen, von „Altkunden“ spricht.
Aus heutiger Sicht können diese Befragungen also nur zum Teil als konkrete Motivlage eines Jahrganges oder einer Gruppe verstanden werden. Vielmehr handelt es sich bei

[16] Vertiefung im nächsten Kapitel.

den Befragungen um die Motivlage der gesamten Nutzer dieser Zeiten. Wären diese Untersuchungen konkret auf die Anmeldesituation bezogen, dann könnte man eine konkrete Verschiebung nach Jahrescheiben vergleichen. So bleibt nur die Möglichkeit die frühen Studien mit wenigen, noch recht kurzen Mitgliedschaften homogener Nutzer_innen zu vergleichen.

Damit die aktuelle Entscheidungssituation der Anmeldungen sehr klar und deutlich erfasst werden kann, muss eine Befragungsgruppe gewählt werden, welche sich auf die aktuellen Anmeldungen beschränkt. In der Vergleichbarkeit kann dann allerdings nicht jahresscharf unterschieden werden, sondern nur die „Kunden von 2001 und davor“ mit denen des „ersten Halbjahres 2015“. Zudem muss eingeschränkt werden, dass die Fragestellung und Zielsetzung der Studien sich verändert haben und die befragten Angebote sich in ihrer Ausgestaltung ebenso verändert haben. Das Carsharing-Angebot von 2001 existiert in der Form nicht mehr.
Mit der Veränderung haben sich aber wahrscheinlich auch die angesprochenen Kunden verändert. Z. B. ist die technische Umsetzung von 2001 (kaum Handys und wenig Computernutzung) ggü. heute vollständig verändert.
Die Veränderung in den_der Nutzern_innen bleibt so nur multikausal feststellbar (aufgrund der Angebotsveränderung, der Kontextveränderung, der individuellen Einstellungsänderungen, neue Sozialisation (schließlich waren die jungen Nutzer von heute 2001 gerade erste geboren)). Aus dem gleichen Grund sind aktuelle Studien, die eine Gesamterhebung aller Nutzer_innen eines langjährig bestehenden Carsharings umfassen, nur indirekt für das Erkennen der Veränderungen aktueller Neuanmeldung nutzbar.

Basierend auf den BeMobility-Studien (2011, 2015) ist im Umkehrschluss auch offensichtlich, dass sich nur bestimmte Segmente überhaupt für ein Carsharing-Angebot interessieren und andere dieses Angebot grundsätzlich kritisch beurteilen. In der Folge ist klar, dass Carsharing nicht von allen Segmenten der Bevölkerung gleich genutzt werden wird. Für die empirischen Befragungen innerhalb der Nutzer_innen von Carsharing muss daher immer ein Sub-Segment der Gesamtbevölkerung angenommen werden. Beide BeMobility-Studien untersuchen das Verhalten und die Einstellungen, nicht aber die konkrete Anmeldesituation. Daher konzentrieren sich Schlussfolgerungen (BeMobility 2.0 (2015):121) auf Beobachtbares, wie z. B. Umbruchsituationen oder

Überlegungen zum Routineverhalten. Da die Nutzung im Fokus der beiden Untersuchungen steht, im Gegensatz zur Anmeldeentscheidung, sind die Ergebnisse weniger auf die Zeitpunkte, Motive oder den weiteren Elementen des Entscheidungsvorganges ausgerichtet.

Narrative Untersuchung der Anmeldesituation

Franke (2001) sucht in ihrer auf das Carsharing konzentrierten Arbeit „[...] in Auseinandersetzung mit dem empirischen Material am spezifischen Fall des Wechsels vom eigenen Auto zum Car Sharing tieferen Einblick in die Bedürfnisse, Motive und Ursachen verkehrlicher Praxis zu gewinnen und mögliche Blockaden für die Akzeptanz dieser sozialen Innovation zu erforschen“ (ebd.:51). Damit untersuchte sie relevante Aspekte in der Entscheidungsabwägung, die dazu führen, dass eine Entscheidungshandlung gegen das Carsharing bzw. konkret gegen die Carsharing-Anmeldung, die den ersten notwendigen Schritt zur Nutzung darstellt, erfolgt. Die Stärke der Arbeit beruht auf der Analyse „[...] der Handlungs- und Prozessverläufe in ihrem historisch-situativen Lebenszusammenhang“ (ebd.:83), die zu einem Wechsel von einem eigenen Fahrzeug zu einem Carsharing-Beitritt geführt haben. Franke schafft es, die Komplexität und Vielschichtigkeit des Verkehrshandelns herauszuarbeiten. Sie zeigt anhand von sieben Fallrekonstruktionen, dass der Entscheidungsprozess alles andere als eine eindimensionale Optimierung ist.

Sie arbeitet folgende für die Entscheidung relevante Aspekte heraus:

1. bei der Abwägung zwischen Privat-PKW und Carsharing-PKW spielt die Verfügbarkeit und die Routinisierung eine große Rolle (ebd.:169)
2. das tägliche Verkehrshandeln ist stark routiniert und nur bei Menschen, die bereits multimodal (also inkl. ÖV) unterwegs sind, wird Carsharing relevant (ebd.:169)
3. die Abwägung beinhaltet viele Aspekte und nicht, wie oft simplifiziert, nur ökologische oder ökonomische Aspekte (ebd.:169)
4. die Abwägung erfolgt aufgrund einer Motivation (ebd.:187) und der Prozess der Abwägung und Veränderung der Entscheidungsroutine dauert oft eine gewisse Zeit (ebd.:173)

5. Routinen sind im Alltag der Verkehrsangebotsnutzung normal und eine Veränderung erfolgt meist aufgrund mehrerer Effekte, die eine Unzufriedenheit auslösen oder eine Unmöglichkeit des bisherigen Verhaltens (z. B. bei Veränderungen im Leben der_die Entscheider_in) (ebd.:174)
6. wenn es keine alternativen Verkehrsangebote gibt, die den Anforderungen (Flexibilität, Beweglichkeit, Verfügbarkeit, Verlässlichkeit) gerecht werden können, dann bleibt der_die Entscheider_in beim Auto (ebd.:179ff.)
7. eine emotionale Bindung an eine Handlungsoption hat eine große Wirkung auf die Entscheidung (ebd.:183)

Franke (2001) wirft mit dem Begriff *Verkehrshandeln* einen umfassenderen Blick auf die Entscheidung im gesellschaftlichen Kontext: „Mobilität bezeichnet die durch gesellschaftliche Rahmenbedingungen wie durch individuelle materielle und geistige Ressourcen beeinflußten Möglichkeiten zur Fortbewegung. Diese übersubjektiv wie subjektiv ermöglichend und beschränkend wirksamen Handlungsbedingungen bilden eine Art Möglichkeitsraum, der den Rahmen für das Verkehrshandeln abgibt und die individuelle Mobilität bestimmt" (Franke (2001):69). Die Entscheidung im Moment ist von Entscheidungen der Vergangenheit abhängig. Verkehrshandeln umfasst das Verkehrsverhalten sowie die längerfristig wirkenden Aspekte der Teilhabe (z. B. Wohnortwahl) und solcher, die eine Verkehrsmittelverfügbarkeit beeinflussen. Man kann die Einflüsse auf das Verkehrshandeln als den umfassenden situativen Rahmen verstehen (ebd.:71ff.). Insbesondere relevant ist die Ausarbeitung, dass die Auswahlmöglichkeiten im Moment der freien Entscheidung eines Verkehrsangebots durch die Vergangenheitsentscheidungen eingeschränkt sind. Wer beispielsweise im Grünen wohnt, kann keinen öffentlichen Verkehr vor der Haustüre nutzen. Trotz des Wissens um diesen Effekt ist es laut Franke (2001):72 noch zu keiner umfänglichen Aufnahme der Einflüsse gekommen.

Anmerkungen zur Untersuchung

Die Arbeit hat einige Schwachstellen, sodass keine Rekonstruktion des Entscheidungsvorgangs von ihr gelingen kann. Beispielsweise versucht Franke (2001):191ff. eine Typisierung auf Basis der ökologischen und ökonomischen Dimension der Entscheidungseinflüsse zu entwickeln. Diese Vereinfachung widerspricht der Ausarbeitung der Arbeit, dass es viele Abwägungsaspekte gibt und diese sich über die Zeit

ändern. An dieser Stelle wird die komplexe Abwägung auf eine simplifizierte Typisierung reduziert und es fehlt der Zwang zu verstehen, wie die Abwägung gesteuert wird und welche Elemente hierfür relevant sind.

In den weiteren Ausführungen zum Bedürfnis, Motiv und der Bewusstseinsfähigkeit des Wahlvorgangs bleibt Franke (2001) in der soziologischen Gesamtperspektive. Aus der gesamtgesellschaftlichen Sicht dient die Fortbewegung dem individuellen Möglichkeitsraum und so wird für die Bewegung ein Bedürfnis konstruiert. Dieses ist dann als Motiv jeden Verkehrshandelns definiert (ebd.:72ff). Dies ist aber nicht zwingend. Wie die Ansätze der Motivforschung zeigen, gibt es zumindest berechtigte Zweifel an der Vorstellung (vgl. Kapitel 3.1 Entscheidungsmotiv und -motivation).
Ein zweiter Kritikpunkt der Perspektive ist, dass eine Entscheidung bewusstseinsfähig ist und davon Routinen zu unterscheiden sind, die nicht bewusstseinsfähig sind. „Es stellt sich die Frage, ob wir überhaupt von Verkehrsmittelwahl sprechen können, wenn wir einen Großteil unserer Alltagsaktivitäten und unseres Verkehrshandelns gewohnheitsmäßig, mit einem eingeschränkten Grad an Bewußtheit ausführen“ (Franke (2001):80. Dies ist schon dadurch problematisch, als dass diese Perspektive alle Wahrnehmungsfilter *vor* jeglicher Bewusstseinsfähigkeit übersieht. Jede Art der Entscheidung hat einen Teil Wahrnehmung, der nicht bewusst ist. Und dennoch wird eine Trennung vorgenommen, die zwangsläufig den_die Entscheider_in aus den Augen verliert.
Die Arbeit ist mit Sicherheit eine sehr gute Darstellung der Anmeldeentscheidung zum Carsharing, wie sie so noch nicht vorhanden war. Viele Aspekte, insbesondere die Bedeutung der Abhängigkeit der Entscheidungen und der Darstellung der Unterschiedlichkeit der individuellen Situationen sind sehr aufschlussreich. Dennoch folgt die Aufarbeitung des Entscheidungsvorgangs einigen Annahmen, die ein „neues Denken“ für den Entscheidungsvorgang verhindern.

4. Konstruktion des Entscheidungsvorgangs

In diesem Kapitel erfolgt die Rekonstruktion der Entscheidung als strukturelles Modell. Dabei wird von der Annahme ausgegangen, dass es einen Ablauf gibt, der dazu führt, dass aus einer Vielzahl von Optionen am Ende eine ausgewählt und dann fixiert wird. Der beschrittene Weg lädt dazu ein, die Überlegungen aufzugreifen und zu diskutieren, um damit ein gemeinsames konzeptionelles Grundmodell zu ermöglichen.

Die Konstruktion findet thesenbasiert statt. Die Basis der Thesen stammt aus den empirischen Befunden und Einzeltheorien. Jede These wird einzeln diskutiert.

In Abgrenzung zu vielen der bestehenden Ansätze wird kein struktureller Unterschied zwischen bewussten und unbewussten Entscheidungsbestandteilen gemacht. Die Rekonstruktion basiert auf dem Verständnis, dass das Strukturmodell je nach Entscheidung und Individuum unterschiedlich durchlaufen wird. Mal mit einem höheren Grad des Bewusstseins, mal kognitiver oder emotionaler.

Die bestehenden Erkenntnisse werden über die Disziplingrenzen hinweg strukturiert. Im angelsächsischen Verständnis nach Stokols (2006) wird unter multidisziplinärer Forschung verstanden, dass mehrere Disziplinen unabhängig voneinander dasselbe Thema bearbeiten. Bei der interdisziplinären Forschung bleibt die Einzelforschung mit einem Austausch der Erkenntnisse in der jeweiligen Disziplin verankert. Die transdisziplinäre Forschung hingegen nimmt einen von disziplinären Perspektiven unabhängigen Blick auf einen Untersuchungsgegenstand ein. „By contrast, transdisciplinary is a process by which researchers work together to develop a shared conceptual framework that integrates and extends discipline-based concepts, theories, and methods to address a common research topic. Transdisciplinary research collaborations are intended to achieve the highest levels of intellectual integration across multiple fields and yield shared conceptual formulations that move beyond the disciplinary perspectives represented by team members“ (Stokols (2006):67).

Im Unterschied hierzu ist im deutschen Sprachraum eine alternative Definition der disziplinären Zusammenarbeit gebräuchlich. Dienel (2015):71 definiert in seinem Artikel zu den Standards und Gütekriterien der Zukunftsforschung unter multidisziplinärer Forschung das Nebeneinander und das Zusammenwirken verschiedener Forschungstraditionen zu einem Thema. Bei der interdisziplinären Zusammenarbeit werden darüber hinaus die unterschiedlichen Perspektiven integriert. Die interdisziplinäre Forschung ist dann relevant, wenn ein Forschungsgebiet keinen eigenen disziplinären Standpunkt entwickeln kann. Unter transdisziplinärer Zusammenarbeit wird „[…] das gleichberechtigte Zusammenwirken von verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen und praktisch erfahrenen und /oder einflussreichen Partnern aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft […]“ (ebd.:71) verstanden. Bewusst werden die Unterschiedlichkeiten der Perspektiven betont und kultiviert.

Die Zusammenstellung von Knie (2007) und Dienel (1997) weisen auf die Notwendigkeit und die Möglichkeit einer interdisziplinären Forschung hin. Die Konstruktion des Entscheidungsvorgangs soll daher auch interdisziplinär erfolgen (deutsche Begriffsverwendung nach Dienel (2015)). Interpretative Arbeiten des beobachtbaren Verhaltens entstammen in diesem Feld meist der Soziologie oder Geographie (Kellerman (2012):18). Für den Entscheidungsvorgang kommen die interdisziplinären Beiträge aus der Soziologie, Geographie / Verkehrsplanung oder Sozialpsychologie (Verron, Gorr, Held, Bamberg, Schmidt, Harms und Franke).

Viele der Elemente wurden in den Arbeiten von Held (1982), Verron (1986) und Gorr (1997) angesprochen, aber aufgrund fehlender Verbindungen nicht zu einem Ansatz integriert (z. B. die Wahrnehmung oder kognitive Beschränkung). Die Anpassungen, die die Überlegungen in ein Gesamtmodell integrieren, stellen viele der bestehenden Befunde in ein neues Licht. Insbesondere werden einige Phänomene (z. B. Motiv, Wahrnehmung) neu bewertet, was zu Abweichungen gegenüber. bestehenden Perspektiven führt. Abbildung 26 strukturiert die Erkenntnisse in einem neuen Schema.

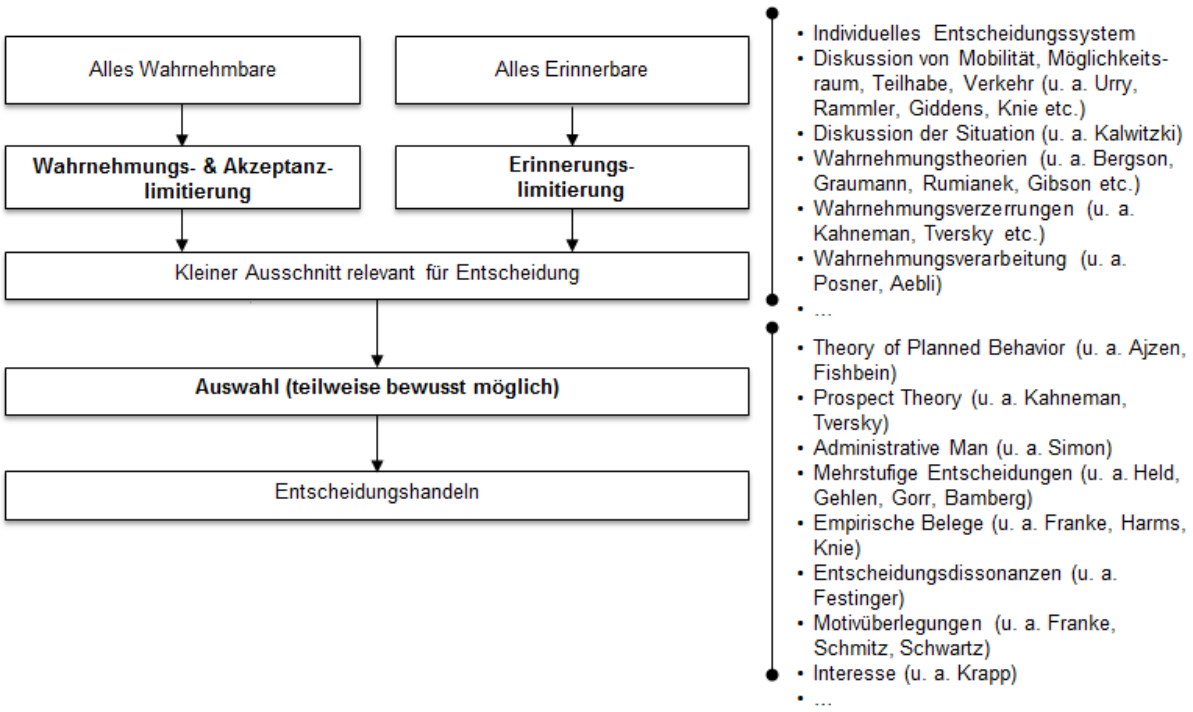


Abbildung 26: Schematische Struktur relevanter Beiträge (eigene Darstellung)

Die Rekonstruktion wird in drei Blöcke gegliedert (Abbildung 27):

- die Entscheidungswahrnehmung,
- die Entscheidungsabwägung und
- das Entscheidungshandeln.

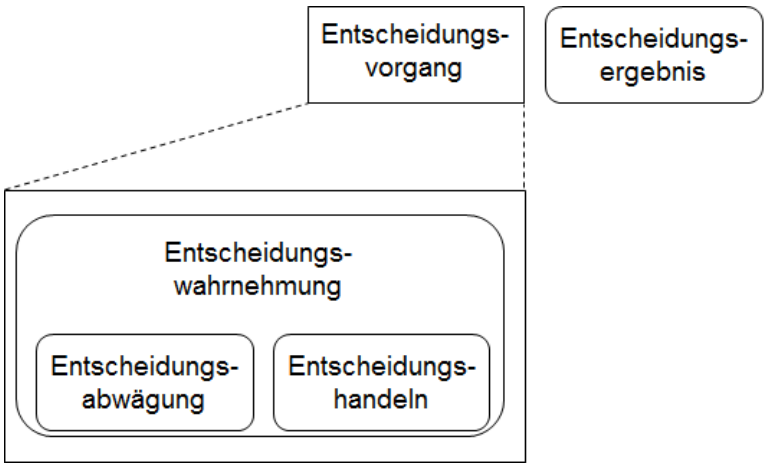


Abbildung 27: Bestandteile einer Rekonstruktion (eigene Darstellung)

Im ersten Teil der Rekonstruktion wird die Bedeutung der Wahrnehmung herausgestellt. Die Entscheidungswahrnehmung kann als eine eigenständige unbewusste Entscheidungsstufe verstanden werden. Diese ist in dieser Form noch nicht in den beste-

henden Beiträgen herausgearbeitet worden. Die Wahrnehmungs- und Akzeptanzlimitierungen sowie die Erinnerungslimitierung filtern die möglichen Elemente der objektiven Umgebung und Erinnerungen zu einem verarbeitbaren Entscheidungskontext. Der Kontext wird als die für den_die Entscheider_in wirkende Wirklichkeit definiert.

- These 1: Die Wahrnehmungslimitierung reduziert unbewusst die objektive Umwelt auf eine individuelle Auswahl an Elementen.
- These 2: Die Akzeptanzlimitierung reduziert unbewusst die wahrgenommenen Objekte auf akzeptierte Objekte.
- These 3: Die Erinnerungslimitierung reduziert unbewusst die vergangenen Erfahrungen auf eine individuelle Auswahl an Elementen.
- These 4: Vergangene Entscheidungen beeinflussen individuell die Folgeentscheidungen.
- These 5: Nur wenige individuelle Anforderungen ergänzen das Entscheidungsmotiv.
- These 6: Nur wenige Elemente des Verkehrsangebots sind für die Entscheidung individuell relevant.
- These 7: Die mentalen Ressourcen sind eng begrenzt und werden nicht voll eingesetzt.
- These 8: Das Entscheidungsmotiv steuert den Entscheidungsvorgang.

Im zweiten Teil wird die Entscheidungsabwägung entwickelt. Die Entscheidungsabwägung gleicht innerhalb eines Kontextes die Verkehrsangebote mit dem zufriedenstellenden Bedürfnis ab. Der Entscheidungskontext kann sich im Laufe der Abwägung verändern. Die Abwägung kann wenige Sekunden umfassen oder sich mit unterschiedlicher Intensität über Jahre hinziehen. Das Hauptinteresse dreht sich um den Algorithmus zum Abgleich (Entscheidungsregel) und der Intensität der Befassung mit dem Abgleich (Entscheidungsmodus).

- These 9: Die Art der Beschäftigung ist von der Bewusstseinsfähigkeit getrennt.
- These 10: Die Art der Beschäftigung kann graduell kognitiv oder emotional sein.
- These 11: Automatisierung ist „unbewusst empfunden“ und keine „denkfreie Zone“.

- These 12: Die Bewusstseinsfähigkeit ist graduell zwischen bewusst und unbewusst.
- These 13: Graduelle „Teilentscheidungen“ sind die Regel, nicht die Ausnahme.
- These 14: Die Entscheidungsregel besteht aus zwei Elementen, dem Abwägungsziel und dem Abwägungsmechanismus.
- These 15: Wiederholte Entscheidungen werden mit den vergangenen Werten der individualistischen, normativen und Kontrollkomponente prognostiziert.

Der dritte Teil, das Entscheidungshandeln, beschreibt den Moment, in dem die getroffene Auswahl beobachtbar wird. Viele Interventionsansätze setzen am oder nach dem Entscheidungshandeln an, z. B. wenn eine Handlungskontrolle durchgeführt werden soll. Der entscheidende Mensch wird belehrt, kontrolliert und korrigiert.

4.1. Entscheidungswahrnehmung

Die Entscheidungswahrnehmung kann als eigene, unbewusste Auswahl verstanden werden, die im Ergebnis einen Kontext hat, dessen Elemente die Eingangsgrößen für die Auswahl stellen. Man kann die Wahrnehmung und Erinnerung durchaus als Vorentscheidung betrachten. Diese Vorauswahl bleibt in den Entscheidungstheorien meist unbeachtet. Über den Grund kann nur spekuliert werden. Zwei Vermutungen liegen nahe: Bei Laborsituationen, die die Auswahl betrachten, werden die Optionen und der Kontext definiert und innerhalb dieses Rahmens spielt die „reale“ Wahrnehmung und Erinnerung keine Rolle. Alternativ erfolgen Feldstudien in der Art, dass möglichst ein stabiler Kontext definiert wird, sodass induzierte Größen einer messbaren Veränderung zugeordnet werden können. In diesem Falle ist ein künstlicher Kontext ohne die Wahrnehmung und Erinnerung vorteilhaft.

Das Ergebnis ist, dass die Wahrnehmung und Erinnerung weniger beachtet werden. Dies soll in diesem Kapitel in drei Schritten verändert werden. Die drei Schritte sind die Erläuterung der Feldtheorie als Einführung, gefolgt von der Limitierung durch die Wahrnehmung und die Erinnerung. Das in Abbildung 28 dargestellte Vorgehen nimmt Bezug auf die Leitgedanken des Kapitels **Fehler! Verweisquelle konnte n icht gefunden werden.**, **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**.

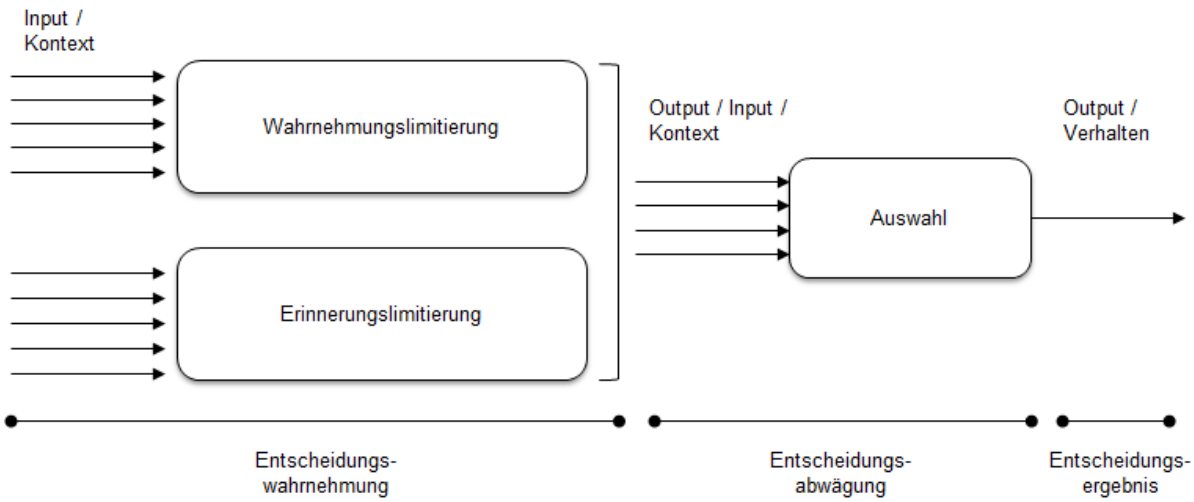


Abbildung 28: Vorentscheidungen und Abwägung (eigene Darstellung)

4.1.1. Feldtheorie und Behavior Setting

Das *Lebensraumkonzept* gibt einen Einblick in die Interaktion von Individuum und Umwelt aus Sicht der handelnden Person. „[...] um das Verhalten zu verstehen oder vorherzusagen, müssen die Personen und ihre Umgebung als eine Konstellation interdependenter Faktoren betrachtet werden. Die Gesamtheit dieser Faktoren nennen wir den *Lebensraum* dieses Individuums [...]“ (Lewin (1963):272).

Der Lebensraum enthält physikalische Dinge, die Person, sowie deren subjektive Umwelt und gilt so als „Inbegriff möglichen Verhaltens“ (Lewin (1969):36). Die objektive Umwelt wird durch die Erfahrungen geprägt subjektiv wahrgenommen und erlebt. Die objektiven Fakten der physikalischen Umwelt sind nur insofern relevant, als dass sie für die individuelle Person in ihrem momentanen Zustand wirksam sind (vgl. Lewin (1963), Lewin (1969)).

Eine Erweiterung des Lebensraumkonzepts erfolgt durch die *„Behavior Settings“* von Barker (1968), erweitert durch Molt (1981, 1983, 1986). Barker führt aus, dass je nach Setting ein anderes Verhalten der Individuen gezeigt wird und dass je nach Ziel das gleiche Setting zu anderem Verhalten führt. Ein Beispiel ist, dass Medikamente in der Apotheke gekauft werden könnten, um diese als Gift gegen einen Feind einzusetzen oder um sie als Hilfe zu verabreichen.
Barker (1968) bringt so den subjektiven Lebensraum in Verbindung mit der objektiven Umwelt. Das Setting selbst ist nicht unbedingt abhängig von einer spezifischen Person. Es kann nach Austauschen einzelner Personen im Grunde stabil bleiben und ist so durch eine Regelmäßigkeit von Handlungsmustern gekennzeichnet.

Das Behavior Setting ist eine objektive Beschreibung einer Umgebung und stellt nicht die subjektive Repräsentanz (Wahrnehmung) eines sozialen Umfeldes dar (vgl. Hunecke, Schweer (2004):92). „Ein Behavior Setting besteht aus zwei Komponenten: zum einen aus Personen in verschiedenen Rollen (z. B. als Vortragender oder Zuhörer) und zum anderen aus nicht-psychologischen Objekten, die in das Verhalten einbezogen sind (z. B. Tische, Wände). Die an einem Behavior Setting beteiligten Personen (z. B. Hans Meier) sind dabei in einem hohen Maße austauschbar, nicht aber de-

ren Funktion oder Positionen (z. B. Lehrer)“ (Hunecke, Schweer (2004):94). Das Setting bedingt ein spezifisches Verhaltensprogramm. Dessen wesentliche Veränderung führt zur Zerstörung des Settings.

Im Beispiel von Hunecke, Schweer (2004):94 ist der Austausch des Lehrers, Hans Meier, gegen Peter Mustermann keine Setting-Änderung. Peter und Hans können das Setting und den jeweiligen Moment aber sehr unterschiedlich wahrnehmen. Diese Wahrnehmung ist für die Entscheidung von Peter oder Hans relevant, auch wenn aus der Außenperspektive egal ist, ob Hans oder Peter der Lehrer ist. Für die Entscheidung ist es daher notwendig, die Perspektive von Hans und Peter einzunehmen und nicht zu versuchen die Entscheidung eines Lehrers interpretativ zu erarbeiten.

Die Erweiterung von Molt interpretiert das *Setting als Wahloption.* Es weist eine bestimmte Qualität sowie Begrenzungen oder Regeln auf. Je besser die Person die Regeln beherrscht, desto größer ist die Entfaltungsfreiheit des Verhaltens (setting-adaptives Verhalten). Die Qualität eines Settings beschreibt die Art und Weise, wie eine Handlung ausführbar ist und ob mit den Handlungsmöglichkeiten das gewünschte Handlungsziel tatsächlich erreicht werden kann. Molt (1981, 1983, 1986) argumentiert daher, dass die Person während der Handlungsplanung jene Settings wählt, die eine ideale Handlungszielerreichung ermöglichen. Dafür bedarf es allerdings der Fähigkeit das Setting wechseln zu können und beweglich zu sein.

Anmerkungen zur Feldtheorie

Diese Überlegungen machen deutlich, dass die Entscheidung immer im Verhältnis zur Umwelt und den individuellen Möglichkeiten steht. Ebenso kann man aus den Überlegungen ableiten, dass die Bewegung notwendig ist. Für den konkreten Entscheidungsvorgang muss in den Lebensraum des Individuums eingetaucht und aus dessen Blickwinkel geschaut werden. Diese Perspektive wird in den folgenden Kapiteln mit Leben gefüllt.

These 1: Die Wahrnehmungslimitierung reduziert unbewusst die objektive Umwelt auf eine individuelle Auswahl an Elementen.

Schon frühe Arbeiten, wie die von Bergson (1919) in *„Materie und Gedächtnis*“, setzen sich mit der Wahrnehmung und der Gedankenformung auseinander.
Dabei wird der Körper als Werkzeug ohne die Funktion einer Vorstellungsvorbereitung gesehen. Ebenso werden die reine Wahrnehmung und das Gedächtnis als Werkzeug verstanden, die in Kombination mit dem „Geist“ gesehen werden müssen und in einer konkreten Handlung zusammenarbeiten (ebd.:224ff). „Wahrnehmen würde also heißen, aus der Gesamtheit der Gegenstände die mögliche Wirkung meines Körpers auf sie abzulösen. Die Wahrnehmung ist dann nur eine Auswahl. Sie schafft nichts; ihre Aufgabe ist im Gegenteil, aus der Gesamtheit der Bilder alle die auszustoßen, auf die ich keinen Einfluß ausüben kann, und dann in den zurückbehaltenen Bildern selbst noch das auszuschließen, was für die Bedürfnisse desjenigen Bildes, das ich meinen Körper nenne, belanglos ist“ (ebd.:228). Doch diese reine Wahrnehmung wäre nur dann beschreibbar, wenn es die einer dritten Person wäre. Denn in einer Person ist die reine Wahrnehmung immer mit dem Bewusstsein, der Affektion und dem Gedächtnis vorhergehender Momente verbunden. „Was man zuerst zu setzen hat, ist also die reine Wahrnehmung, d. h. das Bild. Dann erscheinen die Empfindungen nicht mehr als das Material, aus welchem das Bild fabriziert wird, sondern ganz im Gegenteil als die Unreinheit, die sich ihm beimischt, denn sie sind ja das, was wir von unserem Körper in alle hineinprojizieren“ (ebd.:234). Die Wahrnehmung ist daher immer eine Synthese reiner Wahrnehmung und reiner Erinnerung.

Allerdings ist diese Synthese ein dauerhafter Mechanismus, der die Wahrnehmung steuert. Die Bedeutsamkeit des Wahrgenommenen entsteht aus dieser Synthese und ist individuell unterschiedlich, aber im Moment der Wahrnehmung nicht kontrollierbar, sondern nur im Nachhinein reflektierbar. Ohne diese Aspekte philosophisch zu bewerten, ist bemerkenswert, dass dieser Automatismus bisher in den Auseinandersetzungen mit dem Entscheidungsvorgang im Verkehr meist ungenannt bleibt. Vielmehr wird die Fähigkeit der Reflektion betont. Doch dieser Wahrnehmungsfilter, der in den folgenden Ausführungen vertieft wird, stellt eine relevante Größe dar. Insbesondere gilt dies, da z. B. Wahlmöglichkeiten als solche nicht erkannt werden könnten. Aus einem Menschen mit einer Wahloption wird aufgrund der fehlenden Wahrnehmung ein Cap-

tive, also jemand, der nicht das Gefühl einer Wahl hat. Die Wahrnehmung legt unbewusst den Rahmen dafür, ob eine Entscheidung als solche erkannt werden kann oder nicht. Selbst wenn sie als Entscheidung erkannt wird (im Folgenden „Wahrnehmungslimitierung"), bedeutet dies nicht, dass dies als Entscheidung bewusst wird (im Folgenden „Akzeptanzlimitierung" (Held (1982)).

Graumann (1955) beschreibt die unvermeidlich subjektive Beeinflussung der Situation durch die Faktoren des subjektiven Antriebs, der individuellen Bedürfnisse, der Anschauungen, der personalen Struktur und der Werte als „*social perception*". „Wahrnehmung wird also – so kann man zusammenfassend sagen – als eine Art Kompromiß zwischen dem gesehen, was der Mensch wahrzunehmen erwartet, und dem, was er faktisch an Umweltaufschluß vorfindet" (Graumann (1955):611). Personen bedürfen einer Bereitschaft, etwas wahrzunehmen und haben Erwartungen (Thesen), was sie wahrnehmen werden (Fixation). Stimmt der Reiz nicht mit dem überein, was wahrgenommen werden soll, so dauert es länger, bis der Reiz wahrgenommen wird. Analoges gilt für die Bereitschaft.
Für eine Auswahl wird gedacht und gefühlt, sodass es sich nicht um eine passive Reflektion der Wirklichkeit, sondern um einen aktiven Wahrnehmungsprozess handelt (u. a. Graumann (1955)). Die einfache Reiz-Reaktionstheorie wird ergänzt um die Bedeutung von Denken und Informationsverarbeitung. Wahrnehmung wird so zum aktiven Suchen nach Informationen. Handeln und Wahrnehmen nehmen eine reziproke Beziehung zueinander ein (u. a. Heine, Guski (1994)).

Rumianek (1985) verweist auf *Reizschwellen*. Zu geringe Reize werden nicht wahrgenommen und Reize mit geringen Unterschieden werden als gleich wahrgenommen. Je stärker die Reize werden, desto größer müssen die Unterschiede werden, damit sie als ungleich wahrgenommen werden. Ähnliche Beobachtungen wurden in der Ökonomie gemacht. Hier kann beobachtet werden, dass ein Mensch mit kleinerem Vermögen deutlich positiver bei gleichem Vermögenszuwachs reagiert als einer mit einem großen Vermögen. In der Ökonomie wird dies in der Theorie des abnehmenden Grenznutzens adressiert (Erstes Gossensches Gesetz). Es besteht keine lineare oder andere eindeutige Beziehung zwischen dem objektiven Reiz und der subjektiven Empfindung.

Allerdings müssen sich die Reize für die Wahrnehmung proportional zur Ausgangssituation verhalten (Rumianek (1985), Graumann (1955)). Die Erwartung bestimmt daher maßgeblich den wahrgenommenen Kontext.

Gibson (1982) verbindet die Wahrnehmung mit den individuellen Kompetenzen. *„Affordanz“* umfasst die Möglichkeiten, die situative Elemente (Umwelt, Gegenstände, Personen etc.) bieten. Diese konstruktivistische Theorie sieht Wahrnehmung als abhängig von Hypothesen und Erwartungen und beeinflusst von motivationalen und emotionalen Faktoren. Gibson erklärt, dass die Bedeutung eines Gegenstandes / der Umwelt mit der tatsächlichen Nutzung zusammenfällt. Entscheidend ist, dass die Umwelteigenschaft immer anhand der Organismuseigenschaft skaliert wird. Im Gegensatz zur Thesentheorie (Soziale Wahrnehmung) argumentiert Gibson, dass der Wahrnehmende keine subjektive Welt konstruiert. Vielmehr ist der Wahrnehmende mehr oder weniger aufmerksam, sodass eine Differenziertheit der Informationsentnahme entsteht. Dies bedeutet, dass die Möglichkeiten, die der Gegenstand / die Umwelt bietet, im direkten Bezug zu den Möglichkeiten des Subjektes stehen. Die Eigenschaft ist entsprechend an das Subjekt gebunden und wird durch dessen kulturellen Hintergrund, Größe etc. beeinflusst – sie ist individuell bzw. subjektiv. Eine Informationsverarbeitung wird von Gibson nicht explizit erläutert.

So wird beispielsweise eine Stufe mit 18 cm Höhe beim ICE-Einstieg von einer kleinen Person als höher und unangenehmer wahrgenommen als von einer großen Person.

In der *Hypothesentheorie der sozialen Wahrnehmung* von Jerome Bruner leitet die Wahrnehmungserwartung die subjektive Wahrnehmung unter Berücksichtigung der eigenen Fähigkeiten und des Umfelds (u. a. Irle (1975), Smith, Bruner, White (1956), Osgood, Suci, Tannenbaum (1957), Katz (1960)).
Der_die Entscheider_in entwickelt die Wahrnehmungserwartung unter Berücksichtigung der Häufigkeit der bisherigen Erwartungsbestätigungen, der Anzahl an alternativen Erwartungshypothesen, der eigenen Motive (Ziele), der sozialen Unterstützung durch Dritte und der eigenen Kognition.

Ein Element oder Begriff wird abgespeichert, wird erkannt und beinhaltet dann *bestimmte Assoziationen.* „Wenn wir uns eine Teetasse vorstellen und dabei versuchen

uns ihre Merkmale zu vergegenwärtigen, liegt diesen Gedanken wahrscheinlich ein abstrahierter Kode zugrunde, der unsere Gesamterfahrung mit der Teetasse in der Vergangenheit repräsentiert. Es ist durchaus nicht notwendig, dabei nun jede einzelne Teetasse, die wir je gesehen haben, ins Gedächtnis zu rufen“ (Posner (1976):100).
Mit einem Gegenstand werden also verschiedene Merkmale (Henkel, Form u.ä.) und Eigenschaften (kann Flüssigkeit aufnehmen, ist mit einer Hand haltbar, ist von Menschen mit Hilfsmitteln hergestellt worden u.ä.) assoziiert. In der Kognition wird durch die vielen „Teetassen“ ein Prototyp gebildet, der alle gemeinsamen typischen Merkmale und Eigenschaften umfasst (Verron (1986):40).
Dabei werden nur als unter „bestimmten Gesichtspunkten“ bedeutsame Merkmale / Eigenschaften sowie die Beziehung des Gegenstandes zu anderen Gegenständen und der Umwelt abgespeichert. Ein „bestimmter Gesichtspunkt“ ist z. B. die Zweckbestimmung eines Gegenstandes oder ein Handlungsablauf, der mit einem Gegenstand verbunden ist. Neben der Erfahrung der passiven Merkmalwahrnehmung stellt die Handlung einen aktiven Erfahrungsbestandteil dar. Um die Zweckbestimmung oder Handlung bildet sich dann ein Netz von interpretierten Merkmalen, Eigenschaften sowie der Beziehungen. Dieses Netz ergibt den Sinn des Begriffs. Dies ist verständlich, da die Merkmale einer Teetasse so ausgelegt sind, dass sie zum Trinken von Tee bestimmt ist und eine motorische Trinkbewegung ermöglicht. Somit steht ein Begriff für einen ganzen Beziehungskomplex von Merkmalen und Eigenschaften. Der Begriff selbst kann dann in neue Begriffskomplexe einfließen, sodass die Menge der Informationen reduziert wird (Aebli (1981)). Die Assoziationen erweitern und verändern sich im Laufe des Lebens durch zusätzliche Erfahrungen.

Meyer, Levin, Louviere (1979) stellen fest, dass objektive Eigenschaften eines Objektes wahrgenommenen und in subjektive Bilder gewandelt werden. Zur schnellen Orientierung in der Umwelt können einer objektiven Eigenschaft mehrere subjektive Eigenschaften zugeordnet werden. Zu dem subjektiven, gedanklichen Objekt wird eine Einstellung gebildet und zusätzliche Kennzeichnungen wie der Verwendungszweck werden hinzugefügt. Die Einstellung mit ihren Wissens- und affektiven Elementen strukturiert, verknüpft, bewertet und beinhaltet die individuellen Aspekte wie z. B. Angst, Ekel oder Glücksgefühle. Meyer, Levin, Louviere (1979) ergänzen, dass die

Elemente der subjektiven Wahrnehmung durch interpretierbare Elemente der sichtbaren objektiven Situation entstehen. Die Bewegung von Objekten und Menschen liefert u. a. soziale Informationen über die Beziehung zueinander.

Einstellungen gegenüber Einzelobjekten, -elementen oder auch Objektklassen wirken orientierend und beeinflussend in Wahrnehmungs-, Denk-, Informationsverarbeitungs- und Verhaltensprozessen.
Ambivalenzen in Einstellungen haben eine große Wirkung, die als Heuristiken beobachtbar sind. Zudem wurde festgestellt, dass es zwei Einstellungen zur gleichen Zeit gegenüber einem Einstellungsobjekt geben kann (Wilson, Lindsey, Schooler (2000)).
Diese Wahrnehmungsbeeinflussung aufgrund der Einstellung wird in einigen Studien untersucht, die Ajzen (2001):41f. zusammenstellt. Es zeigt sich, dass bei bekannten Einstellungsobjekten konsonante Einstellungen die Handlungswahl dominieren und einen Informations- und Überzeugungsfilter für alternative Handlungen bilden (Armitage, Conner (2000)). Bei unbekannten oder fiktiven Einstellungsobjekten dominieren die ambivalenten Einstellungen. Diese sind mit einer stärkeren systematischen-kognitiven Informationsverarbeitung assoziiert, sodass die genutzten Informationen ein besserer Indikator für die Handlungswahl darstellen als die Einstellung selbst (Jonas, Diehl, Bromer (1997)).

Einstellungsklassen (z. B. Einstellung gegenüber PKWs) haben einen wichtigen Einfluss auf die individuelle Wahrnehmung und den Entscheidungskontext (Lord, Lepper (1999)). Da Entscheidungsklassen im Entscheidungskontext wirken, sind sie stabiler als Einzeleinstellungen gegenüber einem Einzelobjekt (Sia, Lord, Blessum (1997)). D. h. die Einstellung im Entscheidungskontext kann als stabil, aber unspezifisch beschrieben werden. Die Einstellung im Entscheidungsmoment hat entsprechend keine automatische Aussage für die allgemeine Einstellung und kann im Entscheidungsmoment je nach Objekt variieren (vgl. Markman, Brendl (2000), Kempf (1999)).

Beispielsweise ist die Einstellung gegenüber „einem PKW“ ambivalenter als gegenüber „einem Porsche“. In der Folge ist die Einstellung gegenüber „meinem Porsche“ konkret und „mein Porsche auf dem Weg zur Arbeit“ noch konkreter. Die positive Einstellung gegenüber PKWs bleibt positiv, auch wenn z. B. ein Fiat negativ und ein Porsche positiv bewertet werden.

Die bisherigen Überlegungen berücksichtigen nur zum Teil die Wirkung der Wahrnehmung bzw. fassen diese mit dem Schritt der subjektiven Relevanz zusammen. Doch nicht alles, was für eine Entscheidung relevant wahrnehmbar ist, wird individuell wahrgenommen bzw. übersteht den Wahrnehmungsfilter. Von dem, was individuell wahrgenommen wurde, hat nicht alles eine Relevanz oder eine individuelle Bedeutung. Insbesondere werden Dinge wahrgenommen, die mit der Entscheidung und dem Entscheidungsvorgang nichts zu tun haben, sondern einfach nur Elemente der Umgebung sind. Der Filter wählt aus der objektiv möglichen Realität bereits aus. Dies ist vergleichbar mit den Geräuschen in einem vollen Restaurant und der Reduktion auf das Gespräch mit der Begleitung. Der Fokus wird zum Teil automatisch verändert, wenn z. B. am Nachbartisch einige Worte gesprochen werden, die interessant erscheinen. Das dann ungewollte Zuhören und der Verlust der Aufmerksamkeit ist ein Beispiel für eine immanente automatische Filterung, die nur bewusst-kognitiv übersteuerbar ist (Abbildung 29).

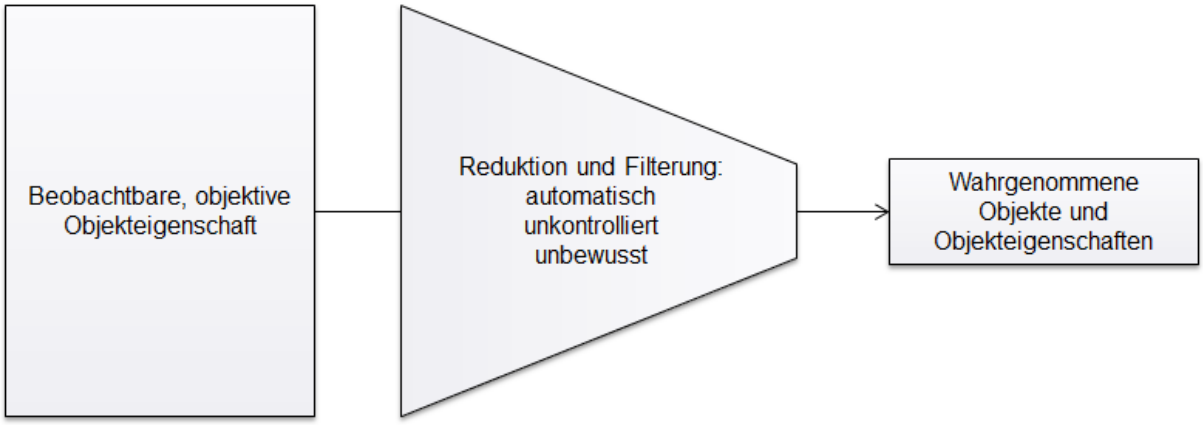


Abbildung 29: Wahrnehmungsfilter (eigene Darstellung)

In vielen Untersuchungen wird der Entscheidungsvorgang als singuläres Event dargestellt, mit dem sich der_die Entscheider_in bewusst beschäftigt. Dies ist in der Realität selten der Fall, da andere Dinge, Entscheidungen und Wahrnehmungen parallel ablaufen. Nur das, was automatisiert, unkontrolliert und unbewusst für die Entscheidung wahrgenommen wurde, kann zum Kontext der Entscheidung werden. Die Abwägung basiert hierauf und kann in der Realität nicht idealisiert, wie in Laborsituationen, ablaufen.

These 2: Die Akzeptanzlimitierung reduziert unbewusst die wahrgenommenen Objekte auf akzeptierte Objekte.

Held (1982):372 stellt fest: „Die Übereinstimmung zwischen objektiven und subjektiven Möglichkeiten variiert bei den Verkehrsmitteln. Sie ist beim Selbstfahren eines PKWs und beim Fahrrad relativ groß, während sie etwa beim Zufußgehen oder beim Bus geringer ausfallen." Den Unterschied zwischen objektiv geeigneten Optionen und subjektiv als relevant wahrgenommenen Optionen nennt Held (1982) „Akzeptanzlimitierung".

Es werden demnach vorhandene Entscheidungsoptionen automatisch unbewusst ausgeschlossen. Dies kann dazu führen, dass es einen Entscheidungskontext mit objektiv geeigneten Optionen gibt, diese aber im Entscheidungsmoment nicht wahrgenommen werden. Held führt aus, dass es sein kann, dass keine der Optionen akzeptabel erscheint und neue Optionen über die willentlich kognitive Informationssuche gefunden werden müssen. Beispielsweise sehen 98% der Befragten im Taxi keine relevante Lösungsoption, da es als zu teuer erinnert wird. Fahrradfahren schafft es ebenfalls nicht in die zweite Stufe nach Held, in der dann bewusst entschieden wird, da es als zu gefährlich angesehen wird. Die Vorauswahl ist weniger faktenbasiert und reflektiert einen erfahrungsorientierten subjektiven Eindruck bzw. die Einstellung gegenüber einem Angebot (ebd.:372ff.).

Die implizite Annahme von Held ist, dass ein neutraler dritter Beobachter die Gesamtsituation von außen betrachtet und dass z. B. ein Taxi, ein Fahrrad, die Bahn und ein Carsharing-Fahrzeug objektiv als Verkehrsangebote verfügbar sind. Dem_der Entscheider_in unterstellt Held implizit, dass er_sie alle Verkehrsangebote als solche (er)kennt und berücksichtigt. Dies ist jedoch eine unplausible Annahme. Denn das, was optisch wahrgenommen wird, durchläuft die „Wahrnehmungslimitierung". Hat der_die Entscheider_in keine Verbindung zu dem Gesehenen, dann fehlt die Information, dass es sich um ein nutzbares Angebot handeln könnte und das Angebot wird aus der Wahrnehmung gefiltert. Diese Filterung ist z. B. mit der fehlenden Erfahrung oder dem fehlenden Wissen über das Carsharing-Produkt begründbar. Kennt eine Person Carsharing nicht, wird ein entsprechendes Angebot nicht wahrgenommen und wird nicht Teil des Kontextes. Der_die Entscheider_in kann im Fall einer Akzeptanzlimitierung das Angebot benennen und beschreiben, wohingegen bei der Wahrnehmungsli-

mitierung das Angebot nicht benannt und beschrieben werden kann. Diese Brückenüberlegung ist in dieser Form noch nicht dargelegt und bedarf einer empirischen Bestätigung. Abbildung 30 visualisiert die Gegenüberstellung.

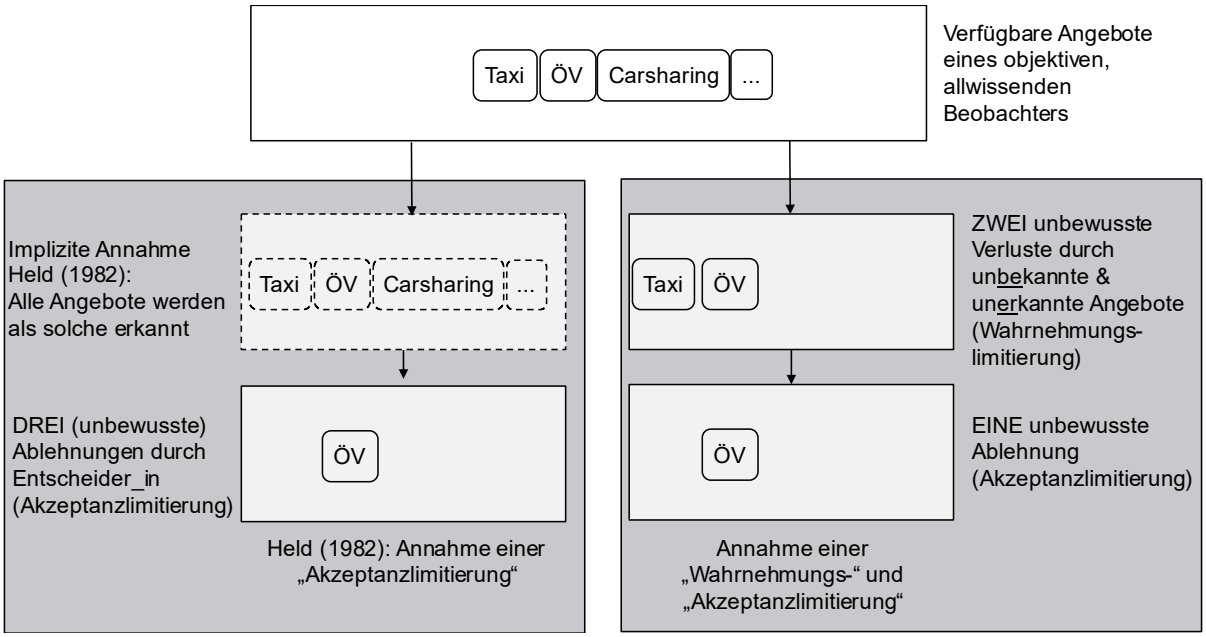


Abbildung 30: Akzeptanz- und Wahrnehmungslimitierung (eigene Darstellung)

Ausgehend von der Überlegung, dass es einen Unterschied gibt zwischen dem, was nicht erkannt ist und dem, was erkannt aber nicht akzeptiert wird, muss diese Limitierung eine eigene Stufe innerhalb der Wahrnehmung darstellen.

These 3: Die Erinnerungslimitierung reduziert unbewusst die vergangenen Erfahrungen auf eine individuelle Auswahl an Elementen.

Die Simplifizierung des Kontextes in der Entscheidung wird von u. a. Ajzen, Fishbein (1974) und Miller (1956) als kognitive Entlastungsstrategie beschrieben. Sie zeigen, dass der entscheidende Mensch nur wenige Kontextelemente berücksichtigt (Salienz). Aus der Vielzahl von möglichen Elementen, seien es Objekte, Gerüche, Farben, Verkehrsangebote etc. werden nur einige ausgewählt und in einer Entscheidung berücksichtigt.

Ajzen (2001) stellt fest, dass die Leichtigkeit beim Erinnern von Informationen einen direkten Einfluss auf die Relevanz hat. Der Einfluss der Erinnerbarkeit ist stärker als

der Einfluss der eigentlichen Inhalte von Informationen. Meinungen zu einem Kontextelement werden also weniger über das, „was“ jemandem einfällt, sondern über das, „wie leicht“ jemandem etwas einfällt, gebildet. So setzt sich der relevante Entscheidungskontext aus nur wenigen leicht erinnerbaren Elementen zusammen. Der Entscheidungskontext ist ein einfaches, klares und widerspruchsfreies Gesamtbild. Einige Bestandteile des Bildes sind hervorgehoben, andere spielen zum Teil keine Rolle. Die Betonung bestimmter Elemente aus der breiten Verfügbarkeit objektiv gleichwertiger wird als Salienz im Sinne von Ajzen, Fishbein (1974) bezeichnet.

Die Anzahl der Elemente ist durch die Verarbeitungskapazität des Menschen auf circa sieben verknüpfte Elemente beschränkt (Miller (1956):80). Miller bezieht sich auf das Kurzzeitgedächtnis und beschreibt in seiner Originalrede, dass sieben plus/minus zwei Faktoren bzw. Informationen innerhalb einer Dimension verarbeitbar bzw. beurteilbar sind (engl. span of absolute judgement, ebd.:93). Um diese Grenzen zu dehnen werden Informationen auf unterschiedliche Stimulus-Dimensionen aufgeteilt oder in eine „sequence of chunks“ (ebd.:93) aufgeteilt. Die Variation ist in den Experimenten durch eine unterschiedliche Wahrnehmung bedingt. Die Spanne der Erinnerung (engl. span of immediate memory, ebd.:88) ist hiervon unabhängig, da sie zusammengesetzte Informationen speichert. Die Genauigkeit der einzelnen Information fällt hingegen im Rahmen der Mehrdimensionalität. Dies impliziert „[...], we can make relatively crude judgements of several things simultaneously“ (Miller (1956):80). Zusätzlich kann unabhängig hiervon nur etwa eine ähnliche Anzahl von Informationen kurzzeitig gemerkt werden.
Die Arbeit von Miller wurde in späteren Forschungen überprüft und es zeigten sich Hinweise darauf, dass nicht die reine Anzahl, sondern auch die Zeitspanne der Informationsverarbeitung eine Rolle spielt bzw. begrenzt ist. Dennoch ergeben alle Untersuchungen gleichermaßen, dass die Aufnahmekapazität bzw. die mentalen Ressourcen eng begrenzt sind. Auf diesen Erkenntnissen aufbauend bestimmten Ajzen, Fishbein (1974) die Anzahl der entscheidungsrelevanten „beliefs“ auf fünf bis neun.

Park, Lessing (1981) stellen fest, dass es Ergänzungen im Entscheidungskontext gibt, die Uninformierten und Informierten in vergleichbarer Zeit und mit ähnlich empfundener Sicherheit eine Entscheidungsfindung ermöglichen. Sie finden zudem, dass das Vertrauen in die Qualität der Entscheidung sich weniger unterscheidet als es objektiv

zu vermuten wäre. Die Ergänzungen vervollständigen die fehlenden Informationen, sodass der individuelle Eindruck entsteht, alle Fakten (subjektiv-) rational abwägen zu können (u. a. zur Entscheidung unter Unsicherheit Nisbett, Ross (1980), Kahneman, Slovic, Tversky (1982), Gingerenzer, Todd et al. (1999), Tversky, Kahneman (2005)).

Gigerenzer (2008):25 benennt den Ergänzungsmechanismus als „Unbewusste Intelligenz“, die „1. [...] rasch im Bewusstsein auftaucht, 2. dessen [sic] tiefere Gründe uns nicht ganz bewusst sind und 3. die stark genug ist, um danach zu handeln”. Dem entscheidenden Menschen ist nicht immer klar, welche Bestandteile real oder nur vorgestellt sind.

Die automatisierte Ergänzung wird in Heuristiken gesehen. Dies sind einfache, effiziente Regeln, die sich durch evolutionäre Prozesse gefestigt haben oder erlernt wurden. Die evolutionäre Entwicklung der Heuristiken führt zu einer funktionierenden - nicht bestmöglichen - Problemlösung bzw. Entscheidung (vgl. u. a. zur Entscheidung unter Unsicherheit Nisbett, Ross (1980), Kahneman, Slovic, Tversky (1982), Gingerenzer, Todd et al. (1999), Tversky, Kahneman (2005)). Durch die Vereinfachung und die Auffüllung von Wissenslücken können Fehleinschätzungen entstehen.

Für die Entscheidung ist nicht der objektive Kontext mit seiner gesamten Komplexität relevant, oder das, was Forscher als solches versuchen zu extrahieren, sondern der individuelle Entscheidungskontext als Ergebnis der „Wahrnehmungslimitierung“, „Akzeptanzlimitierung“ und „Erinnerungslimitierung“.
Dass das Gehirn Informationen reduziert, simplifiziert und nur Teile der Entscheidung bewusstseinsfähig macht, ist dem_der Entscheider_in folgerichtig nicht bewusst. Subjektiv wird diese Simplifizierung als ausreichend für eine Entscheidungsfindung empfunden und eine Entscheidung als rational. Wie u. a. Gehlen (2004) es ausdrückt, handelt es sich um einen absolut erhaltenswerten und lebensnotwendigen Zustand, der nur durch die Einbringung von gedanklichen, erfahrungsbasierten Wissenselementen und die Ausblendung situativer Details ermöglicht wird (Abbildung 31).

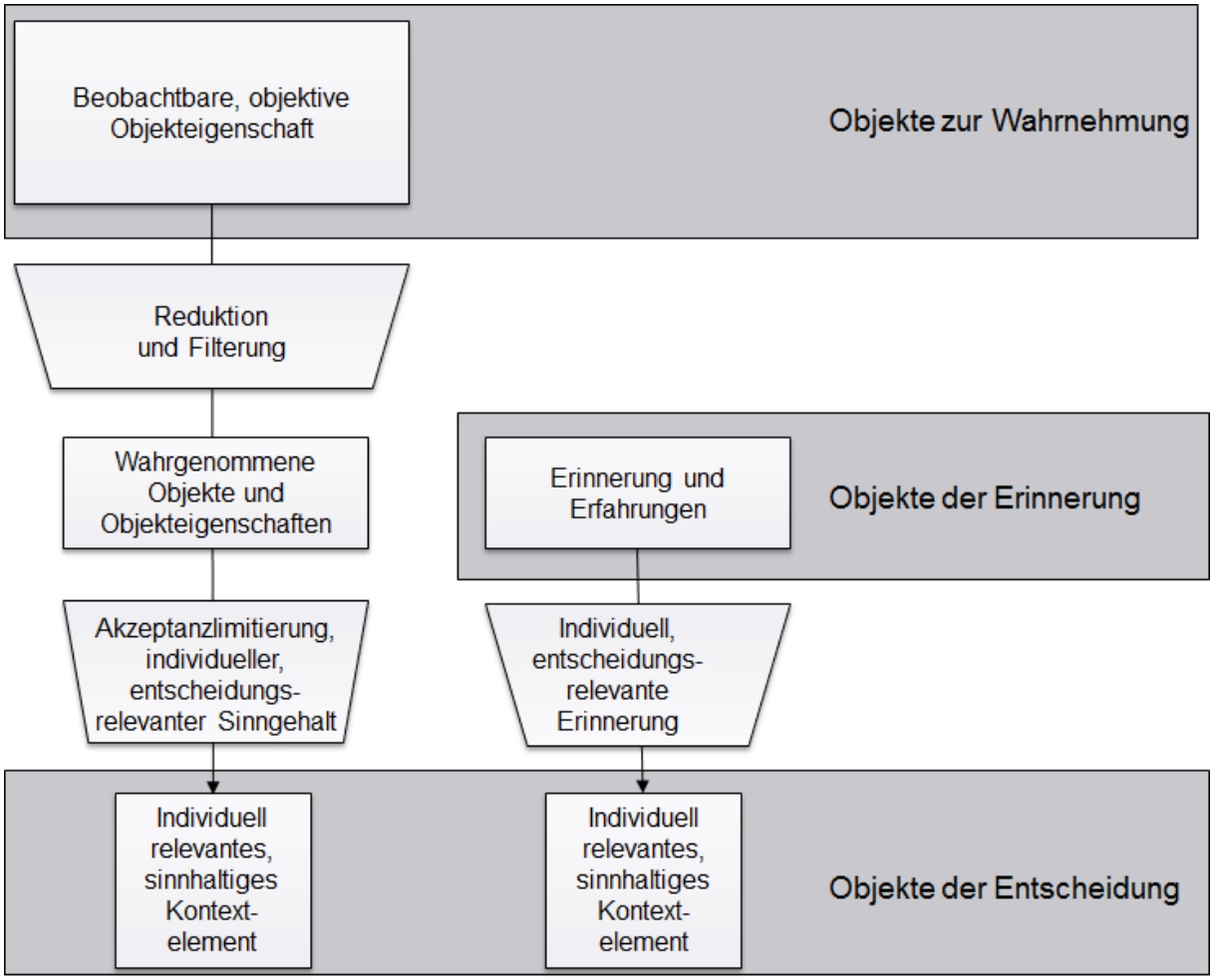


Abbildung 31: Elemente des Kontextes (eigene Darstellung)

4.1.2. Objekte der Entscheidung im individuellen Kontext

Der Entscheidungskontext wird für diese Arbeit als die für den_die Entscheider_in wirkende Wirklichkeit bei der Entscheidungsabwägung definiert.

Folgende Themen beeinflussen den Kontext:

- das Entscheidungssystem (Exkurs zu Beispielen),
- die Anforderungen,
- das Verkehrsangebot,
- die Entscheidungsressourcen und
- das Entscheidungsmotiv

These 4: Vergangene Entscheidungen beeinflussen individuell die Folgeentscheidungen.

Erkannt wurde „[...] daß Verkehrsverhalten insgesamt (aber auch die Verkehrsmittel-Wahl im engeren Sinn) keine Abfolge isolierter Wahl- und Entscheidungssituationen darstellt, sondern eingebettet in komplexere und in hohem Maße routinisierte Handlungs- und Aktivitätenmuster“ sein muss (Wehling (1998):45).
Wenn Menschen ihr Verhalten, ihre Entscheidungen oder angestrebten Ziele verändern, zeigt sich eine Asymmetrie der Veränderung in Abhängigkeit der Vorentscheidungen. Tversky und Kahneman belegen in unzähligen Studien, dass die Entscheidung abhängig vom Verständnis des Rahmens ist. Je nachdem ob die Entscheidung einen Verlust oder Gewinn darstellt (siehe „framing“ in der Prospect Theory, Tversky, Kahneman (1986):259 und in der Zusammenstellung im Kapitel 3.2).

Die Vermutung von Simon (1955), dass eine Asymmetrie der Niveauänderung in positive oder negative Richtung wahrscheinlich ist, wird durch Goodwin (1977) in der Verkehrsangebotswahl unterstützt. Er demonstriert in seinem „Hysteresis-Modell“, dass sich die Verhaltensänderung (Reaktion) auf eine Angebotsverbesserung von der einer Verschlechterung unterscheidet. Die grundsätzliche Überlegung leitet er aus dem vergleichbar-asymmetrischen Verhalten eines Magnetes ab (ebd.:95). Der simulierte Algorithmus zeigt, dass das Ergebnis sowohl von der Eingangsgröße als auch von deren Historie (vorherige Entwicklungen der Eingangsgröße) abhängt. Je nach bisherigem Nutzungsverhalten und je nach Verkehrsangebot unterscheiden sich folglich die Wirkungen auf eine neu zu treffende Entscheidung (ebd.:98). Weiterhin bestätigt er, dass die Stärke der Reaktion von vorhergehenden Veränderungen abhängig ist.

Die eigenen Entscheidungen und Handlungen beeinflussen die Einstellung und die salienten Elemente des Kontextes. Positive Erfahrungen mit einer Entscheidung bzw. Handlung verstärken deren Relevanz, während negative Erfahrungen die Veränderung der relevanten Elemente bewirkt oder die Relevanz von Elementen reduziert. Die Stärke und Richtung der Beeinflussung sind situativ zu differenzieren und nicht eindeutig. Welche Handlungsweise aufgrund von Einstellungen aus Vorhandlungen gewählt wird, hängt vorrangig von dem zuvor erlernten Handeln ab und nicht allein von Einstellungen.

Kauft jemand ein neues Auto, dann sinkt, als Beispiel, die Wahrscheinlichkeit sich kurzfristig zum Carsharing anzumelden und es steigt die Wahrscheinlichkeit der Nutzung des eigenen Autos. Bestimmte Entscheidungen befinden sich in einer Abhängigkeit. Ohne Anmeldung ist eine Nutzung des Carsharings nicht möglich. Die Nutzungsintention beeinflusst die Abwägung zur Anmeldung. In der späteren Nutzungsentscheidung spielt die Anmeldung dann keine Rolle (Abbildung 32).
Molt (1990) entwickelt zur Darstellung der bedingten Entscheidungen ein Stufenmodell, das eine höhere (z. B. Führerscheinerwerb) und eine tiefere Ebene (z. B. bedarfsgesteuerte Verkehrsangebotswahl) unterscheidet. Auch Kritzinger, Schad (1997) trennen grundlegende Entscheidungen von Alltagsentscheidungen. Grundsatzentscheidungen werden demnach ohne ein vollständiges Bild von der Wirkung auf die Alltagsentscheidungen getroffen.

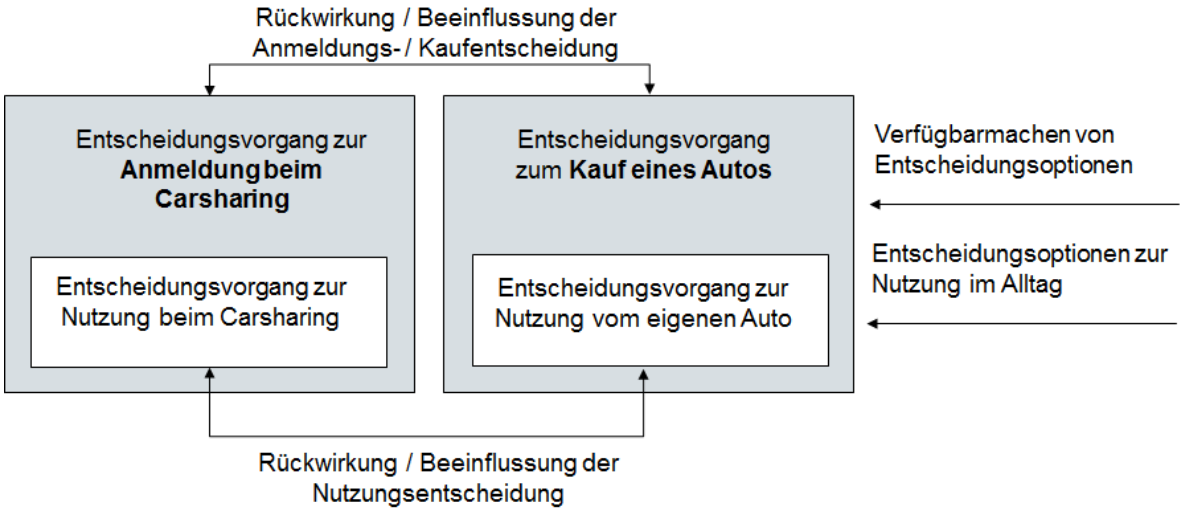


Abbildung 32: Abhängigkeiten von Entscheidungen (eigene Darstellung)

Raux, Andan (1996) sehen die sozialen Integrationsaspekte bei einer suburbanen Wohnortwahl als dominierend an. Sie finden kaum eine Wirkung der Verkehrsanbindung auf die Wohnortentscheidung. Nach Raux und Andan ließe sich vermuten, dass die Rückwirkung der situativen Verkehrshandlung geringer ist als die Wirkung der Teilhabeentscheidungen.

Held (1982) entwickelt ein Entscheidungsgeflecht basierend auf disaggregierten Verkehrsmodellen. Er unterscheidet die zeitliche Gültigkeit von Entscheidungen und sieht die kurzfristigen Entscheidungen von den Interaktionen zwischen Umwelt und

Person dominiert. Zudem nutzt er eine dreistufige „Fristigkeit“. Er unterscheidet langfristige (Wahl von Wohnort und Arbeitsplatz), mittelfristige (PKW-Besitz, Verkehrsmittelwahl für Arbeitsweg) und kurzfristige (Frequenz, Zielort, Verkehrsmittel (außer Arbeit), Zeit, Route) Entscheidungen.
Er sieht „Gewohnheit“ unabhängig von der Entscheidung als langfristigen und eigenen Entscheidungstypen. Da Gewohnheiten aber lediglich den hohen Automatisierungsgrad einer Entscheidung bestimmen und der Grad der Automatisierung von der Häufigkeit der Wiederholungen abhängt, ist die Alleinstellung strukturell fraglich.

Aufbauend auf diese Vorarbeiten kann eine kombinierte Abstufung nach Entscheidungsfokus und -umfang entwickelt werden (Tabelle 4).

Fokus / Umfang	Mittelbare Entscheidungen	Unmittelbare Entscheidungen
Alle Wege und Aktivitäten	• Teilhabeentscheidungen • Standortentscheidungen	• Verkehrsmittelkauf
Mehrere Wege und Aktivitäten		• Verkehrsmittelkauf • Bindung an Verkehrsangebot
Ein spezifischer Weg bzw. Aktivität		• Verkehrsangebotswahl (bedingt)

Tabelle 4: Verbundene Entscheidungen (eigene Darstellung)

Der Entscheidungsumfang unterscheidet die Zahl der betroffenen Aktivitäten und Wege einer Entscheidung.

Einen mittelbaren Entscheidungsfokus haben Entscheidungen, die die verkehrliche Folge nicht im Zentrum der Entscheidung haben. Die mittelbaren Entscheidungen umfassen daher Teilhabe- und Standortentscheidungen wie Wohnortwahl, Familienstruktur o. ä. Diese Entscheidungen werden meist nicht mit Blick auf die verkehrlichen Implikationen getroffen und bestimmen dennoch Start, Ziel und Häufigkeit einer Aktivität.
Diese Entscheidungen bestimmen den Ursprung der Mobilitätspotenziale und -notwendigkeit und werden u. a. in den soziologischen Diskussionen vertieft (z. B. Kellerman (2012):21ff, Kapitel 2). „Finally, […] we saw that the links between freedom and mobility are more dependent on the field of possibilities and actors’ than on movement itself. In this perspective a context that allows the greatest freedom is one that offers a field of possibilities that is flexible with regard to movement and mobility and

can be ‘updated’ in a variety of ways – a context in which pluralism is possible […]” (Kaufmann (2011):46). Die Möglichkeit sich viel oder wenig *bewegen zu können*, ist demnach aussagekräftiger für die persönliche Freiheit als die gestiegene notwendige Bewegung, aufgrund der technischen Möglichkeiten des Mobilitätsbereichs (z. B. mögliche weite Arbeitswege pro Tag). Die gesteigerte räumliche Mobilität ist in diesem Fall kein guter Indikator für die soziale Mobilität. Kaufmann (2011) unterscheidet in seinen Ausführungen heutiger Stadtentwicklungen das Konzept der Mobilität als abhängig von drei Dimensionen: „Field of possibilities. […] Aptitude for Movement. […] Movement.“ (ebd.:37). Die Entscheidungen der Teilhabe und Standorte definieren das Feld der Möglichkeiten (engl. field of possibilities*)*, also die Standorte, verfügbare Verkehrsangebote, physische Infrastruktur, persönliche Möglichkeiten und Notwendigkeiten etc. Die Teilhabeentscheidungen wirken auf die Befähigung zur Bewegung (engl. aptitude for movement)*,* also den Zugang (engl. access), die Fähigkeiten (engl. skills) und Aneignungseinschätzung (engl. appropriation) zur potenziellen Mobilität. Die physiche Bewegung (engl. movement) ist, mit Blick auf die vorliegende Arbeit, eine abgeleitete bzw. bedingte Entscheidung. Sowohl die Entscheidungen der Teilhabe / Standort als auch die Intention der konkreten Bewegung wirken auf die Entscheidung zum Kauf bzw. die Bindung an ein Angebot. Beispielsweise ermöglicht der Wohnort in der Stadt ein multimodales Nutzungsverhalten, das sich in Bezug auf die Fähigkeiten und Bewegungsintentionen des Individuums auf die Entscheidung ein ÖV-Abo zu kaufen auswirkt.

Unmittelbare Entscheidungen betreffen die Optionen der Verkehrsangebote. Beispielsweise sind dies die Entscheidungen zum Kauf einer Bahncard oder eines Autos. Sind diese Entscheidungen positiv getroffen, wirken sie unmittelbar steigernd auf die Nutzung eines Verkehrsangebots. Gleichzeitig stellen sie eine Barriere zur Nutzung dar. Wird der Kauf eines Abos oder eines eigenen Autos mit einem großen Risiko verbunden, dann kann eine umfangreiche (kognitive) Beschäftigung mit der Entscheidung erwartet werden. Das Risiko einer Fehlentscheidung kann die Entscheidung verhindern. In der Folge kann eine Nutzung nicht erfolgen. Daher ist die Entscheidung zur Nutzung des Verkehrsangebots eine bedingte, also abhängige Entscheidung.

So wie die mittelbaren Entscheidungen den Rahmen für die unmittelbaren Entscheidungen bilden, gilt auch die umgekehrte Rahmung. Die zunehmende Nutzungserfahrung und Automatisierung reduziert die Unsicherheit bei der Angebotswahl und bewertet Verkehrsangebote positiver. Dies wirkt auf die Entscheidung, das Angebot erneut zu nutzen und ggf. eine Bindung einzugehen. Die wiederholte Nutzung führt zur Habitualisierung. Diese benötigt zur Aufrechterhaltung wiederum die dauerhafte Verfügbarkeit des Verkehrsangebots, z. B. eines PKWs. So steigt die Tendenz eines PKW-Kaufs (Studie von Beckmann, Chlond, Kuhnimhof et al. (2006)).
Wohn- und Aktivitätenstandortwahl werden direkt oder indirekt (über Einstellungen) durch die Gewohnheiten und eingegangenen Bindungen beeinflusst. Beispielsweise ist die ÖV-Anbindung bei ÖV-Nutzern ohne eigenen PKW für die Wohnortwahl relevant. Umgekehrt kann eine routinierte PKW-Nutzung den Bedarf einer günstigen ÖV-Anbindung schwächen.

Dieses Entscheidungssystem ist dem_der Entscheider_in in dieser Form nicht bewusst. Es sind nur Teile der Auswirkungen im Entscheidungsvorgang als saliente Erinnerungselemente bewusst. Abbildung 33 zeigt die prinzipielle Beeinflussung von Entscheidungen. Ein umfassenderes Bestandsmodell der Abhängigkeiten konnte nicht ermittelt werden.

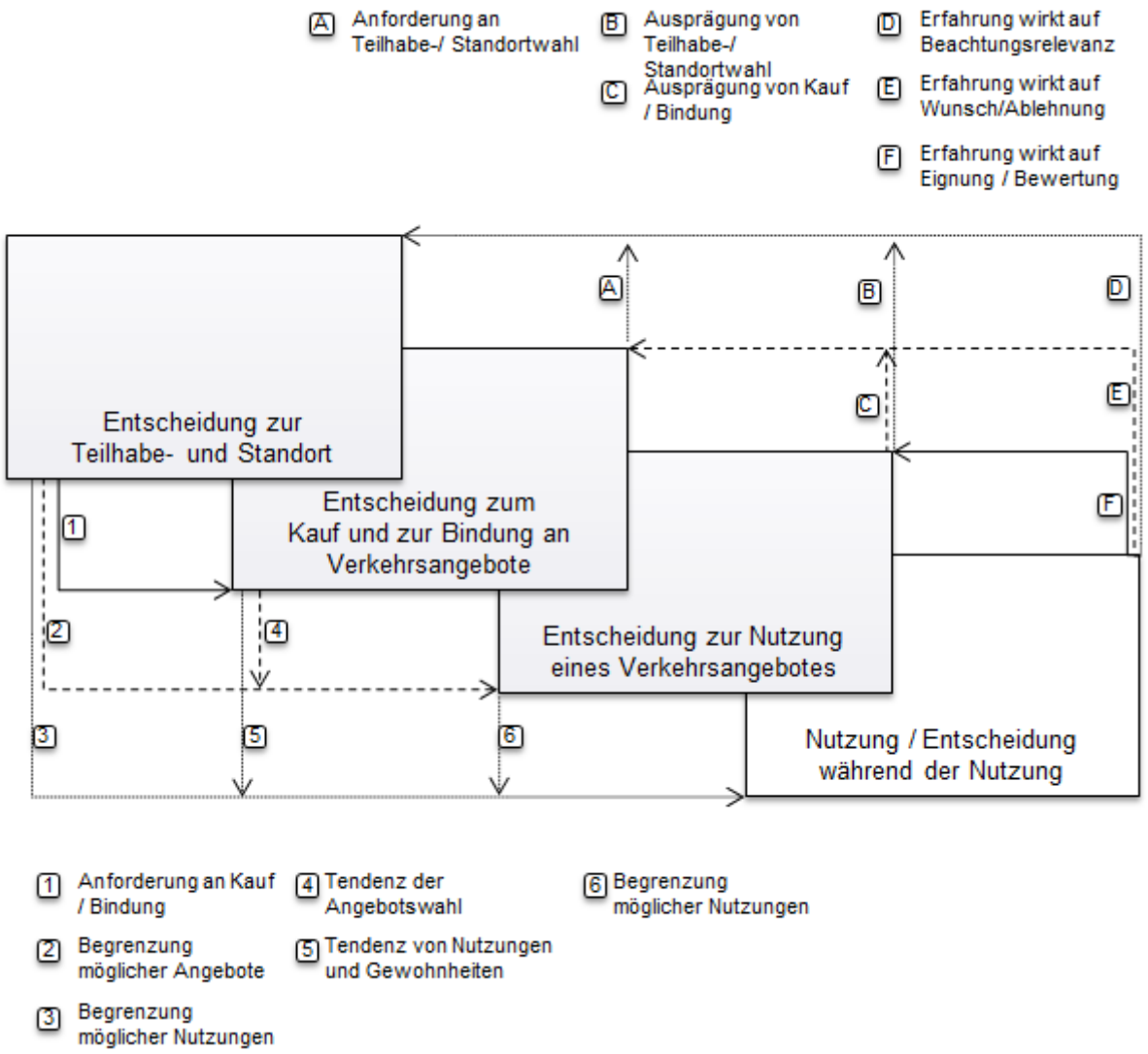


Abbildung 33: Das Entscheidungssystem (eigene Darstellung)

Im Rahmen der Konstruktion wurden nur die Entscheidungen betreffend die physische Beweglichkeit aufgeführt. Diese Aufnahme ist ein Ausschnitt aus einem viel komplexeren Geflecht, das sich aus den Entscheidungen der virtuellen Mobilität und der gesellschaftlichen Fundierung ergibt.

Exkurs: Entscheidungssystem – Zugangsbarrieren senken

Das Entscheidungssystem mit bedingenden Entscheidungen ist kein spezifisches Thema der Entscheidung im Verkehrsbereich. Diese Struktur ist in unterschiedlichen Formen im gesamten gesellschaftlichen Leben zu finden, z. B. Vereine, Parteien, Religionen, Beziehungen / Heirat etc. Insgesamt zeigt sich als Trend, dass die Bereitschaft diese Bedingungen zu erfüllen zurückgeht. In der Folge gehen den Vereinen die

Mitglieder aus, die Parteien überaltern, die Religionen verlieren Gläubige und das Zusammenleben ohne Trauschein steigt an. Die Reaktion der Institutionen darauf ist es, die Bedingungen und Hürden zum Eintritt zu reduzieren. Durch die leichte und gute Erfahrung der Nutzung der Institutionen soll die Bereitschaft erzeugt werden, sich wieder mehr zu engagieren und so die Beziehung zu festigen.

Der Ursprung der sinkenden Bereitschaft kann in Entwicklungen der Share Economy gesehen werden, die durch technische Möglichkeiten eine kleinteilige Nutzung von Informationen und Gegenständen ermöglichte. Diese Erfahrungen haben sich dann als Forderung auf traditionelle Bereiche erweitert. Ein Beispiel für die kleinteiligere Nutzung und Bezahlung sind Audio- und Videoaufzeichnungen, die kaum mehr auf Tonträgern gekauft, sondern pauschal bezahlt und gestreamt werden.
Bei Software wird beispielsweise eine Light-App angeboten, bei der alle Funktionen bis zu einem bestimmten Spielstand kostenlos nutzbar sind. Der_die Nutzer_in kann ohne Risiko die positiven Erfahrungen machen und ist dann hoffentlich bereit eine (monetäre) Gegenleistung zu erbringen.
Alternativ wird eine vollständig kostenlose Nutzung ermöglicht und die Gegenleistungen in Form von Daten des_der Nutzers_in monetisiert. In diesen Fällen ist oft nicht klar, welchen Preis er_sie bezahlt – die Zugangsbarrieren sind häufig auf die Bestätigung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen reduziert.

Eine Barriere ist z. B. der Führerscheinbesitz bei einer Autonutzung oder der Fahrkartenbesitz bei einer Bahnnutzung. Die Barrieren, die das Verlassen eines Angebots bestimmen, werden als Austrittsbarrieren benannt. Je nach Angebot sind diese bekannt oder werden verschleiert.

Die Anbieter von kommerziellen Verkehrsdienstleistungen sind sich der Abhängigkeiten zwischen den Entscheidungen für ihr jeweiliges Verkehrsangebot bewusst. Im Markt befinden sich vielfältige Modelle. Neben der Senkung der Kaufbarrieren beim Auto werden Nutzungsanreize bei der Bahn angeboten.

Beim Autokauf sind es Leasingkonditionen, die verhindern sollen, dass die Entscheidung für den Kauf scheitert. Aufgrund der langen Bindungsfristen (meist drei Jahre)

sind bei einer Leasingentscheidung die Barrieren so hoch, dass eine komplexe, kognitive Entscheidung nötig ist. Danach sind die bewussten Kosten der Nutzung auf die Benzinkosten beschränkt. Die Wartungskosten und der ganze Aufwand des Betriebes werden meist nicht bewusst beachtet, fallen aber störend auf. Im Fall des eigenen Autos zeigt sich, dass bei Überschreiten einer Zugangsbarriere und folgender einfacher Nutzung eine starke Wiederholung entsteht.

Im Schienenverkehr gibt es die Bahncards der Deutschen Bahn, die nur bedingt in dieses Konzept fallen. Denn eine Jahresbahncard kostet zu Beginn mehr Geld und gewährt einen Rabatt auf den Fahrpreis in Höhe von 25%, 50% oder 100%. Problematisch für den Zugang sind die Kosten von 62€, 255€, 4.090€ für die zweite Klasse.[17] Die Bahncard belohnt eine Mehrnutzung, da dann der Rabatt den Preis der Bahncard erreicht oder übersteigt. Sie zielt damit auf die Erkenntnis, dass *nach* einer Anmeldung die Nutzungswahrscheinlichkeit eines Verkehrsangebots steigt. Um den Zugang zu erleichtern wurden „Probe-Bahncards“ mit drei Monaten Laufzeit für 19€ eingeführt. Bei allen Produkten ist ein Abonnement eingebaut. Diese Austrittsbarriere kann als Zugangsbarriere wahrgenommen werden, sodass eine Entscheidung kognitiv bewusst abgewogen wird. Einzig die Bahncard 100 und lokale Job-Tickets haben das Anreizsystem, das dem Kauf eines Autos entspricht.

Bisher gab es im Carsharing nur wenige Modelle, mit geringen Barrieren. In der Regel waren klassische Modelle auf der Verpflichtung Mitglied zu werden aufgebaut. Neuere Modelle sehen den_die Nutzer_in als „Kunden“. Beispielsweise kann das Free-Floating-Angebot von car2go zu fixen Minutenpreisen mit einem Tagesmaximum genutzt werden. Eine Grundgebühr besteht nicht.
Um die Zugangsbarrieren zu reduzieren wird den Nutzern_innen bei der Anmeldung ein günstiges Fahrtguthaben angeboten, das den Minutenpreis reduziert und die Anmeldegebühr, die normalerweise anfällt, aufhebt.[18] Um Austrittsbarrieren zu senken ist das Angebot monatlich kündbar. Ohne Nutzung fallen keine Kosten an. Werden die

[17]URL am 4.1.2016 www.bahn.de/p/view/bahncard/bahncard.shtml und Preise
[18]URL am 4.1.2016 www.car2go.com: „Mit Eingabe des speziellen Promotion Codes 14R5DE0120 für das car2go Startpaket, akzeptieren Sie die Startpaket AGB. Sie erhalten 120 Fahrminuten bei car2go und es werden Ihnen einmalig 29,00 Euro berechnet. Und das Beste: Ihre einmalige Validierungsgebühr entfällt. Weitere Informationen zum Startpaket erhalten Sie hier.“

formalen Kriterien erfüllt (Führerschein, Bonität), gibt es keine harten Zugangsbarrieren, die eine Anmeldung verhindern. Erst mit der Erfahrung werden der Preis und mögliche Beschränkungen realisiert. In diesem Fall ist die Zugangsbarriere gering, die Nutzung aber im Vergleich recht teuer, sodass eine Langzeitbindung bzw. Intensivnutzung fraglich ist.

Bei dem in der empirischen Fallstudie genutzten Carsharing-Tarifangebot von „Scouter“[19] wurde zur Senkung der Barrieren ein modulares System entwickelt, wie es in dieser Form noch nicht vorhanden war. Der_die Kunde_in kann sich zu geringen Kosten (29€, die bei Straßenwerbungen komplett entfallen) und mit Erhalt eines Fahrtguthabens anmelden.
Der Kunde bezahlt die genutzte Zeit- und Kilometerleistung und fährt bezahlt die ersten Stunden bzw. Kilometer über das Fahrtguthaben. Je nach Fahrverhalten kann der_die Kunde_in sich dann Rabattpakete für sein_ihr individuelles Fahrtprofil mit einem Monat Laufzeit buchen. Dieses Modell ergänzt die Kundenbindung bei geringen Zugangsbarrieren.
Ziel aus Anbietersicht ist es, eine risikolose Modulnutzung zu ermöglichen und so die Nutzung dauerhaft zu sichern. Entsprechend wird für die Anmeldung, die Modulwahl sowie die Nutzung angestrebt, dass möglichst wenig kognitiv berücksichtigt werden muss.

These 5: Nur wenige individuelle Anforderungen ergänzen das Entscheidungsmotiv.

Bei der Entscheidung eines alltäglichen Verkehrsangebots ist die Kernleistung das Erreichen des Zielortes (Element des Entscheidungsmotivs). Das Motiv umfasst die Relevanz und den Grund, warum der Zielort erreicht werden soll. Weitere Anforderungen beschreiben die Nebenbedingungen, die für die Auswahl relevant sind. Diese sind nicht der Grund für die Entscheidung und nicht Teil des Entscheidungsmotivs.

In den Anforderungen werden formale Kompetenzen (z. B. Fahrtüchtigkeit) berücksichtigt. Entscheider_innen ohne formale Einschränkungen, sogenannte Wahlfreie,

[19]URL am 4.1.2016 www.scouter.de: „Jetzt: 20€ Fahrtguthaben geschenkt. Bei regulärer Neuanmeldung“.

können aus allen verfügbaren und ihnen bekannten Handlungsoptionen wählen. Mode-Gefangene (engl. captives; auch in deutscher Verwendung), z. B. Schüler_innen und Senioren_innen, zeichnen sich hingegen durch fehlende Kompetenzen und reduzierte Handlungsmöglichkeiten aus (vgl. Beckmann, Chlond, Kuhnimhof et al. (2006)).

Im Folgenden wird anhand von Beispielen das Spektrum der Anforderungen skizziert.

Wegeketten:
Ein Fußballtrainer benötigt beim Training mehrere Bälle und plant im Anschluss an das Training in der Stadt Bekannte zu treffen. Danach plant er nach Hause zu fahren.

Anforderung: Es besteht die Notwendigkeit Bälle zu transportieren, und zeitlich flexibel abzureisen und mehrere Wege (mit / ohne Bälle) zu bewältigen.

Bewegungsmotiv und Beziehung:
Zwei Personen fahren zu einer Ausstellung.
a: Die Personen können sich nicht leiden.
b: Der Personen können sich sehr gut leiden.
Anforderung: Erreichen der Ausstellung. Berührung, Sprache oder Symboliken können in unterschiedlichen Settings genutzt werden. Im Auto ist z. B. Sprache mit den Insassen und Symbolik mit anderen Verkehrsteilnehmern möglich. Im Zug sind z. B. alle Interaktionsarten mit bekannten und unbekannten Mitreisenden möglich.
Bei a) wird diese negative Einstellung in die Transportanforderung einfließen. Die Fahrt sollte möglichst kurz sein oder ein Mobilitätswerkzeug umfassen, in dem sich die Personen aus dem Weg gehen können (z. B. Eisenbahn).
Im Fall b) ist eine längere Fahrt nicht unangenehm und eine Beschäftigung miteinander gewünscht. Die Nutzung der Eisenbahn ist möglich, aber aus dem genau gegenteiligen Motiv wie in Fall 3a, bei dem die Nichtbeschäftigung der Grund wäre.

Persönliche Fähigkeiten:
Eine Person fährt mit 25kg Gepäck in den Urlaub.
a: Die Person ist ein junger kräftiger Mann.
b: Die Person ist eine schwächlichere alte Dame.

Anforderung: Das Ziel und die objektiven Transportbedarfe spielen nur im Bezug zum entscheidenden Menschen eine Rolle.

Die Anforderungen umfassen den Transportbedarf (mit Wegekettenbeschreibung), die Transportparameter (z. B. Gepäck), Aspekte der sozialen Beziehungen und die eigenen Fähigkeiten. Von dieser Vielfalt an möglichen Anforderungen werden nur wenige Elemente als Erinnerungselemente relevant und im Entscheidungskontext salient. Viele möglichen Erwartungen bleiben unbeachtet. Z. B. kann der Preis und die Geschwindigkeit mit einer Erwartung versehen werden und die Farbe oder der CO_2-Ausstoß des Mobilitätswerkzeuges bleiben ohne Erwartung.

Jede Anforderung umfasst eine Bewertung in individuellen Kategorien wie teuer/günstig oder gut/schlecht (Verron (1986)). Es wird keine detaillierte Grenznutzenbetrachtung vollzogen. Nach Boesch (1980) ist der Soll-Zustand durch ein Toleranzintervall bestimmt. Das erstrebte Niveau wird in Bezug zu individuellen Kompetenzen und Wissen festgelegt (vgl. Atkinson, Raynor (1974), Lewin, Dembo, Festinger et al. (1944)).

Das Entscheidungsmotiv enthält die Notwendigkeit einen bestimmten Ort oder mehrere zu erreichen. Die Anforderungen ergänzen die Art und Weise in Form von individuell gewählten Dimensionen (z. B. Reisezeit, Wohlfühlatmosphäre etc.). Sie haben je einen zu erreichenden Nutzen und fließen in die Abwägung ein.

These 6: Nur wenige Elemente des Verkehrsangebots sind für die Entscheidung individuell relevant.

Das Angebot stellt die Projektionsfläche für die Anforderungen dar. Jedes Verkehrsangebot bietet dem_der Entscheider_in jeweils eine individuelle Kombination an Eigenschaften / Dimensionen und „Nutzen“. Die Dimensionen, in denen ein Nutzen wahrgenommen wird, sind individuell. So ist plausibel, dass es Entscheider_innen gibt, die beim Carsharing die Flexibilität wahrnehmen, während bei anderen die Flexibilität nicht wahrgenommen wird, weil eine Reservierung erfolgen muss. Auch kann sich dies im Laufe der Erfahrung mit einem Verkehrsangebot verändern. Kritisch ist in diesem Zusammenhang zu sehen, dass einige Untersuchungsbeiträge versuchen die Ver-

kehrsangebote objektiv mit Eigenschaften zu beschreiben. Nutzen kann nicht als absolut, sondern nur in Abhängigkeit zum Entscheidungsmotiv, -kontext und dem Individuum verstanden werden.

Vershofen (1940) unterscheidet grundsätzlich unterschiedliche Nutzenbestandteile, die auf ein Verkehrsangebot angewendet werden können. Der stoffliche Grundnutzen ist das, was ein Gegenstand leisten kann. Der psychologische Nutzen umfasst die Gefühle, die bei der Nutzung entstehen. Vershofen (1940) kann auf die Verkehrsangebote übertragen werden. Beim abgeleiteten Verkehr liegt der Grundnutzen in der Zielorterreichung. Beispielsweise kann ein Auto einen Zielort erreichen (Grundnutzen). Die Art des Autos kann dem_der Nutzer_in das positive Gefühl des hohen sozialen Status geben (Zusatznutzen). Komfortelemente (Umstiege, Sitzplatz etc.) können als qualitative Ergänzung berücksichtigt werden.

Als weiterer Nutzen kann der Möglichkeitsnutzen aufgenommen werden. Der Möglichkeitsnutzen entspringt den Befunden von u. a. Franke (2004) und definiert den Nutzen der selbstbestimmten Handlungsoptionen während der Fahrt. Franke (2004) belegt die entscheidungswirkende Relevanz von einem „verfügbaren“ Nutzzeitraum während der Bewegung. Dieser stellt die selbstbestimmte Zeit eines Transportes, die nicht mit Systemtätigkeiten (z. B. das Fahrzeug steuern) blockiert ist, dar. Wie u. a. Beckmann, Chlond, Kuhnimhof et al. (2006) belegen, ist die Relevanz dieses Nutzzeitraums aber, wie die aller anderen Kriterien auch, je nach Person unterschiedlich.

Die meisten Elemente eines Angebotsnutzens verhalten sich monoton, also endlos steigend bzw. absenkbar (vgl. Stinger (1981), Held (1982)), wenige Ausnahmen sind eingipflig (z. B. Temperatur). Die Ausprägung der Einzelelemente des Nutzens können sich in der Kombination widersprechen (z. B. Nutzung der ersten Klasse: steigender Komfort erhöht den Nutzen, der höhere Preis senkt ihn).

Wie bei den Anforderungen gilt für den Angebotsnutzen, dass es keine universellen Standards geben kann. Ausschlaggebend ist die individuelle Betrachtung, in der die salienten Dimensionen mit individuellen Nutzenmengen als relevant empfunden werden.

These 7: Die mentalen Ressourcen sind eng begrenzt und werden nicht voll eingesetzt.

Hätte ein_e Entscheider_in unendliche Ressourcen verfügbar, wäre der Aufwand der Entscheidungsfindung ohne Bedeutung. Da eine Entscheidung aber Ressourcen (Denkleistung, Zeit, Geld etc.) verbraucht, sind die vorhandenen Ressourcen und deren Einsatz relevant. Innerhalb der Ressourcengrenzen müssen daher ressourceneffiziente Ziele verfolgt werden und der Ressourceneinsatz effizient eingesteuert werden. Die Informationsbeschaffung für die Entscheidung bedeutet immateriellen und materiellen Entscheidungsaufwand. Der Aufwand steigt in Abhängigkeit zu den Anforderungen, den Lösungsoptionen und dem Bedarf an Aktualisierung der Informationen. Doch viele Optionen und Informationen zu verarbeiten scheitert an fehlenden kognitiven Fähigkeiten und führt zu individuellen Unsicherheiten (vgl. Kellerman (2006)).

Der Mensch hat, abweichend von einem weit verbreiteten Selbstbild, nur wenige kognitive Ressourcen verfügbar. Der Mensch hat begrenzte maximale Ressourcen. Diese muss er gezielt einsetzen und reduziert, wo möglich, die Komplexität der zu lösenden Fragestellungen (Simplifizierung, Heuristiken, Stufenprobleme) und priorisiert den Ressourceneinsatz (vgl. auch Ausführungen zur Erinnerungslimitierung, These 3).

These 8: Das Entscheidungsmotiv steuert den Entscheidungsvorgang.

Dem Entscheidungsmotiv kommt eine Rolle als „Steuerungszentrale“ für die Entscheidung zu. Die bestehenden Beiträge konnten Freizeitverkehre von Zweckverkehren unterscheiden und festhalten, dass Bewegung kein universelles Grundbedürfnis oder einen Wert darstellt. Den Ursprung der Verkehre und des Einzelentscheidungsmotivs kann man in den Teilhabe- und Standortentscheidungen sehen. Die Motive der Einzelentscheidungen wurden bisher nicht in den Entscheidungsvorgang integriert.

Da nicht alle Entscheidungen zu jeder Zeit und in jeder Situation mit demselben Interesse (intrinsische Motivation) getroffen werden, muss es eine Regulierung geben. Diese beeinflusst, wie eine konkrete Entscheidung gesteuert wird. Am plausibelsten kann das Entscheidungsmotiv angenommen werden (Brückenannahme). Die Ausführungen zum Interesse (Krapp (2006)) verdeutlichen, dass bei Entscheidungsmotiven, die ein Interesse wecken, die Beschäftigung kognitiver, emotionaler und bewusster ist.

Das aktuelle Interesse wirkt zusammen mit den vergangenen Erfahrungen auf die möglichen Entscheidungsregeln (ob „die beste“ Lösung oder „die einfachste, die den Zweck erfüllt“ gesucht wird und wie) und den Entscheidungsmodus. Er umfasst die Art der Beschäftigung, den Grad des Bewusstseins und die Aktivierung der Beschäftigung mit einer Entscheidung (Abbildung 34).

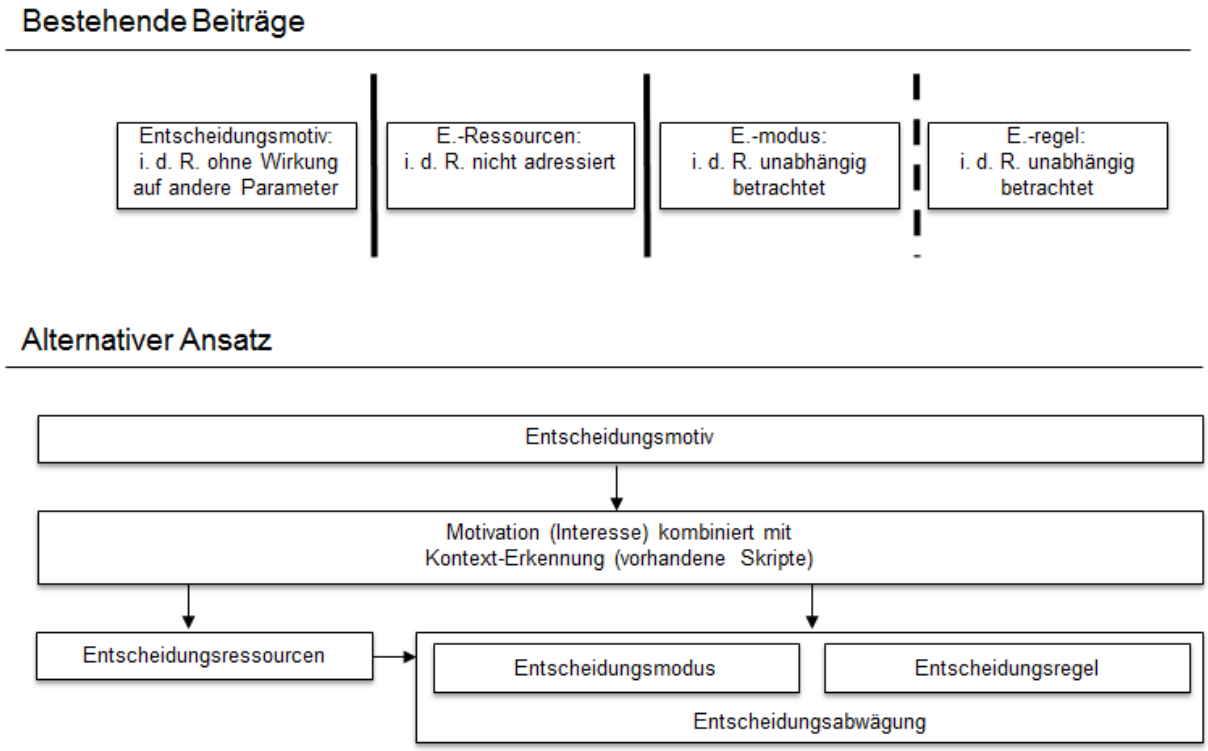


Abbildung 34: Das Entscheidungsmotiv (eigene Darstellung)

4.2. Entscheidungsabwägung

Die zweite Stufe der schematischen Rekonstruktion ist die Entscheidungsabwägung. Dieser Bereich ist bereits ein Schwerpunkt der vorgestellten Beiträge. In dieser Stufe ist das Zusammenspiel von Entscheidungsmodus und Entscheidungsregel relevant.

4.2.1. Entscheidungsmodus

Der Entscheidungsmodus soll die Art der Beschäftigung mit der Entscheidung, den Grad des Bewusstseins bei der Beschäftigung und die Aktivierung der Beschäftigung mit einer Entscheidung umfassen.

Klassisch werden zwei Pole des Entscheidungsmodus in den bestehenden Beiträgen thematisiert. „Für die Entscheidungsart der Verkehrsmittelwahl konzentriert sich die aufgezeigte Sichtweise auf die beiden polarisierten Arten der habitualisierten oder extensiven Kaufentscheidung. Die limitierte Kaufentscheidung, die in der Mitte zwischen diesen beiden Polen angesiedelt ist, findet kaum Berücksichtigung in der Betrachtung“ (Wilger (2004):173). Die Pole basieren auf einer Basis synonym verwendeter Begriffe, die entweder kognitiv = bewusst = willentlich oder automatisch = unbewusst = Gewohnheit / Routine = Habit umfassen. Ohne eine explizite Benennung werden emotionale, impulsive und teilweise Beschäftigung in den bestehenden Beiträgen ausgeblendet (z. B. Schleusener (2001):42ff.).

An dieser Stelle soll dieser Weg verlassen werden und ein Plädoyer für eine differenziertere Betrachtung der Effekte erfolgen. Die empirischen Befunde zeigen alternative Interpretationsmöglichkeiten (vgl. die vorgestellten 15 Thesen). Insbesondere sind folgende fünf Ansätze für den Entscheidungsmodus relevant.

These 9: Die Art der Beschäftigung ist von der Bewusstseinsfähigkeit getrennt.
These 10: Die Art der Beschäftigung kann graduell kognitiv oder emotional sein.
These 11: Automatisierung ist „unbewusst empfunden“ und keine „denkfreie Zone“.
These 12: Die Bewusstseinsfähigkeit ist graduell zwischen bewusst und unbewusst.
These 13: Graduelle „Teilentscheidungen“ sind die Regel, nicht die Ausnahme.

Abbildung 35 visualisiert diese Überlegung als Schieberegler. Diese Vorstellung setzt sich von den gängigen Interpretationen deutlich ab.

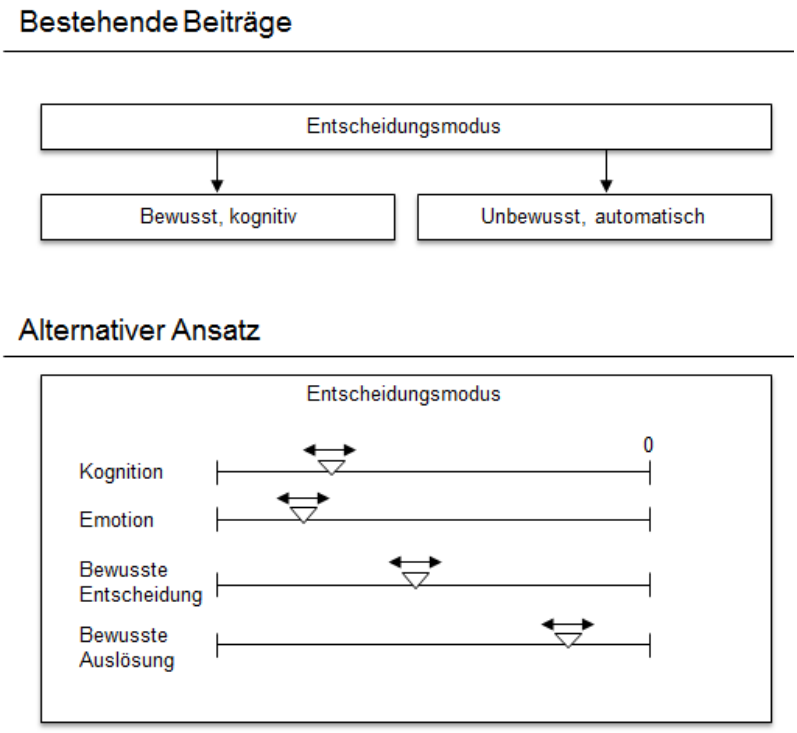


Abbildung 35: Der Entscheidungsmodus (eigene Darstellung)

These 9: Die Art der Beschäftigung ist von der Bewusstseinsfähigkeit getrennt.

Die Beobachtungen der Praxis zeigen in der Realität keinerlei Anzeichen eines Entweder-Oder-Entscheidungsmodus. Ein „Umschalten“ kann nicht beobachtet werden. Nachvollziehbarer ist, dass die Entscheidungen mit steigender Bekanntheit der Entscheidungssituation „leichter“ getroffen werden und sich eine kürzere bewusste Beschäftigungszeit einstellt.

Im Mittelpunkt der meisten Forschungsarbeiten steht der kognitive, bewusste, willentliche Modus. Dieser wird als der Modus eines logisch-rational agierenden Menschen idealisiert. In der Praxis sind die Fähigkeiten und Ressourcen begrenzt, die Wahrnehmungsfilter unbewusst und der Modus eigentlich kaum verwendet. Müller (1999) dokumentiert z. B. in seiner Studie, dass nur unbekannte Verkehrswege kognitiv bewusst entschieden werden und der Rest „automatisiert“ sei.

Weniger im Fokus der Diskussion steht der unbewusst ablaufende Entscheidungsprozess.[20] Dieser wird als Skript beschrieben. Vereinfacht beschrieben erhöht die Wiederholung einer Entscheidung bzw. Handlung die Wahrscheinlichkeit, dass ein Skript entsteht und ausgelöst wird. Damit läuft die Entscheidung und Handlung automatisch ab – ohne zu denken.

Die empirischen Befunde konnten zeigen, dass die unbewussten Mechanismen, ebenso wie die bewussten Mechanismen, flexibel, individuell verschieden und abhängig vom Kontext ablaufen (vgl. These 12). Sie folgen nach aktueller Einschätzung einer Art Skript, das durch Ablaufwiederholungen entsteht und bei der Durchführung eine hohe Umsetzungspriorität besitzt. Das bedeutet, dass komplexe Abläufe, die eine mentale Beschäftigung beinhalten, unbewusst ausgelöst und entschieden werden können. Dinge werden erfasst, ausgewertet und einer Lösung zugeführt – alles unbewusst. Umgekehrt heißt das, sowohl bewusste als auch unbewusste Abläufe beinhalten mentale Prozesse.
Der Entscheidungsmodus hat also zwei Aspekte: (1) die Art der mentalen Beschäftigung, (2) der Umfang des davon unabhängigen Bewusstseins.

These 10: Die Art der Beschäftigung kann graduell kognitiv oder emotional sein.

Die Art der Beschäftigung unterscheidet, inwiefern eine Entscheidung kognitiv und / oder emotional getroffen wird. Leider ist die Forschungslage für diese beiden mentalen Prozesse und Strukturen, insbesondere mit deren Wirkung auf Entscheidungen, noch uneinheitlich.

Unter **Kognition,** bei der keine interdisziplinär einheitliche Begriffsdefinition vorliegt, kann man psychische Vorgänge der Wahrnehmung, der Erkenntnis und des Wissens, die z. B. beim Denken und der Problemlösung wirken, verstehen.
Je ambivalenter oder unbekannter der Entscheidungskontext wahrgenommen wird, desto wahrscheinlicher ist eine kognitive Prüfung und situative Änderung in der Entscheidung (vgl. zur Ambivalenz von situativen Einflüssen McGregor, Newby-Clark, Zanna (1999), Priester, Petty (1996)).

[20] „Gewohnheit“ ist ein unbewusster Entscheidungsprozess. „Routinen“ umfassen zudem die automatisierte Durchführung, die im Verkehr, nach Franke (2004):106, durch eine zeitlich-räumliche Unabhängigkeit, Verlässlichkeit und uneingeschränkte Verfügbarkeit eines Verkehrsangebots gefördert wird.

Katona (1976):222 fasst den begrenzten Einsatz von kognitiven Entscheidungen zusammen. Nach Katona sind dies subjektiv bedeutende Entscheidungen, in der Vergangenheit den Erwartungen nicht gerecht gewordene Handlungen, unbekannte Handlungsoptionen, Widersprüche zwischen individualistischer und normativer Selektionskomponente sowie starke externe Einflüsse.

Bamberg, Schmidt (1999) bestätigen die Befunde von Katona in der Verkehrsangebotswahl. Kognitive Entscheidungsprozesse werden nur bei neuen Handlungen komplett durchlaufen. Sind globale Normen, Einstellungen und die Verhaltenskontrolle bekannt, werden sie im Gedächtnis gespeichert und können durch situative Reize automatisch aktiviert werden. Bei ähnlichen Handlungen kann auf diese Erfahrungen zurückgegriffen werden. Nur in wenigen Entscheidungen wird umfänglich aktuelles Wissen bewusst benötigt. Dies belegt, dass die Kognition *graduell* gesteuert wird.

Daneben steht die **Emotion,** die bisher in keinem vorliegenden Beitrag ausgearbeitet wurde. Auch hier fehlt es an einer einheitlichen Definition und an weiterführenden Theorien. Klar ist, dass die Emotion eine Ergänzung und keinen Gegensatz zur Kognition darstellt. Als Gemütsbewegung spielt sie eine wichtige Rolle bei der Bewertung von Situationen und Optionen sowie der resultierenden Motivation.
In der Empirie besteht eine Erklärungslücke zwischen Kognition, Affekt, sozialer Norm und Habit, die bisher nicht zufriedenstellend geschlossen wurde. Die Emotion könnte hier relevant sein. Bossong, Johann (1981):182ff. bestätigen z. B. für die Theory of Planned Behavior eine spezifische Handlungsintention, wenn die soziale Norm gering ist. Die Befunde legen nahe, dass es eine affektive Komponente gibt, die eigenständig und nicht als Teil der Einstellung wirkt (ebd.:183).

Beide, die Kognition und die Emotion, spielen in der Wahrnehmung, Bewertung und der Schlussfolgerung eine spezifische Rolle. Es spricht nichts dagegen, dass beide Größen als Kontinuum angenommen werden und diese beliebig ausgeprägt nebeneinander in einer Entscheidung wirken.

Das Verhältnis der Art der Beschäftigung (Kognition, Emotion) ist vermutlich individuell. Es gibt bei beiden Beschäftigungen keinerlei Hinweise, dass es immer vollständig

kognitiv oder emotional zugeht. Hiervon ausgehend muss eine graduelle Aufmerksamkeit sich mit einem Thema auseinandersetzen zu können angenommen werden. Z. B. in Form eines „Reglers“, der zwischen 0% und 100% je Dimension der Beschäftigung eingestellt werden kann. 100% entspricht dem Maximum der individuellen Fähigkeiten. Der Einsatz der Fähigkeiten kann in Abhängigkeit vom Interesse an einem Thema angenommen werden. Je interessierter, desto mehr Fähigkeiten und Bewusstsein werden eingebracht.

These 11: Automatisierung ist „unbewusst empfunden“ und keine „denkfreie Zone“.

Es spricht nichts dagegen, dass mentale Prozesse (Kognition oder Emotion) unterschiedlich bewusst wahrgenommen werden können. Die unbewusste Entscheidung kann als automatisiert empfunden werden. Der_die Entscheider_in hat daher im Detail keine Klarheit darüber, was entschieden wurde.

„Habit can be considered as a person-related, stable factor, which affects the decision making process in recurrent basis. […] However, the depth of decision making process may be also contingent on situational factors, for example, when the decision has significant consequences for the individual“ (Aarts, Verplanken, van Knippenberg (1997):4). Durch die Simplifizierung in der Wahrnehmung und Erinnerung werden leicht veränderte Problemstellungen als gleich wahrgenommen und gelöst. Die Studenten greifen bei der Verkehrsangebotswahl nur auf sehr wenige reiserelevante Elemente zurück. Je stärker die Gewohnheit, desto stärker werden Heuristiken eingesetzt und desto stärker reduziert sich der bewusst kognitive Entscheidungsanteil, ohne zwangsläufig zwischen „voll“ und „gar nicht“ zu springen. „In comparison to weak habit students, strong habit students used fewer attributes about the circumstances under which the trip had to be made. In addition, strong habit individuals were more selective in using the information of the attributes of choice options than weak habit students“(ebd.:10).

Nach Schleusener (2001):41 und Franke (2001):77 können Automatisierungen durch freiwillige und erzwungene Wiederholungen erfolgen. Freiwillige und erzwungene Habitualisierungen scheinen sich dennoch zu unterscheiden. Denn ÖV-Captives (z. B.

Schüler) durchbrechen bei Auftreten neuer Handlungsoptionen die erzwungene Habitualisierung relativ leicht und widersprechen den empirischen Befunden, dass habitualisierte Handlungen schwer zu verlassen sind (Aarts, Dijksterhuis (2000b), Betsch, Haberstroh, Molter et al. (2004)).

Das bedeutet, dass es plausibel ist, dass es keine eigene Instanz der „Automatisierung“ gibt, die mit einer unkontrollierten bzw. „denkfreien“ Routine oder Gewohnheit gleichgesetzt wird. Anstelle der „Automatisierung“ kann einfach eine Unbewusstheit des Denkens angenommen werden. Wird dann eine Situation wahrgenommen, bei der intrinsisch motiviert oder extrinsisch erzwungen eine Veränderung möglich ist, rückt dieser Teilaspekt in das Bewusstsein.

These 12: Die Bewusstseinsfähigkeit ist graduell zwischen bewusst und unbewusst.

Die Empirie zeigt, dass es Stufen gibt zwischen der voll-bewussten und der voll-unbewussten Entscheidung. Ouelette, Wood (1999) geben einen Überblick über die empirischen Nachweise der Bedeutung von Habit in der Entscheidung für ein Verkehrsangebot. Und dennoch besteht keine Einigkeit darüber, wie dieses Konstrukt zu konzeptionalisieren sei. Ein Maß für die Messung der Gewohnheit, das sowohl theoretischen als auch empirischen Anforderungen entspricht, ist nicht vorhanden (Bamberg (1995)).

Ein *gradueller* Effekt ist belegt: Bamberg (1996):297 demonstriert, dass mit häufiger Wiederholung der Entscheidungsvorgang automatisierter in der Entscheidung (auf Basis der TPB) wird und die Auslösung weniger willentlich, sondern situativ geschieht. Bamberg (1995):259 arbeitet zudem den Faktor der „vergangenen Nutzung“ in die TPB als relevanten Punkt für die Vorhersage ein. Er zeigt sich zwar unabhängig von der Handlungsintention, ist aber nicht verlässlich unabhängig nachweisbar.

Ebenso ist ein *stabilisierender* Effekt belegt: Studien von Ouelette, Wood (1999) und Bamberg, Ajzen, Schmidt (2003) belegen, dass die Stabilität der situativen Faktoren bei Folgeentscheidungen zu gleichen Entscheidungen führt.

Die Untersuchungen von Beckmann, Chlond, Kuhnimhof et al. (2006) konnten eine *flexible, situationsübergreifende* Anwendung von unbewussten Wiederholungen zeigen, bei der 90% der Arbeitspendler immer dasselbe Verkehrsangebot nutzen. In den 2 km-Nahbereich und im täglichen Aktionsraum um die Wohnung sind dies rund 60%. Auch kombinierte Verkehrsmittel sind möglich, sofern die Kombination verlässlich wiederholbar ist. Bei Aktivitäten außerhalb des gewohnten Aktionsradius und bei wechselnden Situationen zeigt sich eine größere Flexibilität. In der Untersuchung zeigt sich eine „Spezialisierung" der Angebotsverwendung bei steigender Wegewiederholung.

Eine Wiederholung von Entscheidungen *muss* aber nicht zu gleichen Entscheidungsergebnissen führen, da bestimmte Ziele durch unterschiedliche Handlungen erreicht werden können (vgl. Ausführungen zum Administrative Man-Modell).

Doch fehlt eine Konzeptionalisierung des graduellen Bewusstseins, das in der Empirie mehrfach nachgewiesen wurde. Die These der vorliegenden Arbeit ist, dass der unbewusste und der bewusste Ablauf auf den gleichen mentalen Mechanismen und Ablaufschritten basieren. In Abhängigkeit der individuell wahrgenommenen Bekanntheit situativer Lösungen verändert sich lediglich der Bewusstseinsgrad. Je bekannter die Situation und Lösung, desto unbewusster wird die mentale Arbeit zur Abarbeitung der Lösung empfunden.
Untersucht man die Befundlage zwischen den bewussten und unbewussten Entscheidungen, so kann herausgearbeitet werden, dass *Ablaufveränderungen immer bewusst* ablaufen und der Grad der Unbewusstheit mit der Bekanntheit der Situation steigt (daher ist die Häufigkeit der Wiederholung ein weniger geeigneter Parameter, da Wiederholungen aufgrund bewusster Entscheidungen auftreten können).
Dabei, und das ist oft übersehen, bezieht sich eine Bewusstseinsphase nur auf den Bereich der als unbekannt wahrgenommen oder erinnert wurde. Nur neue Problemstellungen werden bewusst durchlaufen. Bekannte Aspekte werden unbewusst bei jeder Möglichkeit integriert. Ein Ablauf wird bei bekannter Problemstellung weitestgehend unbewusst durchlaufen. Je mehr Aspekte gleich erkannt werden, desto mehr Bestandteile des Ablaufs werden unbewusst. Nur wenn sich Teile oder die gesamte Problemstellung als unbekannt zeigen, wird der Anteil der bewussten Auseinandersetzung erhöht.

Nicht die Gewohnheit (Habit) oder die Wiederholung sind demnach als Faktor relevant, sondern die individuell wahrgenommene Bekanntheit der Problemstellung, die dann den Grad des Bewusstseins reguliert. Mit abnehmendem Grad des Bewusstseins reduziert sich die Reizwahrnehmung und die Informationsverarbeitungstiefe. Gleichzeitig erhöht sich die Trägheit in der Verhaltensveränderung. Informationen werden selbst bei einer deutlichen Aufforderung nicht mehr verarbeitet und führen zu einer geringeren Verhaltensvarianz als bei Menschen ohne Gewohnheit (Verplanken, Aarts, van Kippenberg (1997):555). U. a. in den Studien von Bamberg, Schmidt (1993), Bamberg (1995):259f. und Bamberg (1996):295ff., die sich alle um die Verkehrsangebotswahl zwischen ÖV und Automobil drehen, werden diese Effekte bestätigt.

Ausgehend von der These, dass die bekannte Situation relevant für unbewusste Entscheidungen ist, müssen die Auslösung und die Ausführung von Entscheidung und Handlung getrennt betrachtet werden. Jede Kombination ist denkbar, z. B. dass bewusst eine Entscheidung ausgelöst wird, diese aber zum großen Teil unbewusst abläuft. Die spontane Fahrt zu einem Freund bei schönem Wetter wird bewusst ausgelöst und man geht unbewusst in den Keller und fährt mit dem Fahrrad los. Ebenso kann eine unbewusst ausgelöste Entscheidung in Teilen bewusst entschieden werden. Z. B. wird die Fahrt zur Arbeit automatisch ausgelöst und bei leichtem Regen bewusst zwischen dem Fahrrad und dem ÖV abgewogen. Der Rest läuft wieder unbewusst.
Bamberg (1996):296 belegt, dass die Auslösung einer kognitiven Entscheidung durch Wiederholung zunehmend automatisiert wird und sich der Grad des Bewusstseins in der Folge reduziert (Skriptbildung, ebd.:296ff.). Ein Reiz kann in jeder vorstellbaren Aktivität bestehen, z. B. Sport machen zu wollen. Dies löst die unbewusste Entscheidung für die Verkehrsangebotswahl aus (Aarts, Dijksterhuis (2000a/b)).

These 13: Graduelle „Teilentscheidungen“ sind die Regel, nicht die Ausnahme.

Gorr (1997):124ff. zeigt spielerisch experimentell, dass bis zu 95% der Verkehrsangebotsentscheidungen als Gewohnheit getroffen werden. Die Ergebnisse seines Experiments zeigen zudem, dass Nachahmungs- und Sicherheitsstrategien entweder nicht bewusst waren oder nicht zugegeben wurden. Das bedeutet, dass Menschen, die sich scheinbar kognitiv mit einer Entscheidung beschäftigen, keine genaue Auskunft hierzu geben können oder wollen. Eine Ursache kann daran liegen, dass es eine große Diskrepanz zwischen dem eigenen Handeln und der eigenen Bewertung des eigenen

Handelns liegt. „Die Ergebnisse belegen eindeutig, daß das eigene Routineverhalten nur von wenigen Spielern überhaupt wahrgenommen wird. Generell wird es in seiner Bedeutung erheblich unterschätzt“ (ebd.:125).
Allerdings deuten Gorrs wenig komplexe Experimente darauf hin, dass es erst ein kognitives und dann ein routiniertes Verhalten gibt. Bei komplexeren Fragen gibt es aber einen Zwischenbereich, wie z. B. die Studie von Wilger (2004) zeigt. Er belegt in seiner empirischen Reisestudie einen signifikanten Bereich von Teilentscheidungen. Er differenziert mit Bezug auf bestehende Arbeiten die Kaufentscheidung in extensiv, limitiert, habitualisiert und impulsiv. Je höher der Informationsbedarf ist, desto geringer ist die Informationsverarbeitung (ebd.:104). Bei spezifischen Einzelreisen über 100 km innerhalb der letzten zwölf Monate findet er habitualisierte (21,1%), limitierte (63,9%) und extensive Entscheidungen (15,0%) (ebd.:203ff). Die begrenzte Entscheidung betrachtet auf Basis von Erfahrungen und Präferenzen nur wenige Handlungsoptionen. Die extensive Informationssuche geht von keiner Präferenz aus und kann bei unbekannten Entscheidungsmomenten und -kontexten außerhalb der alltäglichen Praxis auftreten. „Das Ergebnis der dominierenden limitierten Entscheidung widerspricht in seiner Deutlichkeit der bisher ausgemachten polarisierten Darstellung der Verkehrsmittelwahl als entweder habitualisiert oder extensive Entscheidung“ (ebd.:205). Auch Norman, Shallice (1986) weisen neben den willentlich kontrollierten Entscheidungen teilautomatisierte und automatisierte Entscheidungen nach.

Eine mögliche Fehlerquelle bei Laborstudien, wie bei Gorr, in denen ein entweder kognitiv-bewusstes oder unbewusstes Entscheidungsverhalten gezeigt wird, kann darin liegen, dass die Optionen nicht variabel genug sind. Möglicherweise kann nach einer ersten kognitiven Entscheidung die zweite Situation als identisch wahrgenommen werden. In der Realität, wie bei Wilger, sind die Entscheidungen so komplex, dass sich Teile als bekannt identifizieren lassen und nur die wahrgenommenen Unterschiede kognitiv bewusst und „limitiert“ entschieden werden.

4.2.2. Entscheidungsregel

Die Beschreibung einer Entscheidungsregel ist der Versuch einen schwer sichtbaren Prozess zu fixieren. Die Befunde der Theorie und der Empirie spezialisieren sich auf eng definierte Entscheidungsfälle.

Wie auch im Falle des Entscheidungsmodus ist in der Praxis gut zu beobachten, dass die Mühe, die sich eine Person bei der Abwägung der verfügbaren Optionen gibt, von dessen Entscheidungsmotiv und Interesse abhängt. Analog zum Entscheidungsmodus werden daher Thesen für die Abwägung formuliert, die den Leitgedanken erfüllen: *ein Entscheidungsvorgang mit unterschiedlichen Ausprägungen.*

These 14: Die Entscheidungsregel besteht aus zwei Elementen, dem Abwägungsziel und dem Abwägungsmechanismus.
These 15: Wiederholte Entscheidungen werden mit den vergangenen Werten der individualistischen, normativen und Kontrollkomponente prognostiziert.

Die Brückenannahme ist, dass das Entscheidungsmotiv die Motivation bestimmt und diese den Entscheidungsmodus und die -regel. Abbildung 36 stellt die Brückenannahme und die Verbindung mit der Entscheidungsregel dar.

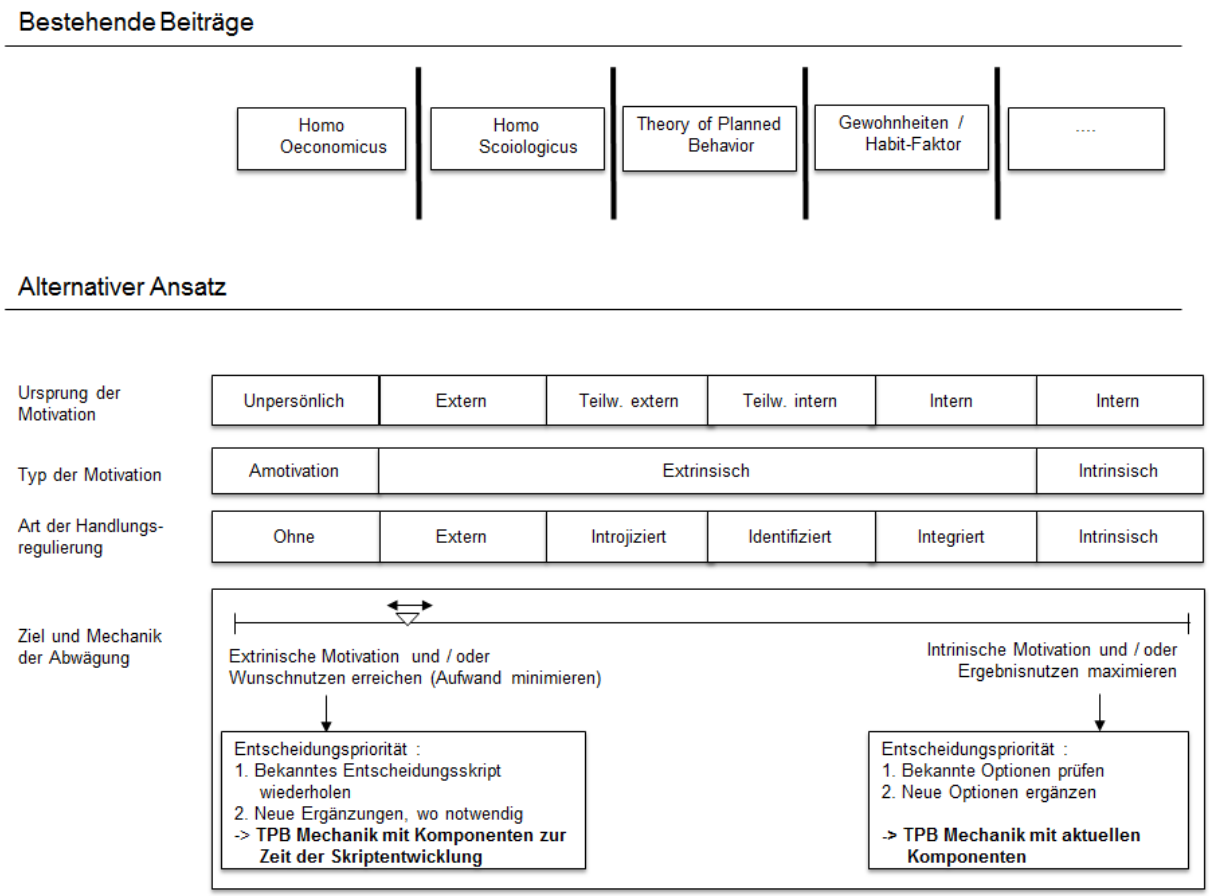


Abbildung 36: Entscheidungsregel in Verbindung mit Entscheidungsmotiv nach Deci, Ryan (2000) (eigene Darstellung)

These 14: Die Entscheidungsregel besteht aus zwei Elementen, dem Abwägungsziel und dem Abwägungsmechanismus.

Die Entscheidungsregel kann mehr als ein Abwägungsziel verfolgen und in Abhängigkeit vom Ziel verändern sich die Prioritäten des Abwägungsmechanismus.

Ausschließen kann man mittlerweile die Vorstellung, dass es nur eine einzige Gesetzmäßigkeit gibt, die bei jeder Entscheidung erreicht werden soll. Bestehende Theorien stehen derzeit unabhängig nebeneinander und erklären jeweils einen bestimmten Typen von Entscheidungen. Belegt durch die Studien des Administrative Man ist, dass unter bestimmten Bedingungen das Ziel verfolgt wird, den Entscheidungsaufwand zu minimieren. Durch die Theory of Planned Behavior und die Prospect Theory ist belegt, dass in bestimmten Fällen die individuell beste Option gewählt wird. Die Existenz von zwei gleichermaßen plausiblen Zielen zwingt zur Annahme, dass es nicht ein einziges Abwägungsziel, sondern mehrere geben kann. Dieses wird, so die Brückenannahme, durch das Entscheidungsmotiv bestimmt.

Der Mechanismus der Abwägung steht in Abhängigkeit zum Ziel. Wenn das Ziel eine aufwandsarme Entscheidung ist, dann wird entweder versucht den Status Quo zu bestätigen oder bestehende Lösungen werden unbewusst wiederverwendet. Wenn das Ziel eine „beste Lösung“ ist, dann kann erwartet werden, dass neben den bestehenden Lösungen neue Optionen bewusst gesucht werden.
Der Mechanismus ist als Kontinuum mit drei Bereichen vorstellbar: „nicht entscheiden“, „bestehende Skripte verwenden“ oder „bewusst auswählen“. Die Priorität steht in Bezug zum Abwägungsziel. In allen Fällen kann die Theory of Planned Behavior als Mechanismus genutzt werden, wie in These 15 erläutert wird.

These 15: Wiederholte Entscheidungen werden mit den vergangenen Werten der individualistischen, normativen und Kontrollkomponente prognostiziert.

Es können drei Ausprägungen der Abwägung erkannt werden.

1. „Bewusst auswählen“: Für die individuelle willentlich bewusste Entscheidung bietet sich die Theory of Planned Behavior an. Die Theorie hat einen hohen Bestätigungsgrad für bewusste und kognitive Entscheidungen. Emotionale und unbewusste Entscheidungen sind nicht zuverlässig erfolgreich in das Modell integriert.

Bei der Auswahl werden kognitive Entlastungen eingesetzt. „The three most important of these devices are (a) to make relative rather than absolute judgments; or, if that is not possible, (b) to increase the number of dimensions along which the stimuli can differ; or (c) to arrange the task in such a way that we make a sequence of several absolute judgments in a row“ (Miller (1956):81). Die empirischen Erkenntnisse von z. B. Wright (1975), Payne, J. W. (1980) oder Huber (1982) unterstützen die Erkenntnisse von Miller.

Ohne Brückenannahme kann das Modell bei intrinsischen Motiven und Motivationen angenommen werden. Selbst in bekannten Situationen kann eine bewusst-willentliche Abwägung auf Basis des Interesses am Thema angenommen werden.

Diese Ausprägung kommt zum Zuge, wenn es sich um eine extrinsisch motivierte Entscheidung (Abwägungsziel = minimaler Entscheidungsaufwand) handelt, für die noch keine bekannte Lösung existiert. In diesem Fall *muss* der_die Entscheider_in bewusst eine Lösung suchen. Ist die Mindestzufriedenheit erreicht, hört der_die Entscheiderin auf nach weiteren Optionen zu suchen. Die letzte, neu gefundene Lösung ist entsprechend die mit dem zufriedenstellenden Nutzen, sodass dies die Option ist, die den maximalen Nutzen unter den neubekannten Optionen aufweist.

2. „Bestehende Skripte verwenden“: Bisher wurden die Skripte als Alternative zur Theory of Planned Behavior gesehen und die Faktoren von Habit und Handlungswiederholung konnten nicht integriert werden.

   Skripte sind aber unbewusst wiederholte Entscheidungen, die in der Vergangenheit kognitiv gelernt wurden (Aarts, Verplanken, van Knippenberg (1997):2). Skripte repräsentieren demnach einen *vergangenen* Zustand der Komponenten der Theory of Planned Behavior (individualistische Komponente, normative Komponente und Kontrollkomponente). Wird ein Skript aktiviert, dann werden die erinnerten Komponenteneinstellungen durchlaufen, die bei der Erstellung des Skriptes vorherrschten. Liegen diese in einer Toleranz zu den aktuellen Einstellungen, dann ist keine bewusste Beschäftigung notwendig. Eine Überprüfung kann aber in diesem Fall ergeben, dass die heutige Handlungsintention nicht mit der Handlung des Skriptes übereinstimmt. Diese Differenz ist bei der extrinsisch motivierten Nutzung bestehender Skripte zu erwarten.

Beispiel: Eine Person lebt auf dem Land und nutzt notwendigerweise ihr Auto um zu Freunden zu fahren. Sie zieht in die Stadt und hat neue Alternativen. Nun nutzt sie wie bisher das Auto um zu Freunden zu kommen, obwohl sie nun mit dem Fahrrad oder dem ÖV fahren könnte.
Wenn die Einstellung zum Fahrrad positiv ist oder sich positiv entwickelt hat, die Einstellung zum Auto aber ebenfalls unverändert positiv ist, dann führt dies nicht automatisch zur Veränderung des Verhaltens. Würde die Fahrt nun erstmalig unternommen, dann könnte heute auf einer solchen Strecke das Fahrrad bevorzugt werden. In diesem Fall würde die Theory of Planned Behavior eine Intention für das Fahrrad zeigen, das Verhalten aber noch das Auto auswählen.

3. „Nicht entscheiden“: „Most real decisions, unlike those of economics texts, have a status quo alternative – that is, doing nothing or maintaining one's current or previous decision. A series of decision-making experiments shows that individuals disproportionately stick with the status quo” (Samuelson, Zeckhauser (1988):7). Dieser Fall ist bei einer Amotivation und externem Druck möglich. Das ist eine plausible Wahl, wenn das Abwägungsziel der minimale Entscheidungsaufwand ist und das Entscheidungsergebnis der Vergangenheit immer noch als zufriedenstellend erkannt wird. Wenn der Aufwand einer physischen Zielorterreichung sehr aufwendig ist, dann ist auch plausibel, dass die Aktivität nicht durchgeführt wird und der Weg entfällt. Der Status Quo verändert sich nicht und der_die Entscheider_in bleibt an derselben physischen Lokation.

Wenn bestehende „Skriptelemente“ in teil-bewusste Entscheidungen integriert und nur neue Aspekte kognitiv durchlaufen werden, dann vermischen sich die Einstellungen und Ansichten der Zeit, in der diese alten Skriptelemente entwickelt wurden mit den Skriptelementen, die mit den aktuellen Einstellungen und Ansichten entwickelt wurden. Haben sich die Einstellungen etc. gegenüber früher nicht verändert, dann wären die Handlungsintentionen der Vergangenheit und Gegenwart gleich. Haben diese sich verändert, dann sind die Intentionen ungleich und die heutige Intention alleine ist kein Indikator für die „Handlung aus Gewohnheit“.

4.3. Entscheidungshandeln

Das Entscheidungshandeln ist die zeitliche und räumliche Spezifizierung der Auswahl eines Verkehrsangebots. Im Moment des Entscheidungshandelns wird ein geeignetes Angebot fixiert und beobachtbar.

Vor allem Forschungsbefunde, die auf den Entscheidungsergebnissen aufsetzen und nach Möglichkeiten der Intervention suchen, setzen am Entscheidungshandeln an. Die Ansätze, die das Entscheidungsergebnis verändern möchten, beschäftigen sich mit dem unmittelbar vorhergehenden Punkt, also dem Moment, wenn der Output fixiert wird. Die Bedeutung dieses Moments wird von den Interventionsansätzen somit überschätzt, da dieser Moment lediglich ein formaler Abschluss der Abwägung ist. Bamberg (2006):822 erkennt dies und stellt bei seinen Untersuchungen fest, dass nachhaltige Interventionen zentral über die Bewertung und die subjektiven Normen wirken. Bamberg (1995):259ff. weist zudem nach, dass die Bereitschaft zur Wahrnehmung von Produktänderungen für eine Veränderung der Entscheidung gegeben sein muss. „Nach den vorliegenden Ergebnissen erscheint es eher unwahrscheinlich, daß die Autofahrer/innen objektive Angebotsverbesserungen im Bussystem von selbst wahrnehmen [...]“ (ebd.:260). Auch die extrinsische Erzeugung der Bereitschaft scheiterte.

Ein frühes Eingreifen, idealerweise vor der zu ändernden Entscheidung, ist für eine nachhaltige Veränderung zu empfehlen (vgl. Abbildung 37). Je jünger ein Mensch ist und je weniger Erfahrungen mit Verkehrsangeboten gesammelt wurden, desto höher ist die Bereitschaft die Verkehrsoptionen zu prüfen und desto geringer die Stabilität der Entscheidungsmuster. Der Eingriff am letzten Punkt der zu verändernden Entscheidung, also im Entscheidungshandeln, ist hingegen mit der geringsten Wirkung zu erwarten.

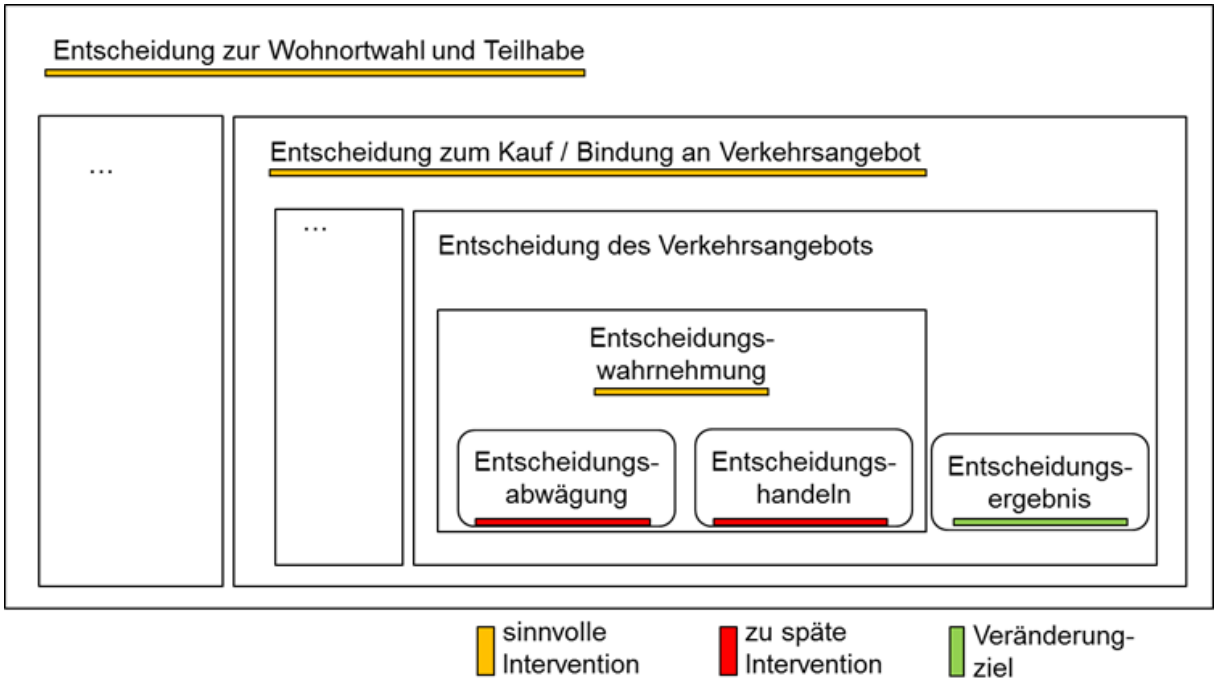


Abbildung 37: Beeinflussung nach Entscheidungsebene (eigene Darstellung)

Im Zufallsfall trifft die späte Intervention auf einen_eine Entscheider_in, der_die sich doch nachhaltig verändert. Bamberg (2006):837 formuliert: „But the intervention may have played a crucial role as the last push that sets the readiness for behavioral change prepared [...] into motion." Eine solche Impulswirkung benötigt zum einen eine vorhandene Änderungsbereitschaft und zum anderen ein Wissenshindernis. Verlässlich oder häufiger sind diese Zufallserfolge bisher nicht.

4.4. Zusammenstellung der Konstruktion

Eine schematische Veranschaulichung der mehrstufigen Entscheidung für ein Verkehrsangebot ist Abbildung 38 zu entnehmen. Farbig hinterlegt sind die unbewussten Elemente der Limitierungen gekennzeichnet.

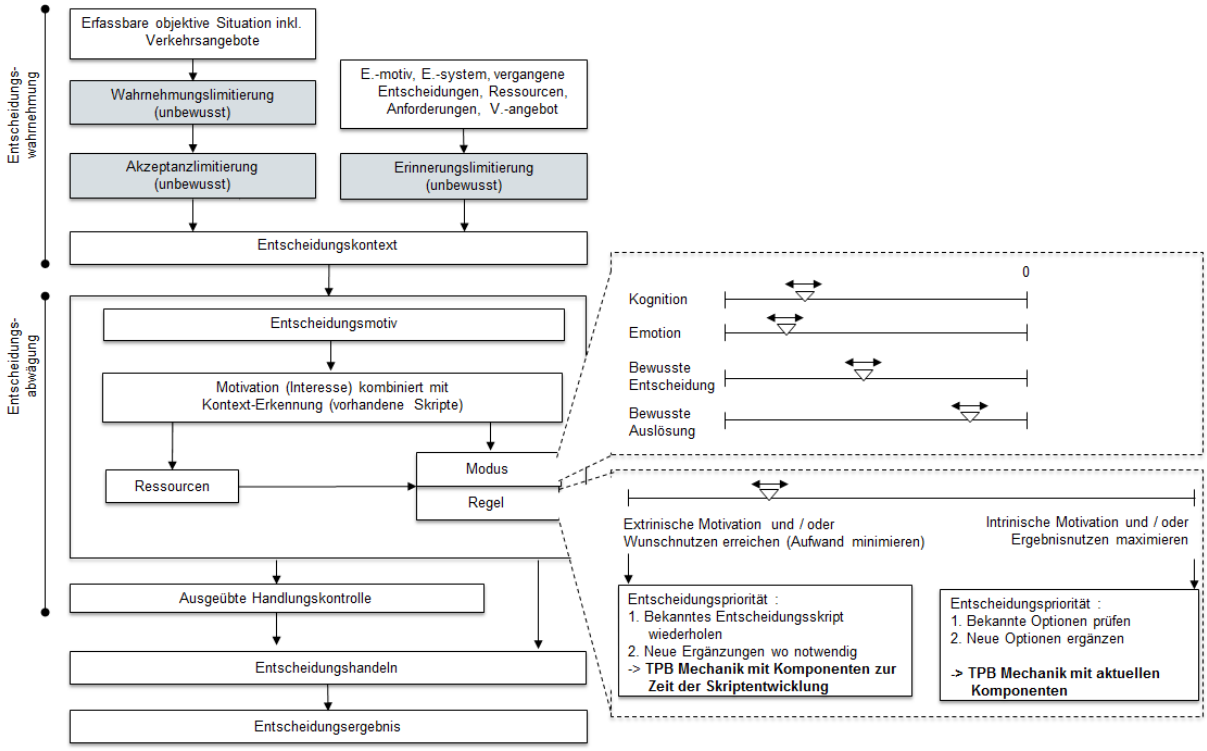


Abbildung 38: Übersicht der Konstruktion (eigene Darstellung)

Die Konstruktion basiert auf bestehenden Befunden und Brückenannahmen. Sie folgt dem Leitgedanken, dass es keine Entweder-Oder Logik im Entscheidungsvorgang gibt. Damit setzt sich der Leitgedanke von den bisherigen Konzeptlinien ab. Er bedingt, dass die Rolle des Entscheidungsmotivs angepasst wird und als „Steuerungszentrale“ für den Entscheidungsvorgang fungiert. Das Motiv steuert die Motivation der Auseinandersetzung und Beschäftigung. Diese wiederum steuert den Entscheidungsmodus und die Entscheidungsregel. Die Überlegungen basieren auf Teilbefunden, die gesamtheitlich noch zu bestätigen sind. Mit den Brückenannahmen zur Wahrnehmung und Erinnerung kommen weitere Elemente in den Entscheidungsvorgang, die bekannt waren, aber nicht integriert wurden.

Die Konstruktion orientierte sich an den Gütekriterien von Rost (2005). Ziel der Konstruktion ist es, bestehende Befunde nicht weiter nebeneinander, sondern integriert

und logisch widerspruchsfrei zusammenzuführen. Die Herausforderung der Einfachheit wurde mit dem Prinzip „eines Vorgangs“ adressiert. Die Relevanz dieses Vorgangs kommt aus der Erkenntnis, dass es bisher an einer theoretischen Fundierung u. a. für Beeinflussungen dieses Prozesses fehlte. Die Überlegungen zielen im Kern auf die Entscheidung für ein Verkehrsangebot. Ob die vorliegende Konstruktion in dieser Form nutzbar und übertragbar ist, müssen empirische Prüfungen ergeben. Die Theorieergebnisse können in der Praxis dazu dienen, die Entscheidung zu beeinflussen und Einflussversuche können besser vorvalidiert werden. Die der Konstruktion zugrundeliegenden Befunde haben einen hohen Bestätigungsgrad für ihre Spezialisierungen. Offen ist, ob sich die Zusammensetzung der Einzelbefunde als valide erweist.

5. Empirische Fallstudie

Rekonstruktion des Entscheidungsvorganges als Befragungsgrundlage

Auf Basis der Konstruktion wurden Elemente der Entscheidung herausgearbeitet, die die durchgeführte Befragung zur Anmeldung zum Carsharing maßgeblich definiert. Die Befragung greift die Erkenntnisse der Konstruktion auf und ermöglicht neue Interpretationsmöglichkeiten betreffend der *(Un-)Verbindlichkeit* der Entscheidung.

Die Konstruktion war notwendig geworden, da sich bei der Recherche eines geeigneten Modells oder einer Theorie herausstellte, dass es keinen passenden bzw. übergreifenden Ansatz gibt, der die vermutete Art der Entscheidung erfassen konnte.

Auf Basis der Entscheidungsschwierigkeiten der Generation Maybe (vgl. Kapitel 3.2) und der Beobachtungen im Vorfeld der Arbeit, bestand die Annahme, dass die Entscheidung zur Anmeldung zum Carsharing und die Entscheidungen zur Wahl des Verkehrsangebotes *notwendige Entscheidungen* sind, die der_die Entscheider_in treffen muss, aber eigentlich *kein Interesse an diesen Entscheidungen* besteht. Es entsprechend zu einer schnellen und trivialen Art der Entscheidungsfindung kommt.

Im Gegensatz dazu stehen bei den bisherigen Theorien und Modell die sich entweder bewussten, willentlichen und mit Interesse getroffenen Entscheidungen widmen. Oder die sich mit der Untersuchung von eingefahrenen, unbewussten und automatischen Skriptentscheidungen und -handlungsabläufen auseinandersetzen. Beide Untersuchungsschwerpunkte sind bei notwendigen aber interessenlosen Entscheidungsfindungen zur Erklärung ungeeignet.

Daher wurde die interdisziplinäre Konstruktion des Entscheidungsvorganges als Ganzes notwendig. Damit die Annahmen, dass es kein Interesse an den Entscheidungen zur Anmeldung bzw. zur Wahl des Verkehrsangebotes gibt, bestätigt werden konnte, wurden die Motiv- und Interessenstheorien vertieft. Alle kommen zu dem Ergebnis, dass in alltäglichen Verkehren die Entscheidungen extrinsisch motiviert sind und kein Interesse hervorrufen. Daraufhin wurde die Wirkung von mangelndem Interesse auf die verfügbaren (kognitiven) Ressourcen und die Zusammenhänge zur Wahrnehmung und Erinnerung abgeleitet. Ebenfalls wurde die Wirkung des fehlenden Interesses auf

den Modus der Entscheidung, das zu erreichende Ziel der Auswahl und die Auswahlregel ausgearbeitet.

Durch die Konstruktion des Entscheidungsvorganges konnte die Verbindung aller Elemente im Entscheidungsvorgang zum (fehlenden) Interesse hergestellt werden.

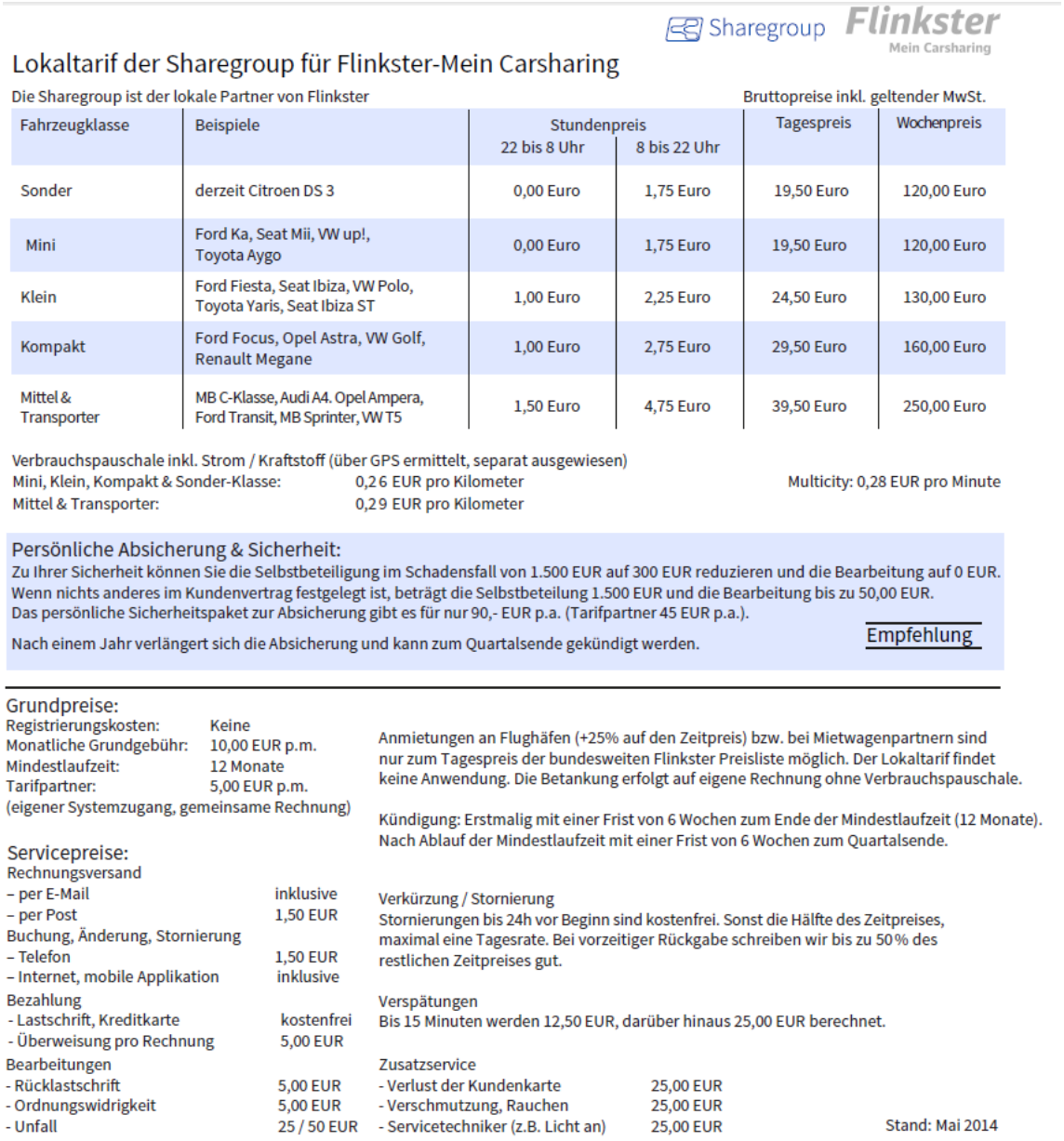
Nun muss die empirische Fragestellung diese Erkenntnis aufgreifen und in der Befragung ermitteln, welche Motive und Interessenslage bei der Anmeldung zum Carsharing vorliegt. Ziel ist es *die Wirkung der Unverbindlichkeit in der Entscheidungsfindung bei der Anmeldung zum Carsharing* greifbarer zu machen.

Was ist Carsharing?

Es gibt unterschiedliche Perspektiven auf das, was unter Carsharing verstanden werden kann oder soll. Carsharing im Sinne dieser Arbeit ist das Vermieten von Fahrzeugen durch eine Organisation, im Gegensatz zu einer Privatperson. Die Organisationsform und die Absicht Gewinn zu erzielen sind unerheblich. Vielmehr geht es um eine Vermietung, die ein Fahrzeug für einen kurzen oder langen Zeitraum ermöglicht und selbstbedient möglich ist. Im Carsharing stehen unterschiedliche Varianten zur Verfügung. Unter dem Free-Floating werden Angebote verstanden, die innerhalb eines geographischen Bediengebietes die Anmietung und Abstellung des Fahrzeuges auf öffentlich bewirtschafteten Parkplätzen ermöglichen. Zusätzlich können durch den Anbieter eigene Stellplätze ausgewiesen werden. Im Quartiers-Carsharing besteht lediglich der Unterschied, dass anstelle von öffentlich bewirtschafteten Stellplätzen Anwohnerstellplätze genutzt werden können. Die klassische Variante des Carsharings ist hingegen pro Fahrzeug an einen festen Stellplatz gebunden. Die Fahrzeuge werden von einem Stellplatz angemietet und dort wieder abgestellt.
Diese Arbeit berücksichtigt zwei Tarifmodelle auf Basis des klassischen Modells. Beide Angebote greifen auf ein gemeinsames Stationsnetz und eine gemeinsame Hintergrundsoftware zurück. Sie unterscheiden sich entlang der Kundenschnittstelle, der Kostenstruktur und der individuellen Anpassbarkeit.

Tarif 1: Flinkster-Lokaltarif

Der Flinkster-Lokaltarif hat eine monatliche Grundgebühr, die zwischen 5€ und 10€ im Monat beträgt. Er hat eine Mindestlaufzeit von einem Jahr. Bei Anmeldung mit einer Bahncard werden 50€ als Fahrtguthaben gutgeschrieben. Der Tarif wurde für Nutzer_innen konzipiert, die innerhalb einer Stadt länger ein Auto nutzen und überwiegend kürzere Strecken fahren. Es handelt sich um eine Tarifvariante zu dem Flinkster-Tarif der Deutschen Bahn. Durch die monatliche Grundgebühr hat der Tarif eine günstige Zeit + Distanzkombination für den Fahrtpreis. Die 1.500€ Selbstbeteiligung bei der Vollkaskoversicherung liegt recht hoch. Es ist möglich, diesen Betrag zu senken. Mit den beiden Komponenten, monatlicher Grundpreis zzgl. Fahrtpreis nach Nutzung, sind alle Kosten (Benzin, Wartung etc.) vollständig abgedeckt. Mit dem Tarif kann ein Netzwerk von ca. 20 Partnerunternehmen in ganz Deutschland mit rund 3.600 Fahrzeugen genutzt werden. Im Folgenden ist die Preisliste des Tarifs dargestellt (Flinkster (2015)).



Sharegroup Flinkster Mein Carsharing

Lokaltarif der Sharegroup für Flinkster-Mein Carsharing

Die Sharegroup ist der lokale Partner von Flinkster — Bruttopreise inkl. geltender MwSt.

Fahrzeugklasse	Beispiele	Stundenpreis 22 bis 8 Uhr	Stundenpreis 8 bis 22 Uhr	Tagespreis	Wochenpreis
Sonder	derzeit Citroen DS 3	0,00 Euro	1,75 Euro	19,50 Euro	120,00 Euro
Mini	Ford Ka, Seat Mii, VW up!, Toyota Aygo	0,00 Euro	1,75 Euro	19,50 Euro	120,00 Euro
Klein	Ford Fiesta, Seat Ibiza, VW Polo, Toyota Yaris, Seat Ibiza ST	1,00 Euro	2,25 Euro	24,50 Euro	130,00 Euro
Kompakt	Ford Focus, Opel Astra, VW Golf, Renault Megane	1,00 Euro	2,75 Euro	29,50 Euro	160,00 Euro
Mittel & Transporter	MB C-Klasse, Audi A4. Opel Ampera, Ford Transit, MB Sprinter, VW T5	1,50 Euro	4,75 Euro	39,50 Euro	250,00 Euro

Verbrauchspauschale inkl. Strom / Kraftstoff (über GPS ermittelt, separat ausgewiesen)
Mini, Klein, Kompakt & Sonder-Klasse: 0,26 EUR pro Kilometer
Mittel & Transporter: 0,29 EUR pro Kilometer
Multicity: 0,28 EUR pro Minute

Persönliche Absicherung & Sicherheit:
Zu Ihrer Sicherheit können Sie die Selbstbeteiligung im Schadensfall von 1.500 EUR auf 300 EUR reduzieren und die Bearbeitung auf 0 EUR.
Wenn nichts anderes im Kundenvertrag festgelegt ist, beträgt die Selbstbeteiligung 1.500 EUR und die Bearbeitung bis zu 50,00 EUR.
Das persönliche Sicherheitspaket zur Absicherung gibt es für nur 90,- EUR p.a. (Tarifpartner 45 EUR p.a.).
Nach einem Jahr verlängert sich die Absicherung und kann zum Quartalsende gekündigt werden.
Empfehlung

Grundpreise:
Registrierungskosten: Keine
Monatliche Grundgebühr: 10,00 EUR p.m.
Mindestlaufzeit: 12 Monate
Tarifpartner: 5,00 EUR p.m.
(eigener Systemzugang, gemeinsame Rechnung)

Anmietungen an Flughäfen (+25% auf den Zeitpreis) bzw. bei Mietwagenpartnern sind nur zum Tagespreis der bundesweiten Flinkster Preisliste möglich. Der Lokaltarif findet keine Anwendung. Die Betankung erfolgt auf eigene Rechnung ohne Verbrauchspauschale.

Kündigung: Erstmalig mit einer Frist von 6 Wochen zum Ende der Mindestlaufzeit (12 Monate). Nach Ablauf der Mindestlaufzeit mit einer Frist von 6 Wochen zum Quartalsende.

Servicepreise:
Rechnungsversand
– per E-Mail inklusive
– per Post 1,50 EUR
Buchung, Änderung, Stornierung
– Telefon 1,50 EUR
– Internet, mobile Applikation inklusive
Bezahlung
- Lastschrift, Kreditkarte kostenfrei
- Überweisung pro Rechnung 5,00 EUR
Bearbeitungen
- Rücklastschrift 5,00 EUR
- Ordnungswidrigkeit 5,00 EUR
- Unfall 25 / 50 EUR

Verkürzung / Stornierung
Stornierungen bis 24h vor Beginn sind kostenfrei. Sonst die Hälfte des Zeitpreises, maximal eine Tagesrate. Bei vorzeitiger Rückgabe schreiben wir bis zu 50% des restlichen Zeitpreises gut.

Verspätungen
Bis 15 Minuten werden 12,50 EUR, darüber hinaus 25,00 EUR berechnet.

Zusatzservice
- Verlust der Kundenkarte 25,00 EUR
- Verschmutzung, Rauchen 25,00 EUR
- Servicetechniker (z.B. Licht an) 25,00 EUR

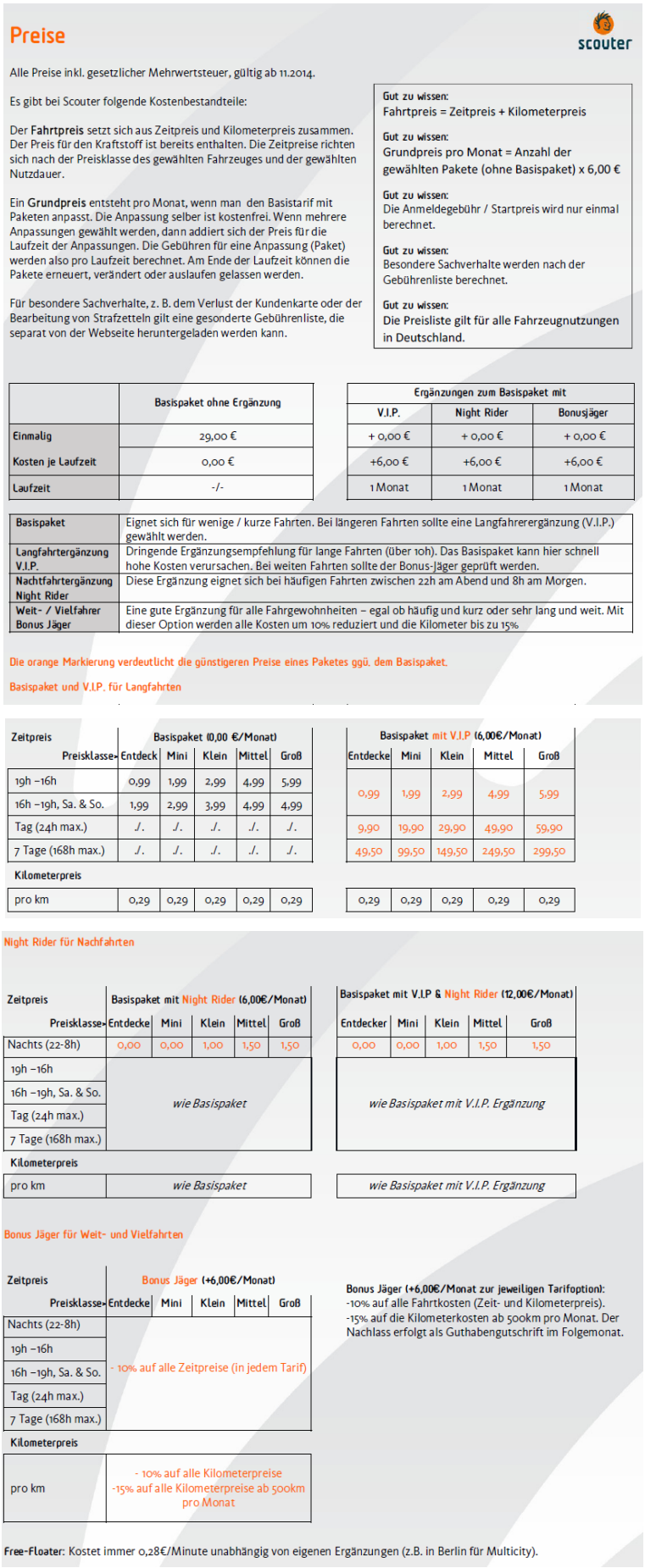
Stand: Mai 2014

Abbildung 39: Tarifübersicht Flinkster-Lokal (Flinkster (2015))

Tarif 2: Scouter

Der Scouter-Tarif ist modular aufgebaut. Die Kunden starten mit einem Basistarif, welcher keine monatlichen Grundgebühren enthält. Die Nutzungspreise sind nach Haupt- und Nebenzeiten gestaffelt und zielen auf eine kurze Nutzung. Die gewählten Tarifmodule ermöglichen dem_der Nutzer_in das Tarifmodell nach seinem/ihrem Bedarf zu gestalten. Es können preisliche Module für Viel-, Lang- und Nachtfahrer unterschieden werden. Zudem können ein Kohlendioxidausgleich oder eine Senkung der Versicherungsbeteiligung im Schadensfall modular ergänzt werden. Das Basispaket hat eine einmalige Anmeldegebühr von 29€ und keine monatlichen Grundgebühren. Der Fahrt-

preis (Zeit und Distanz) beinhaltet: Kraftstoff, Wartung, Reinigung, TÜV, Haftpflichtversicherung und eine Vollkaskoversicherung mit 1.000€ Selbstbeteiligung. Das Angebot von Klassen variiert pro Stadt. Der Kunde kann sich Zusatzleistungen gegen eine monatliche Gebühr von 6€ ergänzen. Dies ist z. B. die Reduzierung des Vollkasko-Selbstbehaltes, eine CO2-Kompensation oder eine Vergünstigung der Fahrtkosten. Aufgrund von Kooperationen mit lokalen Verkehrsunternehmen, haben einige Kunden durch ihr ÖV-Abonnement vergünstigte Anmeldekosten oder Inklusivleistungen. Diese Angebote sind bei den Scouter-Anmeldungen im ersten Halbjahr 2015 möglich gewesen. Mit dem Tarif kann ein Netzwerk von ca. 20 Partnerunternehmen in ganz Deutschland mit rund 3.600 Fahrzeugen genutzt werden. Im Folgenden ist die Preisliste des Tarifs dargestellt (Scouter (2015)).



Preise

scouter

Alle Preise inkl. gesetzlicher Mehrwertsteuer, gültig ab 11.2014.

Es gibt bei Scouter folgende Kostenbestandteile:

Der **Fahrtpreis** setzt sich aus Zeitpreis und Kilometerpreis zusammen. Der Preis für den Kraftstoff ist bereits enthalten. Die Zeitpreise richten sich nach der Preisklasse des gewählten Fahrzeuges und der gewählten Nutzdauer.

Ein **Grundpreis** entsteht pro Monat, wenn man den Basistarif mit Paketen anpasst. Die Anpassung selber ist kostenfrei. Wenn mehrere Anpassungen gewählt werden, dann addiert sich der Preis für die Laufzeit der Anpassungen. Die Gebühren für eine Anpassung (Paket) werden also pro Laufzeit berechnet. Am Ende der Laufzeit können die Pakete erneuert, verändert oder auslaufen gelassen werden.

Für besondere Sachverhalte, z. B. dem Verlust der Kundenkarte oder der Bearbeitung von Strafzetteln gilt eine gesonderte Gebührenliste, die separat von der Webseite heruntergeladen werden kann.

Gut zu wissen:
Fahrtpreis = Zeitpreis + Kilometerpreis

Gut zu wissen:
Grundpreis pro Monat = Anzahl der gewählten Pakete (ohne Basispaket) x 6,00 €

Gut zu wissen:
Die Anmeldegebühr / Startpreis wird nur einmal berechnet.

Gut zu wissen:
Besondere Sachverhalte werden nach der Gebührenliste berechnet.

Gut zu wissen:
Die Preisliste gilt für alle Fahrzeugnutzungen in Deutschland.

	Basispaket ohne Ergänzung	Ergänzungen zum Basispaket mit		
		V.I.P.	Night Rider	Bonusjäger
Einmalig	29,00 €	+ 0,00 €	+ 0,00 €	+ 0,00 €
Kosten je Laufzeit	0,00 €	+6,00 €	+6,00 €	+6,00 €
Laufzeit	-/-	1 Monat	1 Monat	1 Monat

Basispaket	Eignet sich für wenige / kurze Fahrten. Bei längeren Fahrten sollte eine Langfahrerergänzung (V.I.P.) gewählt werden.
Langfahrtergänzung V.I.P.	Dringende Ergänzungsempfehlung für lange Fahrten (über 10h). Das Basispaket kann hier schnell hohe Kosten verursachen. Bei weiten Fahrten sollte der Bonus-Jäger geprüft werden.
Nachtfahrtergänzung Night Rider	Diese Ergänzung eignet sich bei häufigen Fahrten zwischen 22h am Abend und 8h am Morgen.
Weit- / Vielfahrer Bonus Jäger	Eine gute Ergänzung für alle Fahrgewohnheiten – egal ob häufig und kurz oder sehr lang und weit. Mit dieser Option werden alle Kosten um 10% reduziert und die Kilometer bis zu 15%

Die orange Markierung verdeutlicht die günstigeren Preise eines Paketes ggü. dem Basispaket.

Basispaket und V.I.P. für Langfahrten

Zeitpreis	Basispaket (0,00 €/Monat)					Basispaket mit V.I.P (6,00€/Monat)				
Preisklasse→	Entdeck	Mini	Klein	Mittel	Groß	Entdecke	Mini	Klein	Mittel	Groß
19h –16h	0,99	1,99	2,99	4,99	5,99	0,99	1,99	2,99	4,99	5,99
16h –19h, Sa. & So.	1,99	2,99	3,99	4,99	4,99					
Tag (24h max.)	./.	./.	./.	./.	./.	9,90	19,90	29,90	49,90	59,90
7 Tage (168h max.)	./.	./.	./.	./.	./.	49,50	99,50	149,50	249,50	299,50
Kilometerpreis										
pro km	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29

Night Rider für Nachfahrten

Zeitpreis	Basispaket mit Night Rider (6,00€/Monat)					Basispaket mit V.I.P & Night Rider (12,00€/Monat)				
Preisklasse→	Entdecke	Mini	Klein	Mittel	Groß	Entdecker	Mini	Klein	Mittel	Groß
Nachts (22-8h)	0,00	0,00	1,00	1,50	1,50	0,00	0,00	1,00	1,50	1,50
19h –16h	*wie Basispaket*					*wie Basispaket mit V.I.P. Ergänzung*				
16h –19h, Sa. & So.										
Tag (24h max.)										
7 Tage (168h max.)										
Kilometerpreis										
pro km	*wie Basispaket*					*wie Basispaket mit V.I.P. Ergänzung*				

Bonus Jäger für Weit- und Vielfahrten

Zeitpreis	Bonus Jäger (+6,00€/Monat)				
Preisklasse→	Entdecke	Mini	Klein	Mittel	Groß
Nachts (22-8h)	- 10% auf alle Zeitpreise (in jedem Tarif)				
19h –16h					
16h –19h, Sa. & So.					
Tag (24h max.)					
7 Tage (168h max.)					
Kilometerpreis					
pro km	- 10% auf alle Kilometerpreise -15% auf alle Kilometerpreise ab 500km pro Monat				

Bonus Jäger (+6,00€/Monat zur jeweiligen Tarifoption):
-10% auf alle Fahrtkosten (Zeit- und Kilometerpreis).
-15% auf die Kilometerkosten ab 500km pro Monat. Der Nachlass erfolgt als Guthabengutschrift im Folgemonat.

Free-Floater: Kostet immer 0,28€/Minute unabhängig von eigenen Ergänzungen (z.B. in Berlin für Multicity).

Abbildung 40: Tarifübersicht Scouter (Scouter (2015))

5.1. Forschungsmethodisches Vorgehen

Ziel der empirischen Erkenntnismethode ist es, einen tieferen Einblick in den Entscheidungsvorgang zur Anmeldung beim Carsharing zu erhalten. Um eine repräsentative Ergebnisauswertung zu ermöglichen, bedarf es einer möglichst hohen Fallzahl, eines breiten Antwortspektrums mit freien Antworten und der Vermeidung von induzierten Antworttendenzen.

Zu diesem Zweck eignet sich ein quantitativer Forschungszugang, da nur so die hohe Fallzahl erreicht werden kann. Realisiert wurde dies per Online-Fragebogen. Der Online-Fragebogen ist aufgrund der Online-Affinität der Teilnehmer geeignet. Die Stichprobe der Teilnehmer ist mit dem elektronischen Medium vertraut. Sie haben diesen Zugang für ihre Anmeldung zum Carsharing genutzt. Die Nutzung, d. h. die Reservierung von Fahrzeugen erfolgt zu über 90% über dieses Medium.[21] Die restlichen 10% werden über das Telefon gebucht. Daher entspricht das Befragungsmedium dem Medium der alltäglichen Nutzung.

Damit die Ergebnisse nicht durch eine bestimmte Nutzergruppe innerhalb des Carsharings verfälscht werden, wurden in der Stichprobe zwei Tarifgruppen berücksichtigt. Die erste Gruppe ist an Vielnutzern orientiert, die sich über mindestens ein Jahr an das Angebot des Carsharings gebunden haben (Flinkster-Lokaltarif). Die zweite Gruppe ist unverbindlicher bzw. noch in der Erprobungsphase (Scouter). Diese Nutzer_innen haben sich mit der Anmeldung zu keiner Nutzung oder Bindung verpflichtet.

Durch die Nutzung eines standardisierten Fragebogens sind sowohl die Fragen als auch die Anweisungen für alle Teilnehmer gleich. Bei zentralen Fragen wurde zudem die Möglichkeit freier Eingaben ermöglicht. Das Fragebogen-Design wurde angebotsneutral und für alle Teilnehmer gleich gewählt. Die Ergebnisse wurden elektronisch durch die gewählte Befragungssoftware gespeichert und dokumentiert.

Die Fragen wurden neutral formuliert um Tendenzen oder ein Antwortverhalten der „sozialen Erwünschtheit“ zu vermeiden. Das Antwortverhalten bestätigt dies und zeigt

[21] Auswertung der Buchungsverhalten vom 1.7.2015 durch die Sharegroup GmbH (Anbieter der Tarife Flinkster-Lokal und Scouter)

keine Tendenz zu sozial erwünschten Antworten (z. B. ökologisches Ideal, schlechtes Gewissen), sondern im Gegenteil, eine pragmatische Orientierung.

Die Befragung wurde als Online-Fragebogen mit dem Tool „SoSci oFb – der online-Fragebogen“ auf www.socisurvey.de erstellt und durchgeführt. Die Befragung wurde vom 9.7.2015 bis 26.7.2015 geschaltet. Die erste Einladung an die Teilnehmer erfolgte per InxMail Software (http://www.inxmail.de/) am 9.7.2015. Eine Erinnerung an die noch nicht aktiven Teilnehmer_innen wurde am 22.7.2015 versendet. Jeder Teilnehmer hatte die Möglichkeit sich für die Beantwortung der Fragen 5€ Fahrtguthaben gutschreiben zu lassen.

Insgesamt betrachtete der Fragebogen (vgl. Anhang 8.1) folgende Aspekte:

- Entscheidungssystem
    - Besitz von Verkehrsangeboten vor der Anmeldung
    - Nutzung von Verkehrsangeboten vor der Anmeldung
    - Alter
    - Wohnstruktur
    - Wohnlage
    - Einkommen
    - Bildung
    - Beruf
- Anforderung
    - Aktivitäten
    - Häufigkeit der Wege
    - Distanzen der Wege
- Individualistische Komponente
    - eigene Einstellung zu Verkehrsangeboten
    - Verfügbarkeit von Verkehrsangeboten
- Normative Komponente
    - Einstellung relevanter Einflussgruppen zu Verkehrsangeboten
- Kontrollkomponente
    - Verzögerungsdauer bei Umsetzungsproblemen und Gründe / Prozesskontrolle bei erfolgreicher Anmeldung
- Entscheidungsmotivation zur Anmeldung

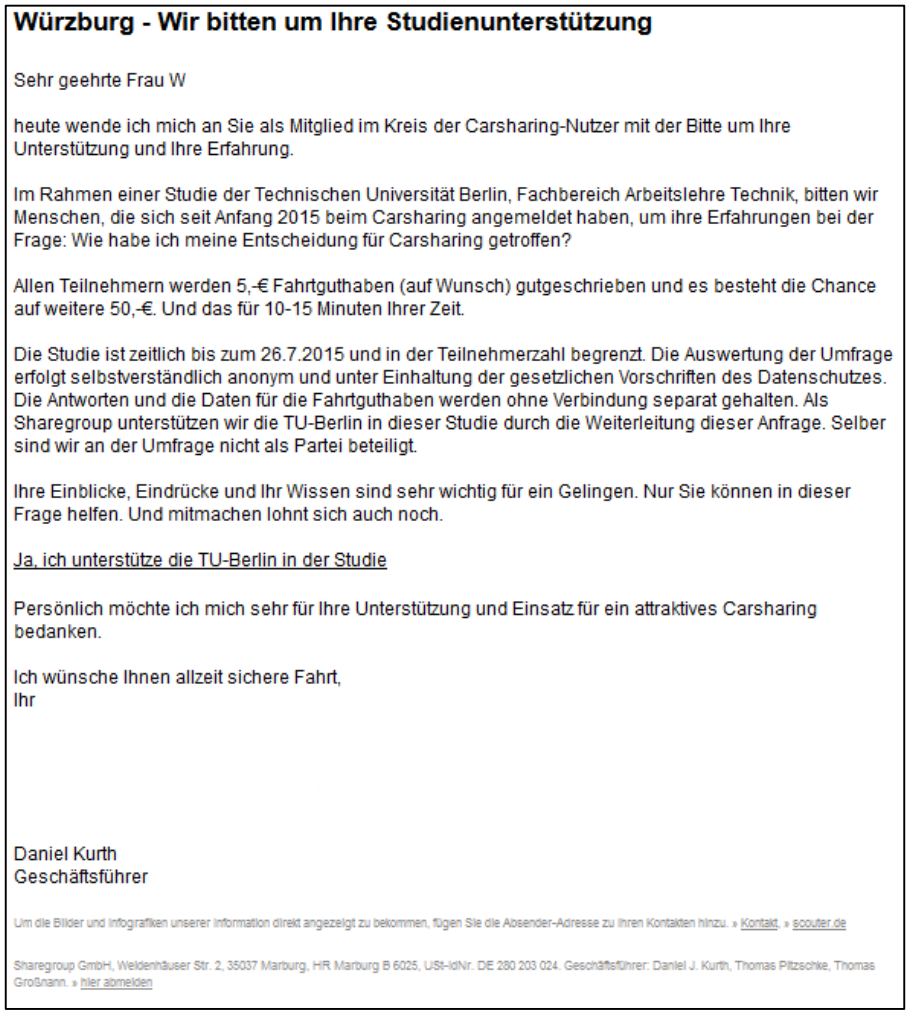
- Entscheidungsmodus
    - Notwendigkeit / Wahl des Zeitpunktes zur Anmeldung
    - Zeitpunkt des Erstkontaktes mit Carsharing
    - Zeitpunkt der Anmeldung
    - Dauer der Informationswahrnehmung
    - Dauer zwischen Information und Anmeldung
    - Abschätzung der mentalen Befassung
        - Komplexitätsempfinden der Teilnehmer und Begründung
        - für die Anmeldung zum Carsharing
            - Anzahl
            - Priorität
            - Art
        - je für die Nutzung eines Verkehrsangebots nach Art der Aktivitäten
            - Anzahl
            - Priorität
            - Art
            - bei Nutzung Carsharing als Ergänzung: Grund der jeweiligen Wahl
- Veränderung des Entscheidungssystems
    - Nutzung nach der Anmeldung

5.2. Datensatz, Teilnehmer und Repräsentativität

Neutrale Ansprache

Die Einladung zur Teilnahme wurde an 781 Personen versendet. Eingeladen wurden alle neu angemeldeten Endkunden der Tarife Flinkster-Lokal (482 Einladungen) und Scouter (296 Einladungen). D. h. es wurden alle Neuanmelder angeschrieben. Alle Teilnehmer haben einen deutschen Wohnsitz, sind Privatpersonen (keine dienstlichen Kundenkonten) im Besitz einer E-Mail-Adresse, haben eine positive Bonität, die einen Vertragsabschluss in dem entsprechenden Tarif ermöglichte und haben sich zwischen Januar und Juli 2015 zu den genannten Carsharing-Tarifen angemeldet. Alle Eingeladenen waren ungekündigt und in der Nutzung uneingeschränkt (keine Sperrungen).

Die Einladung wurde durch den Anbieter (Sharegroup GmbH) der beiden Tarife versendet. Die E-Mail beinhaltete die Identifikation des Anbieters und den Hinweis, dass es sich um eine wissenschaftliche Studie der TU Berlin handelt, die nicht durch den Anbieter beauftragt wurde. Das Anschreiben wurde als persönliche Aufforderung an die Teilnehmer_innen versendet. Dabei wurde explizit darauf verwiesen, dass der Versender nicht gleich dem Befrager ist. Der Versender war der Tarifanbieter und der Befrager die Studie der TU Berlin. Dies wurde betont, damit nicht das Risiko eines tendenziellen Antwortverhaltens unterstützt wurde. Gleichzeitig wurde die Belohnung in Form von 5€ für die Teilnahme freiwillig und unabhängig von bestimmten Antworten gewährt. Insbesondere wurde die Trennung der Daten der Befragung und der Gutschriften betont. Eine gleichlautende Erklärung wurde auf der ersten Seite der Befragung wiederholt. In Kombination mit den möglichen Antworten je Frage, die eine breite Vielfalt von gleichwertigen Motiven und Beweggründen umfasst sowie i. d. R. eine freie und eine nicht-Antwort, wurden mehrere Schritte in der Studie berücksichtigt um keine Erwartungshaltung zu etablieren oder zu kommunizieren. Abbildung 41 zeigt das Begleitschreiben der Studie.



Würzburg - Wir bitten um Ihre Studienunterstützung

Sehr geehrte Frau W

heute wende ich mich an Sie als Mitglied im Kreis der Carsharing-Nutzer mit der Bitte um Ihre Unterstützung und Ihre Erfahrung.

Im Rahmen einer Studie der Technischen Universität Berlin, Fachbereich Arbeitslehre Technik, bitten wir Menschen, die sich seit Anfang 2015 beim Carsharing angemeldet haben, um ihre Erfahrungen bei der Frage: Wie habe ich meine Entscheidung für Carsharing getroffen?

Allen Teilnehmern werden 5,-€ Fahrtguthaben (auf Wunsch) gutgeschrieben und es besteht die Chance auf weitere 50,-€. Und das für 10-15 Minuten Ihrer Zeit.

Die Studie ist zeitlich bis zum 26.7.2015 und in der Teilnehmerzahl begrenzt. Die Auswertung der Umfrage erfolgt selbstverständlich anonym und unter Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften des Datenschutzes. Die Antworten und die Daten für die Fahrtguthaben werden ohne Verbindung separat gehalten. Als Sharegroup unterstützen wir die TU-Berlin in dieser Studie durch die Weiterleitung dieser Anfrage. Selber sind wir an der Umfrage nicht als Partei beteiligt.

Ihre Einblicke, Eindrücke und Ihr Wissen sind sehr wichtig für ein Gelingen. Nur Sie können in dieser Frage helfen. Und mitmachen lohnt sich auch noch.

Ja, ich unterstütze die TU-Berlin in der Studie

Persönlich möchte ich mich sehr für Ihre Unterstützung und Einsatz für ein attraktives Carsharing bedanken.

Ich wünsche Ihnen allzeit sichere Fahrt,
Ihr

Daniel Kurth
Geschäftsführer

Um die Bilder und Infografiken unserer Information direkt angezeigt zu bekommen, fügen Sie die Absender-Adresse zu Ihren Kontakten hinzu. » Kontakt, » scouter.de

Sharegroup GmbH, Weidenhäuser Str. 2, 35037 Marburg, HR Marburg B 6025, USt-IdNr. DE 280 203 024. Geschäftsführer: Daniel J. Kurth, Thomas Pitzschke, Thomas Großmann. » hier abmelden

Abbildung 41: Anschreiben zur Befragung

Von den 781 E-Mails wurden im ersten Durchlauf 495 Mailöffnungen mit 238 Klicks auf den Fragebogen-Link registriert (Flinkster-Lokal: Öffnungen 296, Fragebogen-Klicks 136 und Scouter: Öffnungen 199, Fragebogen-Klicks: 102). Die Erinnerung wurde nach Abgleich der ausgefüllten Fragebögen (reduziert um die Kundennummern, die sich im Rahmen der Teilnahme an der Fahrtguthaben-Gutschrift identifiziert hatten) an 622 Personen versendet, mit einer Öffnung von 254 und 69 Klicks. Die Öffnungsquoten von 61% bei Flinkster-Lokal, 67% bei Scouter und 40,9% in der Erinnerung kann als hoch angesehen werden, da es sich bei den Eingeladenen um Neukunden_innen handelt, die sich bisher nicht freiwillig für Befragungen gemeldet hatten. Der Rücklauf umfasste 216 vollständig ausgefüllte Fragbögen, was einer absoluten Quote der Teilnehmer zu Empfängern des Fragebogens von 27,66 % entspricht.

Teilnehmerstruktur vs. Grundgesamtheit

Von den 216 Teilnehmern an der Befragung meldeten sich rund 61% innerhalb der letzten drei Monate vor der Befragung an. Das Wissen über die Anmeldung und die verbundene Entscheidung ist hier noch besonders präsent (vgl. Abbildung 42).

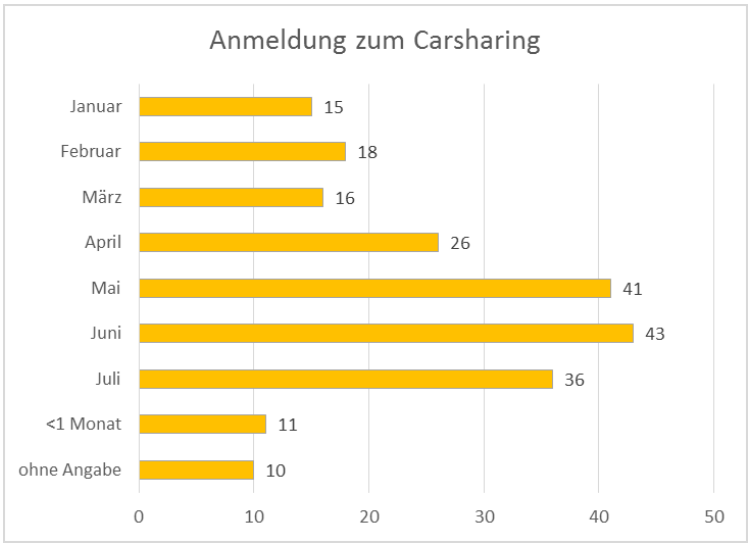


Abbildung 42: Anmeldemonat zum Carsharing in 2015 (Teilnehmer, eigene Darstellung)

Rund 65% waren männliche Teilnehmer, überwiegend (rd. 41%) im Alter zwischen 25-34 Jahren. Weitere 27% der Männer liegen im Alter zwischen 35-49 Jahren. Der weit überwiegende Anteil aller Teilnehmer hat ein Hochschulstudium abgeschlossen (63%) oder hat ein Abitur (16%). Vorwiegend arbeiten die Teilnehmer in Angestelltenverhältnissen (59%), sind selbständig (11%) oder Studenten (15%).

Erwartungsgemäß sind die Teilnehmer[22] konzentriert um die Innenstadtlage (38%) und die angrenzende dicht besiedelte Stadtstruktur (51%). Teilnehmer aus weniger dicht besiedelten oder ländlichen Gegenden treten mit ca. 10% der Befragten in den Hintergrund. Dementsprechend dominiert deutlich das Wohnen zur Miete (84% gegenüber 16% Eigentum), mit 31% Einpersonenhaushalten und 54% Zwei- und Dreipersonenhaushalten, die überwiegend familiär geprägt sind (69%) und nur zu geringen Teilen aus Freunden und Bekannten (24%) bestehen. 14% der Befragten haben ein Nettoeinkommen <1.000€ pro Monat, wohingegen 44% >2.000€ (mit 13% >3.500 €) pro Monat zur Verfügung haben (vgl. Abbildung 43).

[22] Anhang 8.2 Teilnehmerdaten.

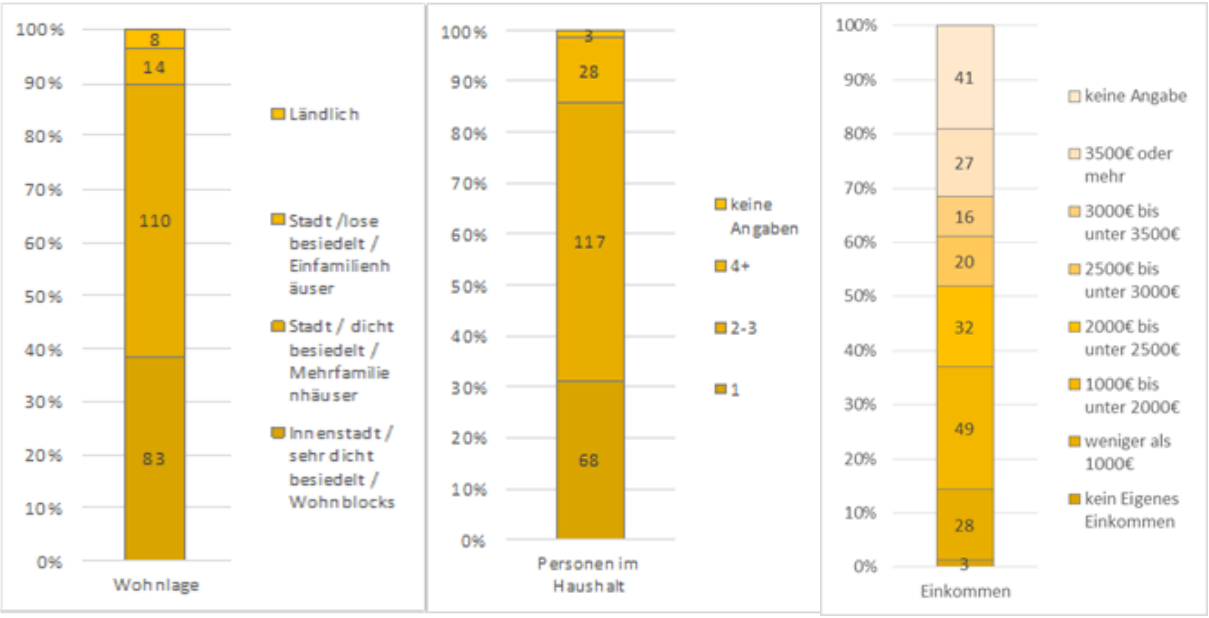


Abbildung 43: Wohnlage, Haushaltsgröße, Einkommen der Teilnehmer (eigene Darstellung)

Untersucht wurden Carsharing-Neuanmeldungen aus der ersten Jahreshälfte 2015 für zwei Angebote. Die Teilnehmer der Befragung stellen einen repräsentativen Anteil der eingeladenen Kunden dar. Sowohl bei beiden Tarifen (Scouter, Flinkster-Lokal) als auch den Teilnehmern ist der Geschlechteranteil bei rund 2/3 männlich (Abbildung 44).

Die Altersstruktur der Teilnehmer und der Eingeladenen sind nicht signifikant unterschiedlich. Die Teilnehmer sind im Vergleich zu den eingeladenen Kunden im Alter zwischen 22-24 und 25-29 ein wenig stärker vertreten als in den Bereichen zwischen 30-34 und 35-39 Jahren. Diese Abweichungen sind jedoch zu gering, als dass die Altersstruktur sich signifikant verschoben hätte (Abbildung 45).

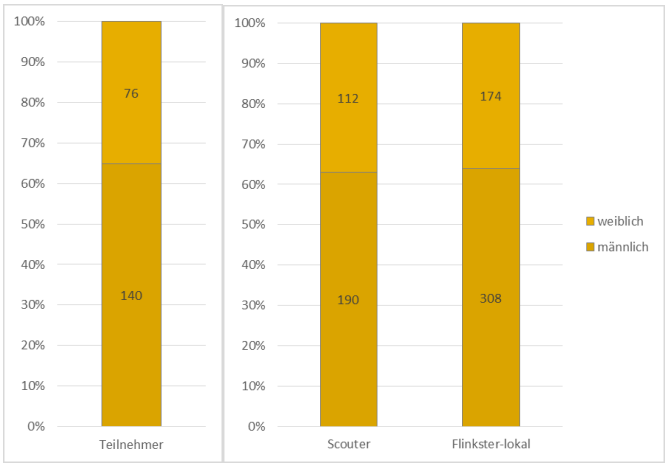


Abbildung 44: Vergleich des Geschlechts von Teilnehmern und Einladungen (eigene Darstellung)

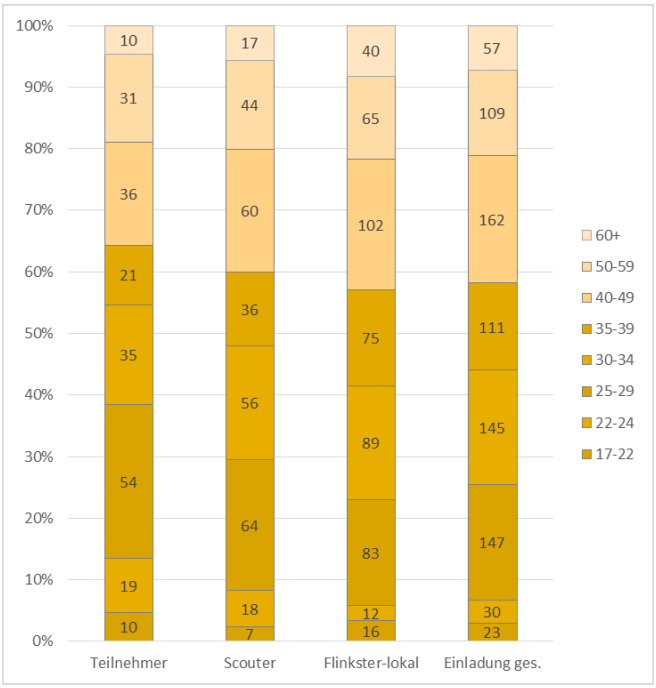


Abbildung 45: Vergleich der Altersstruktur von Teilnehmern und Einladungen (eigene Darstellung)

Im Ergebnis sind die Teilnehmer überwiegend hoch ausgebildete Angestellte mit einem weit überdurchschnittlichen Einkommen. Im Alter um die 30 wohnen sie in dichter städtischer Bebauung allein oder mit einer kleinen Familie zur Miete. Die neu angemeldeten Carsharer_innen sind also das junge Bildungsbürgertum bzw. die jungen Leistungsträger. Sie hätten im Schnitt die finanziellen Mittel ein eigenes Fahrzeug zu besitzen. Bemerkenswert ist der hohe Anteil (absolut 37,5%) an familiären Verbindungen (inkl. Partnerschaften), die den Anteil an Wohngemeinschaften mit Bekannten und Freunden (absolut 13%) aber auch an Einzelhaushalten (absolut 31%) überwiegen.

Einfluss der Online-Befragung

Alle Teilnehmer_innen und Befragten hatten jeweils Internetzugang und E-Mail-Adressen. Dies ist insofern keine Auswahl unter den Anmeldungen, da die Produktnutzung und die Anmeldung nur unter der Voraussetzung einer E-Mail-Adresse möglich sind. Somit ist die Befragung über E-Mail, die für die Nutzung verpflichtend ist, keine Einschränkung der Repräsentanz. Insgesamt hat die Online-Befragung keinen Einfluss auf die Teilnehmergesamtheit.

Zusammenfassung Repräsentativität

Fasst man die Aspekte zusammen, kann die Gruppe der Teilnehmer_innen an der Studie als repräsentativ für die Gruppe der Eingeladenen angenommen werden. Da die Gruppe der Befragten 100% der Anmeldungen des ersten Halbjahres 2015 umfasst, kann die Gruppe der Befragten als repräsentativ für die Nutzer des Angebots benannt werden. Insbesondere, da das Scouter-Angebot erst im November 2014 gestartet wurde und erst seit Anfang 2015 aktiv kommuniziert wird. Bei dem Flinkster-Lokal Tarif gilt eine vergleichbare Einschätzung. Die Eingeladenen umfassen die vollständigen Gruppen der Anmeldungen.

Die Produkte Scouter und Flinkster-Lokal bewegen sich im aktuellen Zeitgeist und der aktuellen Ausrichtung der Carsharing-Branche. Viele Anbieter entwickelten in den vergangenen Jahren Tarife, die ohne Grundgebühren und mit geringen Einstiegsbarrieren versehen sind. Gerade die großen Free-Float Anbieter Car2Go und DriveNow haben ausschließlich Tarifangebote, die nur auf die Nutzungsgebühren ausgerichtet sind. In Kombination mit dem Free-Float Angebot, welches innerhalb eines Bediengebietes die Fahrzeuge beliebig abstellbar macht, ist die geringe Bindung des Kunden ein Kernangebot. Somit ist das befragte Angebot von (insbesondere) Scouter ein Beispiel für die aktuelle Marktentwicklung. Dies bedeutet, dass die Teilnehmer der Studie eine Facette der Nutzer widerspiegelt, die sich von den Bestandskunden der Vergangenheit unterschieden. Auch heute gibt es noch die klassischen Nutzer, die sich aufgrund innerer Überzeugungen zum Carsharing anmelden. Dennoch ist das Verhältnis verändert, wie die Befragung zeigt. Somit kann die Befragung als Hinweis für die aktuelle Marktentwicklung gesehen werden, ohne zu vernachlässigen, dass der klassische Markt weiterbesteht. Das Wachstum des Marktes speist sich aber, so zeigt die Befragung, aus den neuen Nutzern.

Allerdings darf nicht ausgeblendet werden, dass es sich bei dem Carsharing-Produkt um ein Angebot handelt, für das es bereits die Verpflichtung gibt, älter als 18 Jahre zu sein, einen Führerschein und die Fahrtauglichkeit zu besitzen, den Wohnsitz in Deutschland zu haben, E-Mail und Mobiltelefon vorzuhalten und eine ausreichende Schufa-Bonität zu besitzen. Die Befragung ist daher repräsentativ für das Produkt. Das Produkt ist aber nicht allen zugänglich.

5.3. Individueller Kontext / bisherige Nutzung

Das verdichtete Stadtleben und Verkehrsangebot kann durch die Angabe der Wegehäufigkeit und Distanzen gut verdeutlicht werden. Die durchdachte Lebenswelt spiegelt sich in der Wegenotwendigkeit wieder. Die Teilnehmer wurden nach dem genutzten Verkehrsangebot für die Wege zu ihren Aktivitäten befragt. Es wurde das Hauptverkehrsangebot abgefragt und keine multimodalen Wegeketten, wie sie bei der Nutzung z. B. des ÖV in der Regel vorkommen. Abbildung 46 kombiniert die Ergebnisse dieser Fragen in einer Darstellung.

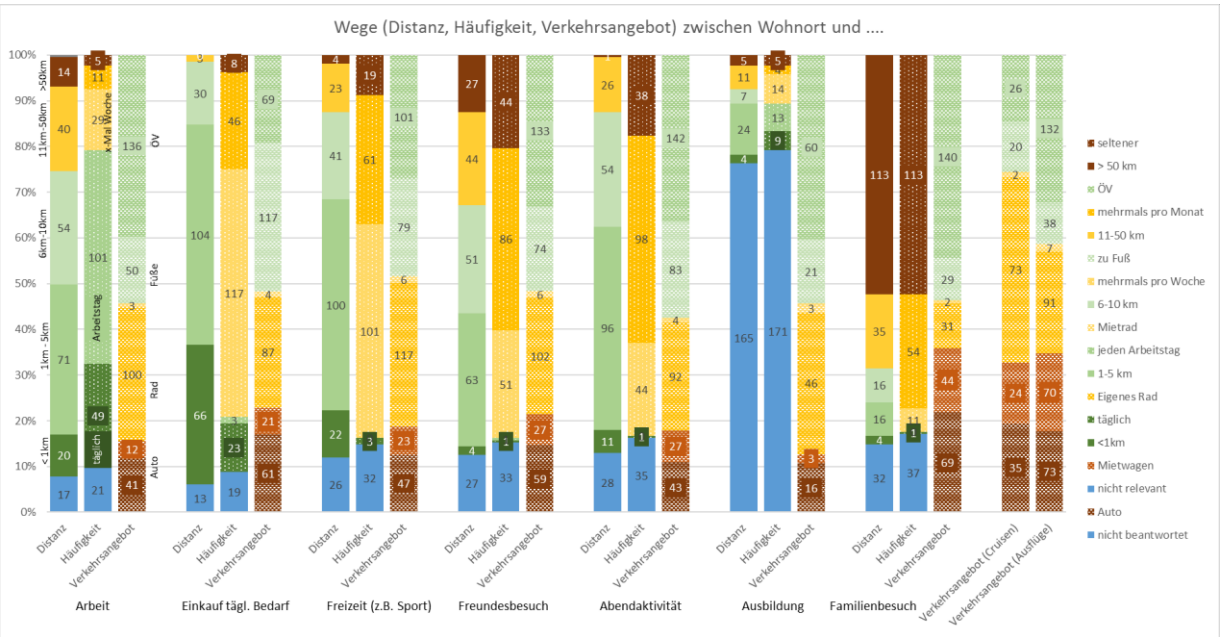


Abbildung 46: Wege zwischen Wohnort und Aktivitäten (eigene Darstellung)

Der Weg zur Arbeit ist häufig (69% entweder täglich oder jeden Wochenarbeitstag) und relativ kurz (67% unter 10km pro Weg). Noch kürzer sind aber die Wege zu den Einkäufen des täglichen Bedarfs (79% unter 5km), auch wenn diese nicht so häufig zurückgelegt werden (66% mehrmals die Woche).

Eine weitere Gruppe mit vergleichbarem Verhalten sind die Freizeit- (Sport) und Abendaktivitäten. Beide werden in der Nähe des Wohnumfelds durchgeführt (<10km). Der Weg zur Freizeitbeschäftigung, z. B. Sport, wird von 48% der Teilnehmer mehrmals die Woche zurückgelegt und liegt bei 75% in weniger als 10km Entfernung zum Wohnort.

Abendaktivitäten befinden sich zu 75% im Umkreis von 10km zum Wohnort. Die Teilnehmer nehmen diese aber nur zu 21% mehrmals die Woche wahr.
Freundesbesuche (25% mehrmals die Woche) sind vergleichbar selten wie Abendaktivitäten. Der Besuch bei Freunden impliziert häufiger weitere Fahrten über 11km vom Wohnort (33%) als dies bei Abendaktivitäten der Fall ist (13%).
Familienbesuche werden wenige Male im Monat oder seltener getätigt (77%), was mit der Distanz zusammenhängen kann, die bei 52% über 50km ist und bei weiteren 16% zwischen 11km und 50km.

Auffallend ist die hohe Bedeutung des öffentlichen Verkehrs im gesamten Mobilitätsmix. Mit Ausnahme von Einkauf (19%), Freizeit- (27%) und Freundesbesuchen sowie Ausflügen (je rund 33%) liegt der ÖV für alle Wege bei einem Anteil von rund 40% (Arbeit: 40%, Abend: 36%, Ausbildung: 40%, Familie: 44%). Der geringe Anteil bei Einkäufen ist auf den Transportbedarf zurückzuführen.

Vergleichbar stabil, aber geringer, ist die alltägliche Autonutzung. Die Nutzung des eigenen als auch die eines Mietwagens / Carsharings liegt bei rd. 15%-20% aller Wege (Arbeitsweg: 15%, Freizeitaktivität: 19%, Freundesbesuch: 21%, Abendaktivität: 18%, Ausbildung: 13%).
Erwartungsgemäß ist die Nutzung des Autos bei größeren Einkäufen (23%) wegen des Transportbedarfs, bei weniger alltäglichen und weiten Familienbesuchen (36%) wegen der Distanzen und des Gepäcks sowie bei Ausflügen und Cruisen (je rd. 34%) höher.
Rad- und Fußwege variieren zwar, zeigen aber ebenso wie die anderen Wege jeweils zwei Gruppen von Nutzungen. Das Fahrrad wird bei rund 30% für die häufigen Wege genutzt. So nutzen die Teilnehmer das Fahrrad für den Arbeitsweg (30%), die Freizeitaktivitäten (33%), den Freundesbesuch (27%), zum Einkaufen, die Abendaktivitäten und Ausflüge (je rund 25%) und die Ausbildung (33%).
Nur für den Familienbesuch (10%) wird auf das Fahrrad zugunsten des Autos verzichtet. Als eigene Aktivität kann das Fahrradfahren „zum Cruisen“ mit 42% verstanden werden.

Der Fußweg als „Hauptverkehrsangebot“ nimmt meist einen recht geringen Anteil der Wege ein. Bei rund 9% - 15% liegen Ausflüge, Familienbesuch (je 9%), Cruisen, Ausbildung und Arbeit (11%, 14%, 15%). Nur Freundesbesuche (18%) und Freizeit- bzw. Abendaktivitäten (je 21%) liegen leicht höher. Der Einkauf des alltäglichen Bedarfs liegt mit 33% deutlich über den anderen Aktivitäten. Dies ist zum einen durch die kurze Distanz zu erklären, zum anderen aber auch dadurch, dass die häufigen Einkäufe nur geringe Kaufmengen umfassen, sodass es wenige Dinge je Weg zu transportieren gibt. Es wird häufig nur das Notwendige gekauft, dafür öfter.

Insgesamt steht den meisten Teilnehmern eine Vielzahl von Angeboten zur Verfügung (vgl. Abbildung 47). Die Verfügbarkeit ist zum Teil deutlich höher als die Nutzung. Ganz vorne stehen das eigene Fahrrad mit 84% (81% Nutzung), der ÖV mit 93% (68% Nutzung) und die unterschiedlichen Automietvarianten.
Der klassische Mietwagen steht 74% der Teilnehmer zur Verfügung (31% Nutzung) sowie privates und free-floating Carsharing jeweils zu 35% (16% Nutzung).
Die sehr hohe Nutzung von stationärem Carsharing ist mit 69% vor der Anmeldung zu dem befragten Angebot wahrscheinlich als zu hoch einzuschätzen (80% Verfügbarkeit). Vermutlich haben die Teilnehmer hier schon die Anmeldung zu dem befragten Angebot mit eingerechnet.
Das eigene Auto ist mit 28% Verfügbarkeit (20% Nutzung) und 69% nicht-Verfügbarkeit als Verkehrsangebot sehr schwach vertreten.

Die Verfügbarkeit der anderen, nicht immer alltäglichen Angebote wie Taxi mit 60%, Miet-Fahrrad 51% und Flugmöglichkeiten 56% ist sehr gut, obwohl deren Nutzungen eher bei jeweils rund 15% der Teilnehmer liegt.

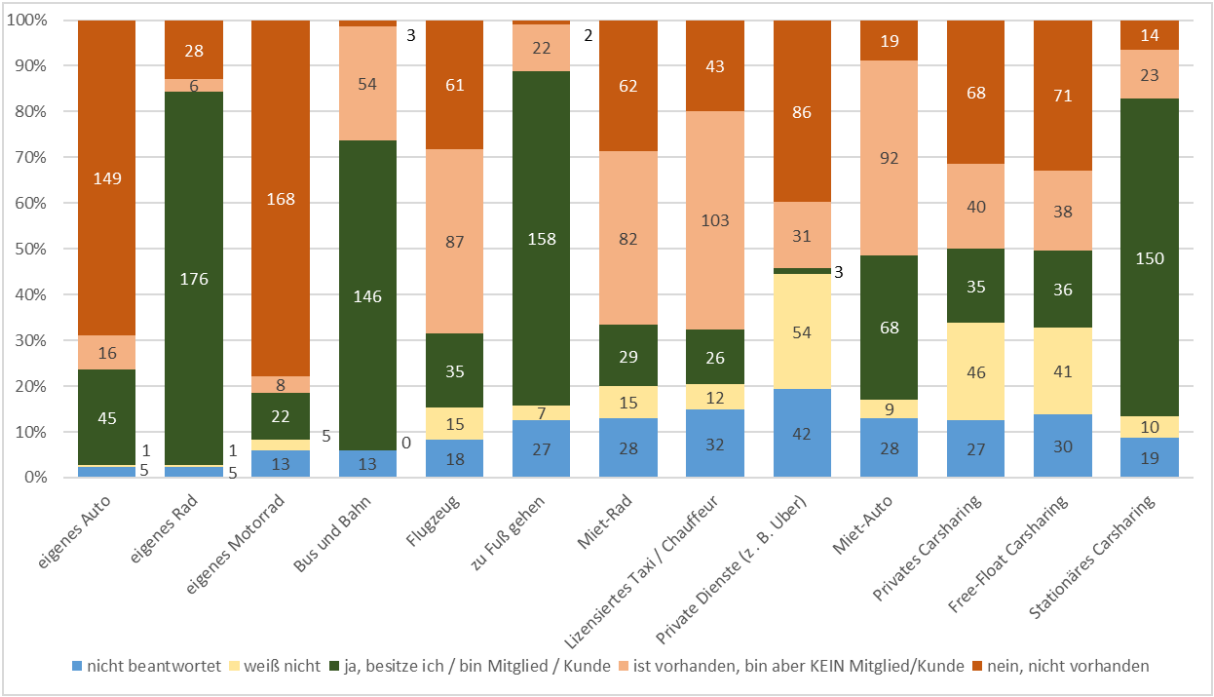


Abbildung 47: Verfügbarkeit und Nutzung von Angeboten vor der Anmeldung (eigene Darstellung)

Bewertet man den Kontext der Handlungsoptionen für den Entscheider, also die Verfügbarkeit von Verkehrsangeboten, wird deutlich, dass die Anmeldung zum Carsharing auf einer extrem guten Verfügbarkeit einer Rad-, ÖV-, Fußwege- und Ergänzungsinfrastruktur (u. a. Taxi) aufsetzt. In diesen Fällen kann man von einem vollständigen verkehrlichen Ökosystem sprechen. Dieses ist den Teilnehmern bekannt. Ein Großteil wird auch genutzt. Bei nur sehr wenigen Angeboten ist kein Wissen über die Verfügbarkeit angegeben. Es zeigt sich, dass der entscheidende Mensch also über die verschiedenen Verkehrsangebote informiert ist und alle Modi nutzt. Die Auto-Mobilität steht eigentlich jedem Teilnehmer in einer Form zur Verfügung. Das Carsharing in seinen unterschiedlichen Facetten ergänzt sich mit dem eigenen Autobesitz.

Im Ergebnis kann man von einem multimodalen Menschen ausgehen, der sein eigenes Fahrrad nutzt, zu Fuß geht, den ÖV nutzt und als Auto ein Carsharing nutzt. Sein Besitz von Verkehrsangeboten konzentriert sich auf das eigene Fahrrad und nicht auf das eigene Auto.

5.4. Komponenten der Handlungsorientierung

Ausgehend von der Theory of Planned Behavior sind die Normative Komponente, die Individualistische Komponente und die Kompetenz- und Kontrollkomponente für die Handlungsintention von Bedeutung. Um eine Handlungsintention zu bestimmen, braucht es eine konkrete Entscheidung und Handlung. Im Rahmen dieser Studie ist die Handlung bereits realisiert, die Anmeldung zur Carsharing-Nutzung. Zudem wurde bzw. wird Carsharing vielfach bereits eingesetzt. Die vorliegende Untersuchung kann daher nicht als Instrument einer Vorhersage genutzt werden. Vielmehr kann die Studie bestimmte Faktoren ermitteln, die bei allen Anmeldungen gemeinsam waren. Diese sind, wie die folgenden Abschnitte zeigen werden, eine multimodale Handlungsweise mit positiver oder neutraler Einstellung zu verschiedenen Verkehrsangeboten, keine Hinderung durch das Umfeld und eine ausführbare Kontrolle über die Handlung.

5.4.1. Individualistische Entscheidungskomponente

Die individualistische Komponente, also die eigene Einstellung, wurde allgemein, ohne konkrete Handlungsanforderung über die möglichen Verkehrsangebote, abgefragt. Das Ergebnis der Beantwortung ist also nicht geeignet für eine allgemeine Handlungsvorhersage. Die Frage nach der Einstellung zu den Verkehrsangeboten wurde mit der Frage verbunden, welche Angebote bereits genutzt werden bzw. vorhanden sind.

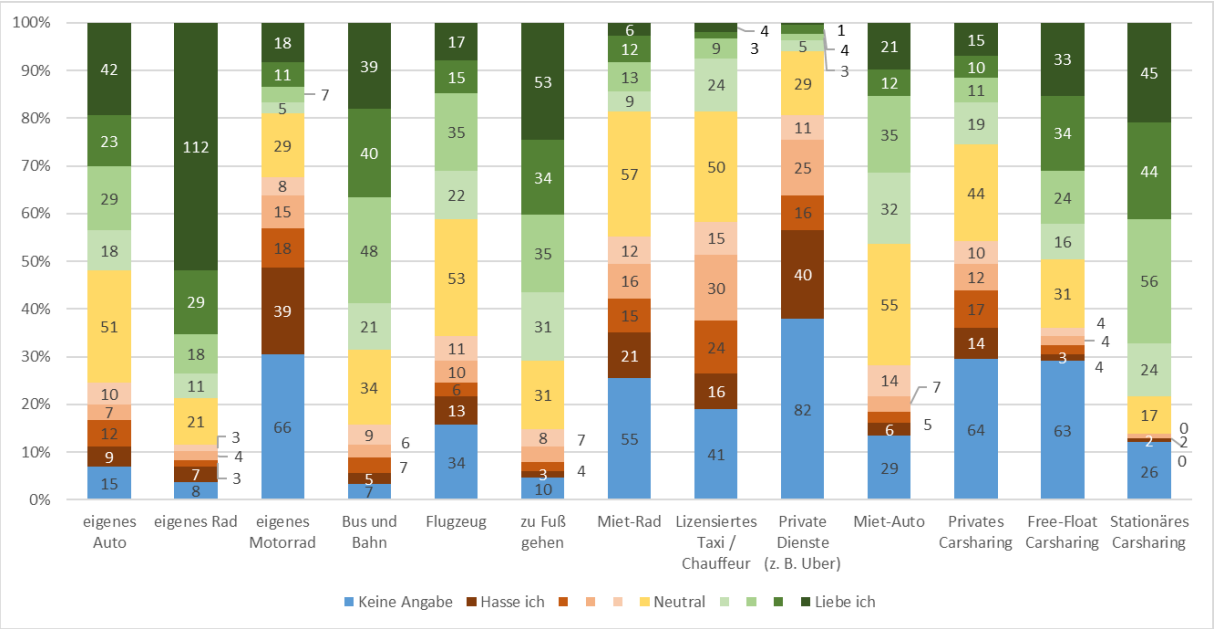


Abbildung 48: Einstellung der Teilnehmer zum Verkehrsangebot (eigene Darstellung)

Insgesamt zeigen die Teilnehmer über die eigene Einstellung befragt ein eher pragmatisches Bild ggü. den Verkehrsangeboten (vgl. Abbildung 48). Lediglich 18% sind einem eigenen Auto gegenüber mit einer negativen Tendenz eingestellt. 52% haben sogar eine tendenziell positive Einstellung zum eigenen Auto oder lieben es sogar (19%). So überrascht es nicht, dass das stationäre und das free-floating Carsharing fast ausschließlich positive Rückmeldungen erhalten (free-floating mit 7% negativ). Betrachtet man gleichzeitig die positive Einstellung zum eigenen Fahrrad (79%), dem ÖV (69%) und dem zu Fuß gehen (71%) wird deutlich, dass es sich um eine multimodale Teilnehmergruppe handelt. Selbst das Flugzeug wird mit 41% positiv und 25% neutral überraschend pragmatisch betrachtet.
Insgesamt schneiden nur wenige Verkehrsangebote schlecht ab. So z. B. die privaten Chauffeurdienste (z. B. Uber), die mit 43% negativer Einstellung wahrscheinlich ein Spiegel der negativen Berichterstattung sind. Aber auch hinsichtlich der lizensierten Chauffeurdienste / Taxi lässt sich eine negative Grundeinstellung (39%) erkennen. Lediglich das eigene Motorrad hat mit 37% eine vergleichbar negative Tendenz. Unter den Carsharing-Angeboten ist das private Carsharing mit 25% negativer und 30% fehlender Rückmeldung das Angebot mit der kritischsten Einstellung.

5.4.2. Normative Entscheidungskomponente

Eine Erfassung der relevanten sozialen Kontakte jedes Teilnehmers war durch die Nutzung eines Online-Fragebogens nicht möglich. Damit ist eine Messung der Einstellung von Freunden und Bekannten nicht möglich, sondern nur die gefühlte Wahrnehmung dieser Einstellung durch den Teilnehmer. Für die Entscheidung des Handelnden, ein Verkehrsangebot als relevante Handlungsoption aufzunehmen und dieses zu nutzen, ist der subjektiv wahrgenommene normative Druck relevant. Es ist relevant, wie der entscheidende Mensch den sozialen Druck empfindet und diesen berücksichtigt oder die Entscheidungen diesen reflektieren. Daher wurden die Teilnehmer_innen danach befragt, was sie meinen, wie ihr Umfeld die verschiedenen Verkehrsangebote bewertet.

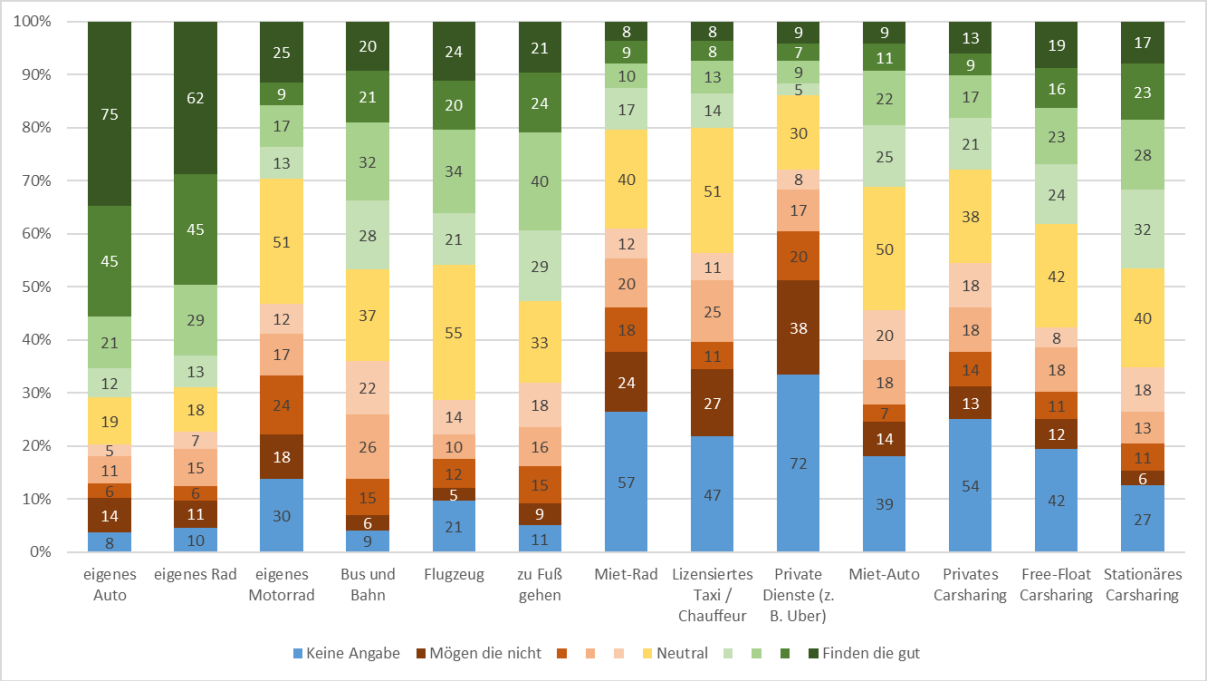


Abbildung 49: Wahrgenommene Einstellung relevanter Dritter zum Verkehrsangebot (eigene Darstellung)

Beim ersten Blick auf Abbildung 49 fällt auf, dass die Verteilung der Wahrnehmung der Einstellung Dritter zu den Verkehrsangeboten ziemlich ähnlich ausfällt wie die eigene Einstellung der Teilnehmer. Beide Einstellungen haben eine starke positive Tendenz mit 44% positiven Antworten für die eigene Einstellung und 39% positiven Antworten bei der wahrgenommenen Einstellung Dritter. Zudem fällt auf, dass die Anzahl der „keine Antwort“ deutlich geringer ist (427 vs. 500) als bei der eigenen Einschätzung. Die fehlenden Antworten stammen aus der Einschätzung vom Motorrad, Flugzeug und dem privaten Carsharing. Gleichzeitig gibt es mehr Antworten zum eigenen Auto und privaten Chauffeurdienst.
Da jeder Teilnehmer eine 9-stellige Skala als Einstellungseinschätzung pro Verkehrsangebot zur Auswahl hatte, kann eine Tendenz zur Mitte sichtbar ausgeschlossen werden.

Insbesondere die sehr deutliche Übereinstimmung bei fast allen Modi macht schon misstrauisch, ob bei der Beantwortung ein systematischer Fehler durch wiederholt gleiche Beantwortung vorliegt. Doch im Frage-Design wurde dies bereits im Vorfeld versucht auszuschließen. Die Frage nach der eigenen Einstellung (2.4) zeigte bei der Fragestellung auf der rechten Seite der 9-stelligen Skala die Einstellung „liebe ich“. Und die Frage nach der Einschätzung der Einstellung durch Dritte (4.1) zeigte auf der

rechten Seite „mögen die nicht“. Neben der Umbenennung der Antwortmöglichkeiten wurden die Fragen bewusst auf unterschiedlichen Seiten des Fragebogens und mit einigen Fragen Abstand gestellt.

Vergleicht man die positiven und negativen Einschätzungen der Einstellungen, so sieht man im Detail einige Unterschiede, die eine einfache Wiederholung der Antworten unwahrscheinlich erscheinen lassen.

Bei den positiven Ausschlägen ist das stationäre Carsharing in der eigenen Einstellung der Teilnehmer positiver bewertet als durch das wahrgenommene Umfeld (Abbildung 50).

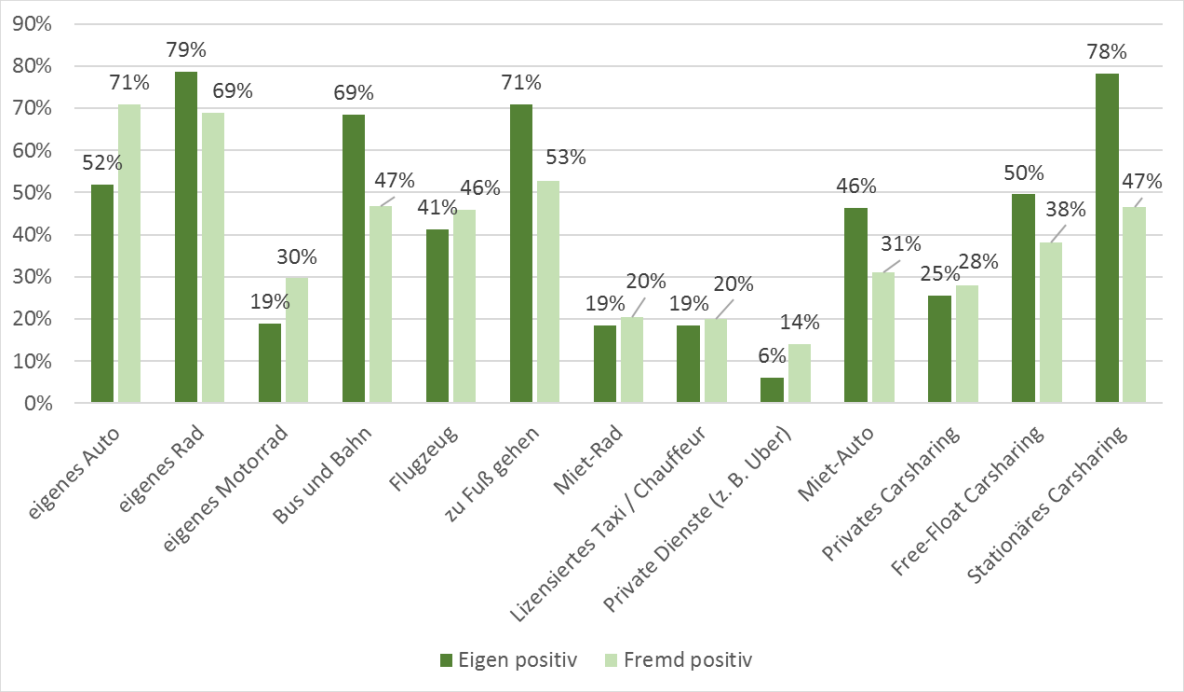


Abbildung 50: Korrelation der positiven eigenen und Dritten Einstellung (eigene Darstellung)

Bei den negativen Einstellungen ist der Unterschied noch an weiteren Modi erkennbar. Insbesondere das eigene Fahrrad, das zu Fuß gehen, Bus und Bahn und die Carsharing-Angebote zeigen, dass das Umfeld als kritischer gegenüber dem „neuen“ Angebot wahrgenommen wird, als dies für die Teilnehmer selber gilt (Abbildung 51).

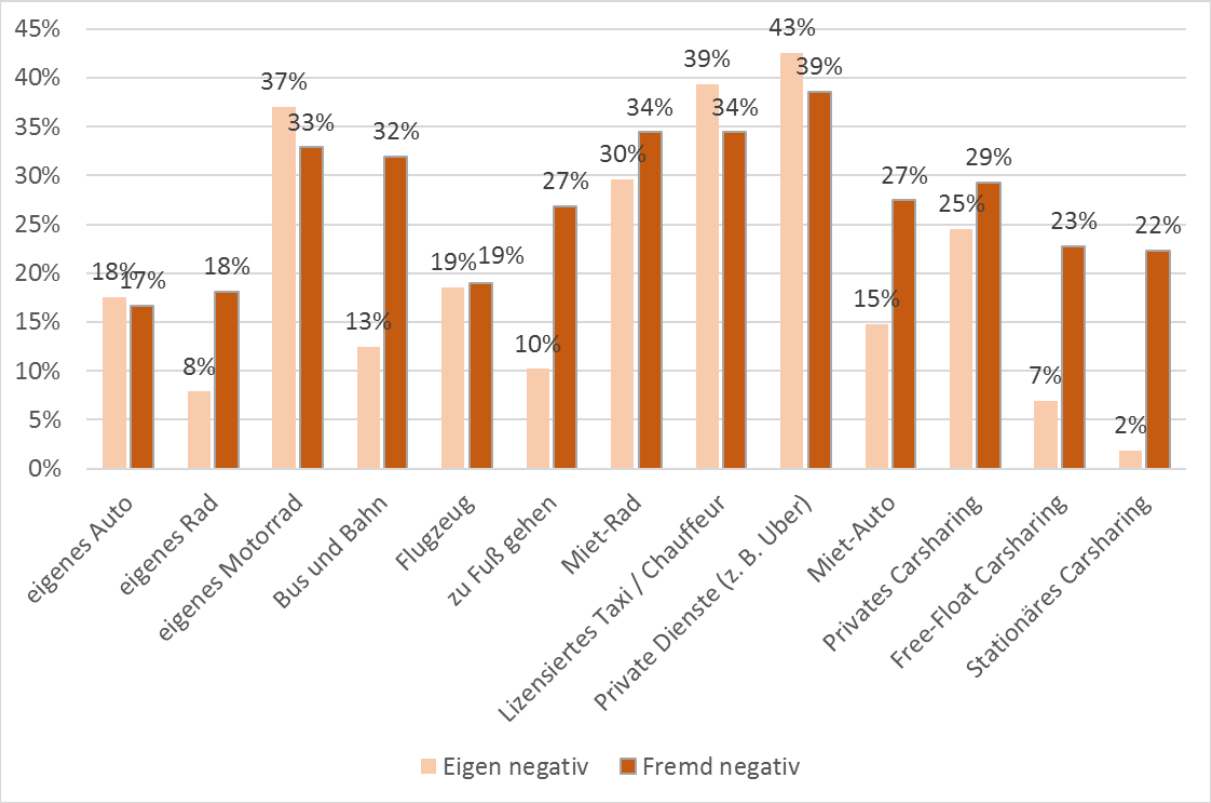
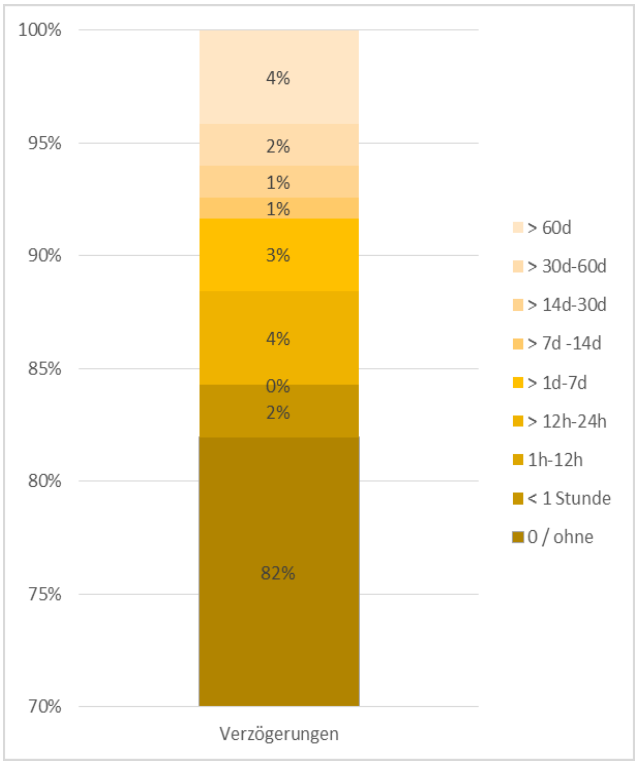


Abbildung 51: Korrelation der negativen eigenen und Dritten Einstellung (eigene Darstellung)

5.4.3. Kompetenz und Kontrolle über die Entscheidung

Die Kompetenz und die Kontrolle der Entscheidung kann ebenfalls nur im Nachhinein erfasst werden, nachdem die Anmeldung zum Carsharing-Angebot erfolgt ist. Negative Faktoren, die eine Anmeldung zeitweise verhindert haben, können erfasst werden. Nicht erfasst werden können die Elemente, die eine Anmeldung final verhindert haben, da die gescheiterten Anmeldungen nicht im Teilnehmerfeld vertreten waren.



Gründe für Verzögerung	Menge
Freischaltung / Karte	3
Voraussetzung erfüllen / Gehalt / Schufa	9
Prozessfehler / Technikfehler	9
Anbieter fehlte	10
Ohne Grund	8

Abbildung 52: Menge, Dauer und Art von Verzögerungen während der Anmeldung (eigene Darstellung)

Abbildung 52 zeigt, dass es bei 18% der Teilnehmer während der Anmeldung selbst oder im Vorfeld Probleme gab sich anzumelden.
Die Verzögerungen waren bei 2% innerhalb von 1h gelöst, bei weiteren 4% innerhalb von weniger als 24h. Bei rund 12% war die Verzögerung länger, wobei 8% mit über 7 Tagen Verzug schon als relevanter Kontrollverlust gesehen werden kann.
Bei insgesamt nur 39 Antworten war die häufigste Antwort das ursprüngliche Fehlen eines Anbieters vor Ort. Dies ist der Grund für alle langen Verzögerungen, die teilweise bis 2 Jahre umfassen. Die technischen Probleme hatten i. d. R. einen Verzug von <1h zur Folge. Die Gründe, die in der Person des Anmelders lagen, z. B. Bonität durch Schufa nicht gegeben, hatten Verzögerungen von bis zu drei Monaten zur Folge.

Insgesamt ist die Kompetenz und Kontrolle des entscheidenden Menschen nicht valide auswertbar. Zum einen ist die Antwortzahl zu gering, zum anderen können nur diejenigen Teilnehmer Auskunft geben, die diese Probleme überwunden haben.

5.5. Entscheidung: Carsharing-Anmeldung

5.5.1. Phasen und Zeiten der Information und Entscheidung

Die Antworten der Teilnehmer betreffend die Zeit und Dauer bestätigen ebenfalls einige getroffene Annahmen des theoretisch aufbereiteten Entscheidungsverlaufes. Abbildung 53 und Abbildung 54 verdeutlichen, dass 21% der Teilnehmer Carsharing seit mehr als 2 Jahren kennen, weitere 18% seit mehr als einem Jahr und 25% mindestens schon ein halbes Jahr.

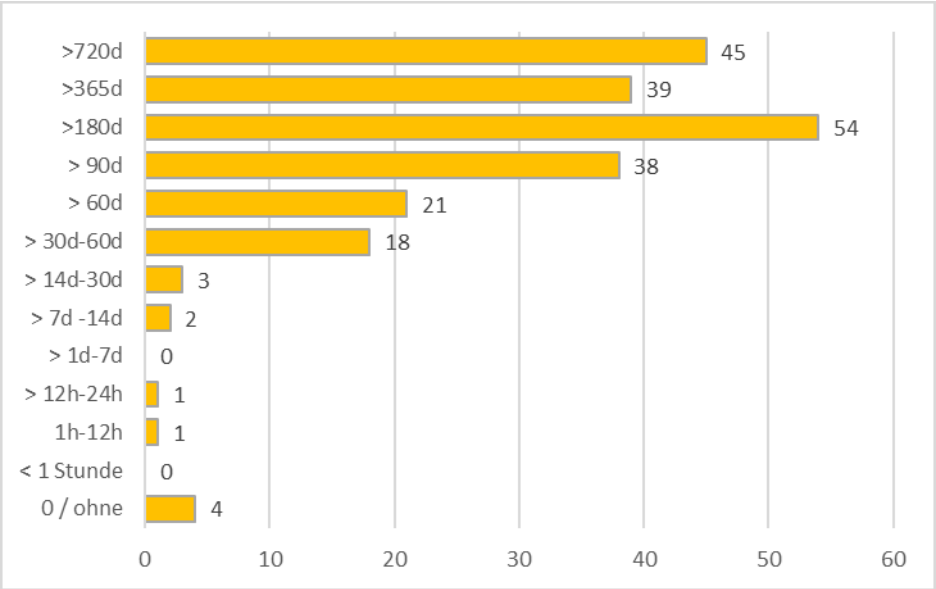


Abbildung 53: Erstmalig von Carsharing gehört (Zeit vor Befragung, eigene Darstellung)

Bei den Nutzern, die sich im Juni / Juli anmeldeten, verging zwischen der ersten Berührung mit dem Verkehrsangebot Carsharing und der Anmeldung mehr als ein Monat (91%). Bei weniger als 10% war dieser Zeitraum kürzer. Diese Zeitperiode ist nicht gleich der relevanten Zeit zur Information oder einer Auseinandersetzung mit Carsharing. Sie ist so zu verstehen, dass die Teilnehmer von Carsharing gehört haben, dies aber nicht als relevante Information wahrgenommen wurde. Erst mit einem konkreten Bedarf wurde die „alte“ Information über Carsharing relevant und führte zu einer Informationsphase, in der die Carsharing-Informationen als Lösung wahrgenommen wurden.

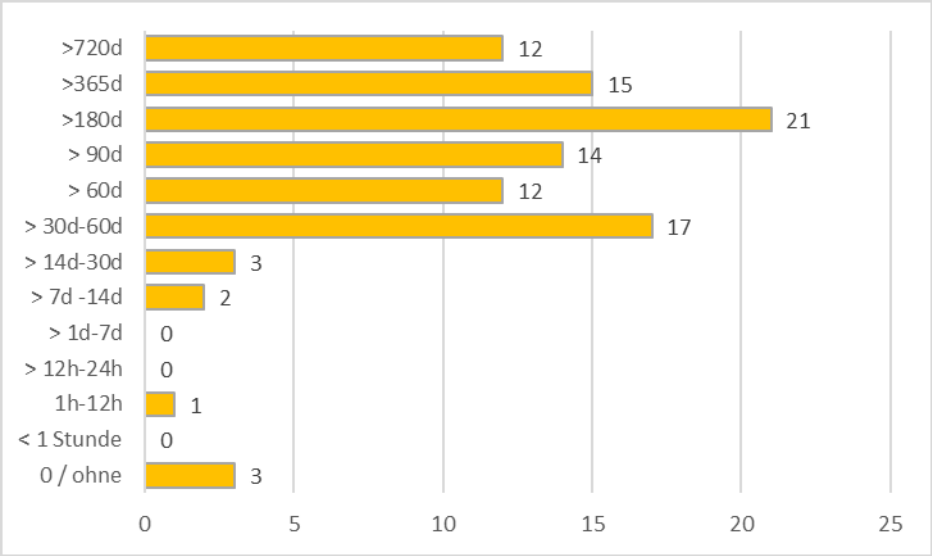


Abbildung 54: Erstmalig von Carsharing gehört; nur Juni und Juli Anmeldungen (Zeit vor Befragung, eigene Darstellung)

Zu unterscheiden von dem „Carsharing-Erstkontakt“ ist die „Carsharing-Informationsphase“, in der ein_e Entscheider_in von dem Wissen *von* einem Angebot in das Wissen *über* ein Angebot wechselt. In diesem Moment werden verfügbare Informationen als relevant wahrgenommen, nicht mehr ausgeblendet und stehen entscheidungsrelevant zur Verfügung.

Die Phase, in der Informationen wahrgenommen und verarbeitet werden, wird von den Teilnehmern als eher kurz angegeben. Offen bleibt, wie sich die Entscheider_innen innerhalb dieser Phase mit den Informationen auseinandersetzen. Bei kurzen Phasen, in denen die Informationen wahrgenommen werden und dann zeitnah eine Anmeldung erfolgt, kann von einer aktiven Informationssuche bzw. Auseinandersetzung ausgegangen werden. Bei einer eher langen Phase kann ein passives „zur Kenntnis nehmen“ vermutet werden, das auf Neugier anstelle von Interesse beruht.

Abbildung 55 zeigt, dass sich 38% der Teilnehmer in einem Zeitraum von weniger als 1h informiert haben bzw. die Informationen als solche wahrgenommen haben. Es kann durchaus sein, dass die Teilnehmer schon vorher Informationen erhalten hatten, diese aber zu diesem Zeitpunkt nicht relevant waren. Der Wahrnehmungsfilter war noch aktiv.
65% haben weniger als 24h Informationszeit angegeben. Von einer Carsharing-Informationsphase kann daher nur dann ausgegangen werden, wenn diese Informationen

von dem Teilnehmer selber gesucht werden bzw. die Teilnehmer diese Informationen wahrnehmen wollen.

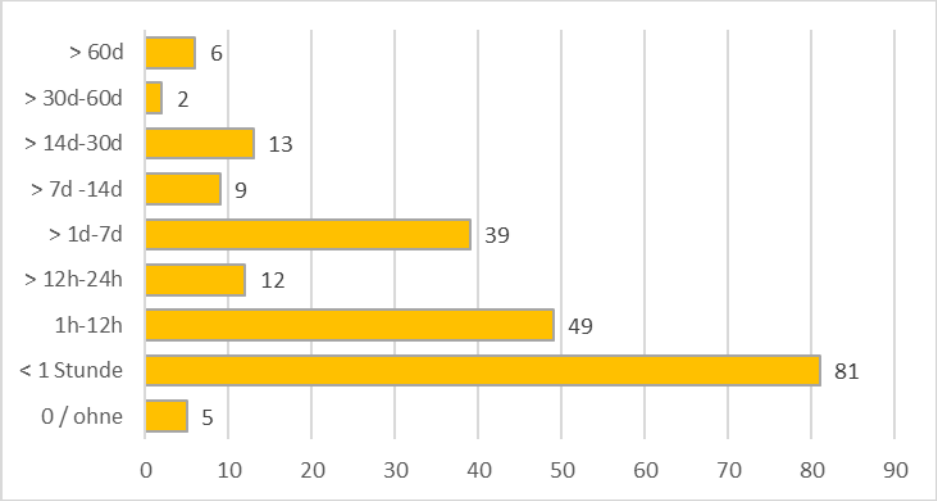


Abbildung 55: Carsharing erstmalig „als relevante Information“ wahrgenommen (eigene Darstellung)

Diese Zeitspannen deuten bereits darauf hin, dass es jeweils einen akuten Grund, ein individuelles Mobilitätsproblem gibt, und daher nach Lösungen aktiv gesucht wird. Diese Zeit ist nicht als intensive „Entscheidungszeit“ zu werten, sondern als die Zeit, die die Befragten als „Sammelzeit für Informationen“ nutzten um sich eine Meinung zu bilden. Auf Basis dieser Wahrnehmungszeit wird dann die Entscheidung getroffen. Der fehlende Handlungsdruck von 13% der Teilnehmer, die mehr als 7 Tage zur Informationssammlung angaben, deckt sich mit den rund 10%, die in der Frage nach der Motivation und dem Zeitpunkt der Anmeldung keine Handlungsnotwendigkeit angeben (vgl. Abbildung 64: Entscheidung zur Anmeldung - Motivation, Zeitpunkt, Modus).

Passend zu diesem Ergebnis geben die meisten Teilnehmer eine relativ kurze Zeit zwischen der Informationssammlung und der konkreten Anmeldung an (Abbildung 56). 72% der Anmeldungen erfolgten innerhalb einer Woche nach der Informationssammlung. Bei immerhin 20% erfolgte die Anmeldung unmittelbar nach der Information.

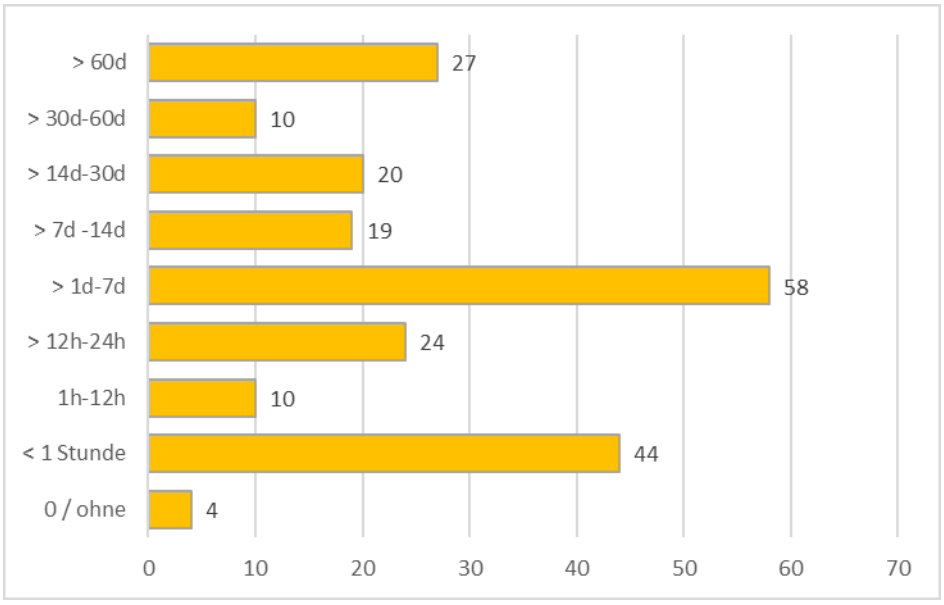


Abbildung 56: Dauer zwischen Informationswahrnehmung und Anmeldung (eigene Darstellung)

5.5.2. Schwierigkeit der Entscheidung

Die Entscheidung zur Anmeldung zum Carsharing empfanden 188 von 216 Teilnehmern als leicht. Lediglich 27 Teilnehmern fiel die Entscheidung subjektiv schwer (Abbildung 57).

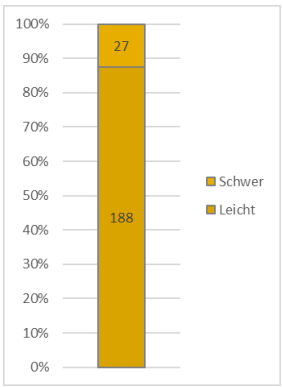


Abbildung 57: Empfundene Schwierigkeit der Anmeldeentscheidung (eigene Darstellung)

Befragt nach dem Grund für diese Einschätzung machten 198 Teilnehmer Gebrauch von der freien Eingabe, die für die Auswertung in Gruppen gleicher Aussage zusammengefasst wurden.

Insbesondere bei den schwierigen Entscheidungen (Abbildung 58) wird der Vergleich der Anbieter und der Angebote als komplexes Problem beschrieben (10 von 27 Antworten). Die Abhängigkeiten von eigenen Umstellungen, z. B. der Abschaffung des

Autos, wurden zudem adressiert. Die weiteren Probleme (Preis, Versicherung, Verfügbarkeit) wurden nur von je 2 oder 3 Teilnehmern benannt.

Da nur 12,5% der Antworten auf Schwierigkeiten bei der Anmeldung hinweisen ist die Aussagefähigkeit begrenzt. Die Teilnehmer, die befragt werden konnten, konnten die Schwierigkeiten ausräumen. Die Entscheider_innen, die eine Entscheidung aufgrund der Schwierigkeit nicht treffen konnten, konnten durch das Befragungs-Design und die Teilnehmergrundgesamtheit nicht erreicht werden. In der Folge darf die „Leichtigkeit“ der Entscheidungen nicht überinterpretiert werden.

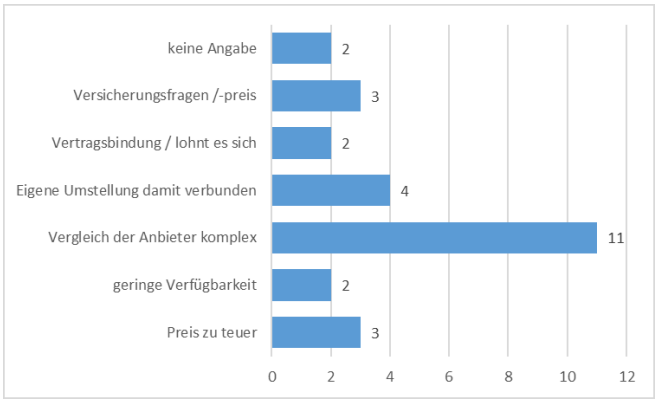


Abbildung 58: Gründe einer schweren Entscheidung (eigene Darstellung)

Die deutliche Mehrheit der Teilnehmer fand die Entscheidung zur Anmeldung leicht und begründete dies häufig (35%) mit Formulierungen wie „das passende Konzept“ oder „das Angebot sehr gut ist!“ (Datensatz 397) (Abbildung 59: Gründe für eine leichte Entscheidung). Auch der Vergleich der Anbieter wurde von 18% der Antworten als leicht wahrgenommen. Insbesondere mit dem Zusatz, es handle sich um den besten Preis unter den verglichenen Anbietern. Ergänzend hielten 8% das Angebot deshalb für leicht zu entscheiden, weil es sich um ein unverbindliches Angebot, also ohne Risiko von Nachwirkungen bei einem Fehlgriff handelt. In diesem Zusammenhang wurde die Freiheit von Grundgebühren und Vertragsbindungen genannt. Mit 18% lag der Grund einer leichten Entscheidung in dem Autoersatz bzw. der Abschaffung des eigenen Autos.

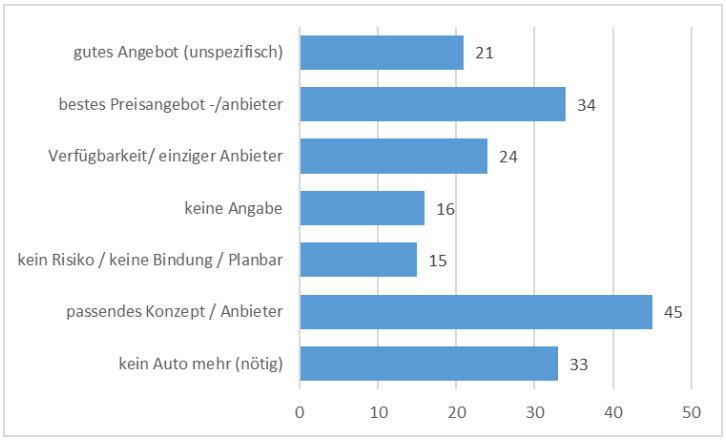


Abbildung 59: Gründe für eine leichte Entscheidung (eigene Darstellung)

5.5.3. Kriterien und Begründung der Nutzung

Die Analyse der Teilnehmerantworten (vgl. 8.4 Daten: Gründe und Begründung für die Anmeldung zum Carsharing) bestätigt einige theoretisch herausgearbeitete Eckpunkte betreffend die Entscheidung und Begründung. Dies sind die Annahmen, dass die Anforderungen an ein Verkehrsangebot je nach Aktivität unterschiedlich sind. Zudem, dass die Entscheidungsargumente nicht gleich der Begründung sind und dass die Nutzungsentscheidung (die dann gewohnheitsmäßig reproduziert wird) weniger umfangreich ist als die Anmeldeentscheidung (grundsätzlichere Einmalentscheidung).

Abbildung 60 zeigt, dass die Auswahl eines Verkehrsangebots für den Weg zu einer Aktivität unterschiedlich bestimmt wird. Dies betrifft sowohl die Anzahl der berücksichtigten Entscheidungskriterien als auch die Auswahl der Kriterien. Es wird erkennbar, dass die Auseinandersetzung mit der Auswahl der Verkehrsangebote im Prinzip vergleichbar, im Detail dann aber unterschiedlich komplex und wechselnd ist. Die Befragung lässt erkennen, dass je eindeutiger die Anforderungen an eine Aktivität sind, desto weniger Kriterien werden bei der Entscheidung berücksichtigt. Und je häufiger ein Weg getätigt wird, desto fokussierter sind die Kriterien auf dessen Anforderungen zugeschnitten.

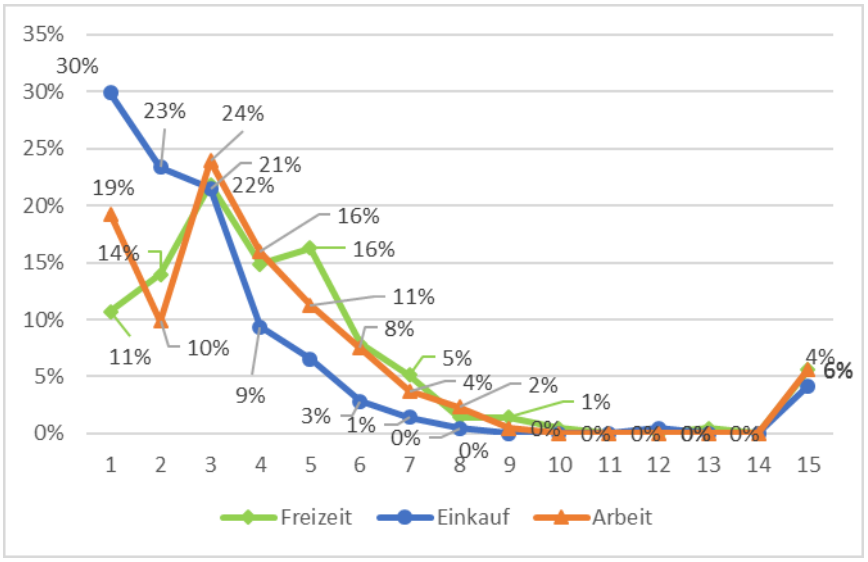


Abbildung 60: Anzahl der Kriterien nach Aktivitäten bei der Nutzung eines Verkehrsangebots (eigene Darstellung)

Für den Einkaufsweg werden im Schnitt 3,07 Kriterien berücksichtigt (Abbildung 60), wobei die ersten drei Kriterien 74% der Nennungen umfassen. Es dominieren bei Nennungen in den Top-Rängen die Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer) mit 44%, der Preis mit 37% und die Zeit pro Fahrt mit 36% (Abbildung 61). Durch den hohen Transportbedarf ist die Dominanz der Transportfähigkeit klar begründet und im Einklang mit der Verkehrsangebotsnutzung.

Für den Arbeitsweg werden im Schnitt 4,04 Kriterien herangezogen (Abbildung 60). Bestimmend sind hier die Zeit und der Preis pro Fahrt, die Ankunftspünktlichkeit und die Verlässlichkeit (mit je 65%, 56%, 53%, 23%). Durch die Häufigkeit der Wege ist der Fokus auf die Zeit und Verlässlichkeit klar begründet (Abbildung 61).

Für den Freizeitweg zeigt sich, dass diese Entscheidung von durchschnittlich 4,44 Kriterien bestimmt wird (Abbildung 60). Der Zweck der Freizeitwege ist weniger spezifisch als bei den anderen beiden Aktivitäten und wird daher von anderen Kriterien bestimmt. Dominierend sind der Preis (65%) und die Zeit (57%) pro Fahrt sowie die Flexibilität (48%), gefolgt von der Pünktlichkeit der Ankunft, 20%, Komfort, 23%, und der Verlässlichkeit 18% (Abbildung 61).

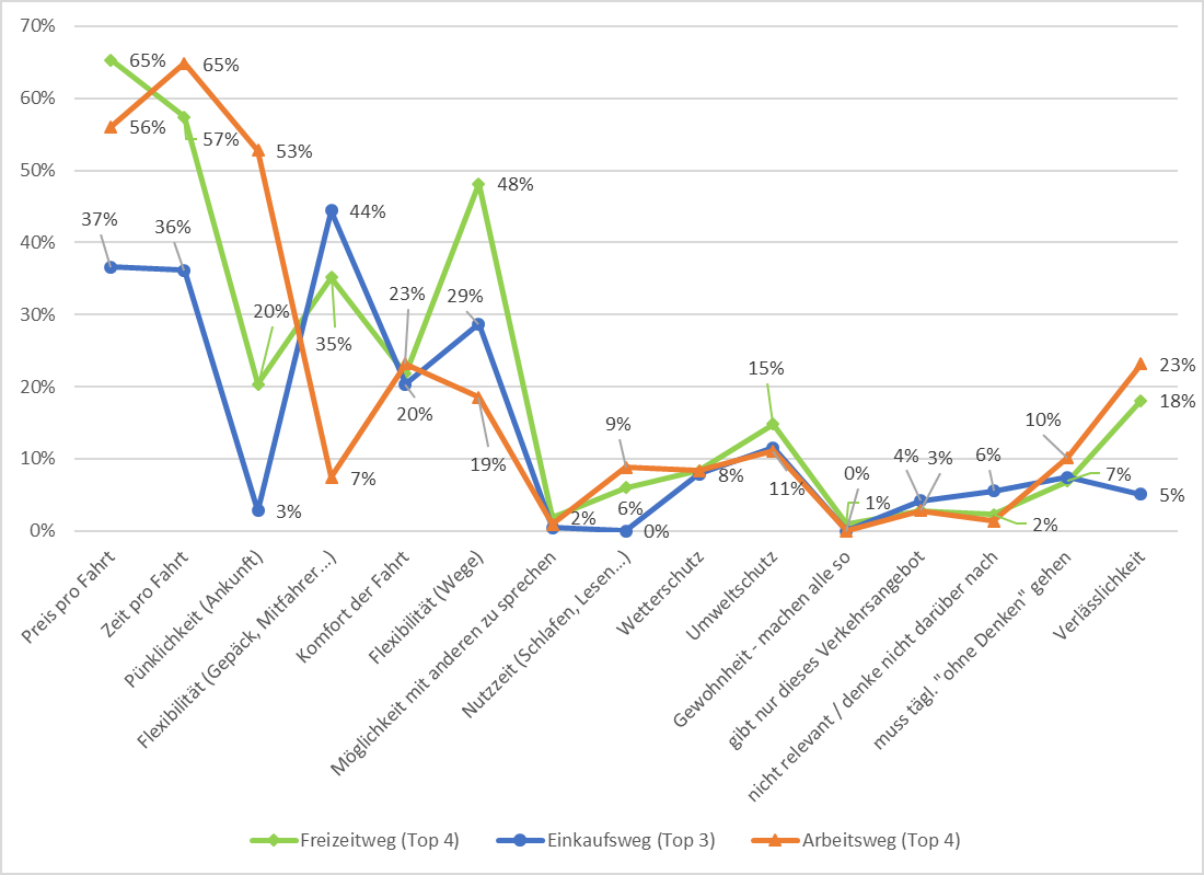


Abbildung 61: Top-Kriterien der Entscheidung für die Nutzung aus dem relevanten Optionsset (eigene Darstellung)

5.5.4. Kriterien und Begründung der Anmeldung

Die Anzahl der Kriterien, die zur Begründung der eigenen Anmeldungsentscheidung gegenüber Dritten (im Schnitt 3,79 Gründe) angegeben werden, weicht von denen der Entscheidung (im Schnitt 5,43 Gründe) deutlich ab (Abbildung 62).

Bei der *Entscheidung* geben 25% der Teilnehmer an, dass sie vier Kriterien wählen und nur 6% entscheiden anhand eines Kriteriums. Weitere 11% entscheiden anhand von zwei Kriterien sowie 14% anhand von drei Kriterien.

Dies steht im klaren Unterschied zu der *Begründung*. Hier nutzen 32% nur ein oder zwei Gründe, um Dritten die Anmeldung zum Carsharing zu erläutern. Weitere 20% nehmen drei Argumente.

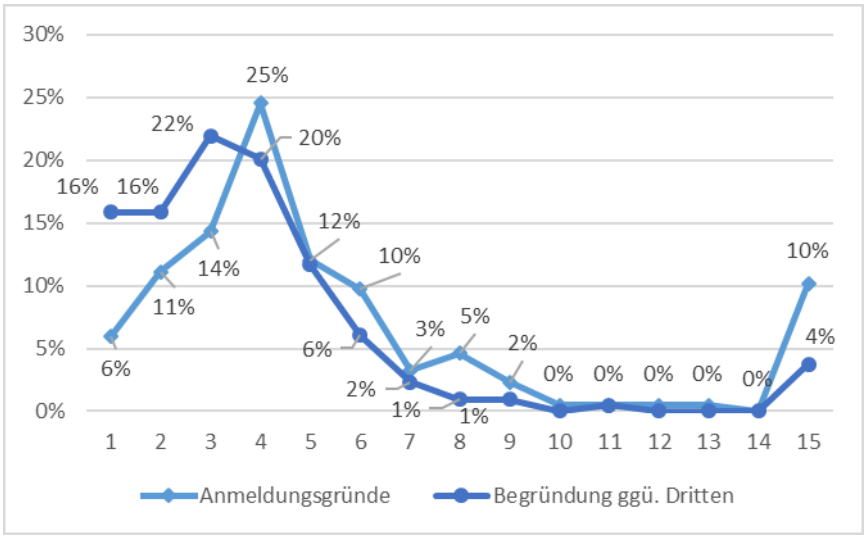


Abbildung 62: Anzahl der Kriterien für die Anmeldeentscheidung und die Begründung ggü. Dritten (eigene Darstellung)

Die Simplifizierung der Erklärung ist ein wichtiger, aber nicht der einzige Grund für den Handelnden. Zwischen den Top-Begründungsargumenten und Top-Entscheidungskriterien scheint es eine teilweise Übereinstimmung zu geben (Abbildung 63). Die Reduktion der Begründungsargumente führt zu einer Fokussierung der Argumentation. Die Befragten geben gegenüber Dritten vor allem den günstigen Preis pro Fahrt (67%) an. Die Flexibilität in der Transportmöglichkeit und der Wege (je 38%) ergänzen nur die Argumentation.

Wird die Begründung mit den Antworten zur Motivation (vgl. Abbildung 64 und Anhang 8.5) verglichen, fällt auf, dass rund 14% der Nutzer_innen die Abschaffung des eigenen Autos als Motiv angeben. Das Beibehalten von (Auto-) Gewohnheiten wird hingegen deutlich weniger als Entscheidungs- und Begründungsargument genannt (max. 8%). Diese Diskrepanz könnte damit zusammenhängen, dass die Selbstwahrnehmung des Teilnehmers, bei der Beantwortung als rationaler_e Entscheider_in zu erscheinen, die Selbstwahrnehmung als unbewusster Gewohnheitsentscheider überschattet.

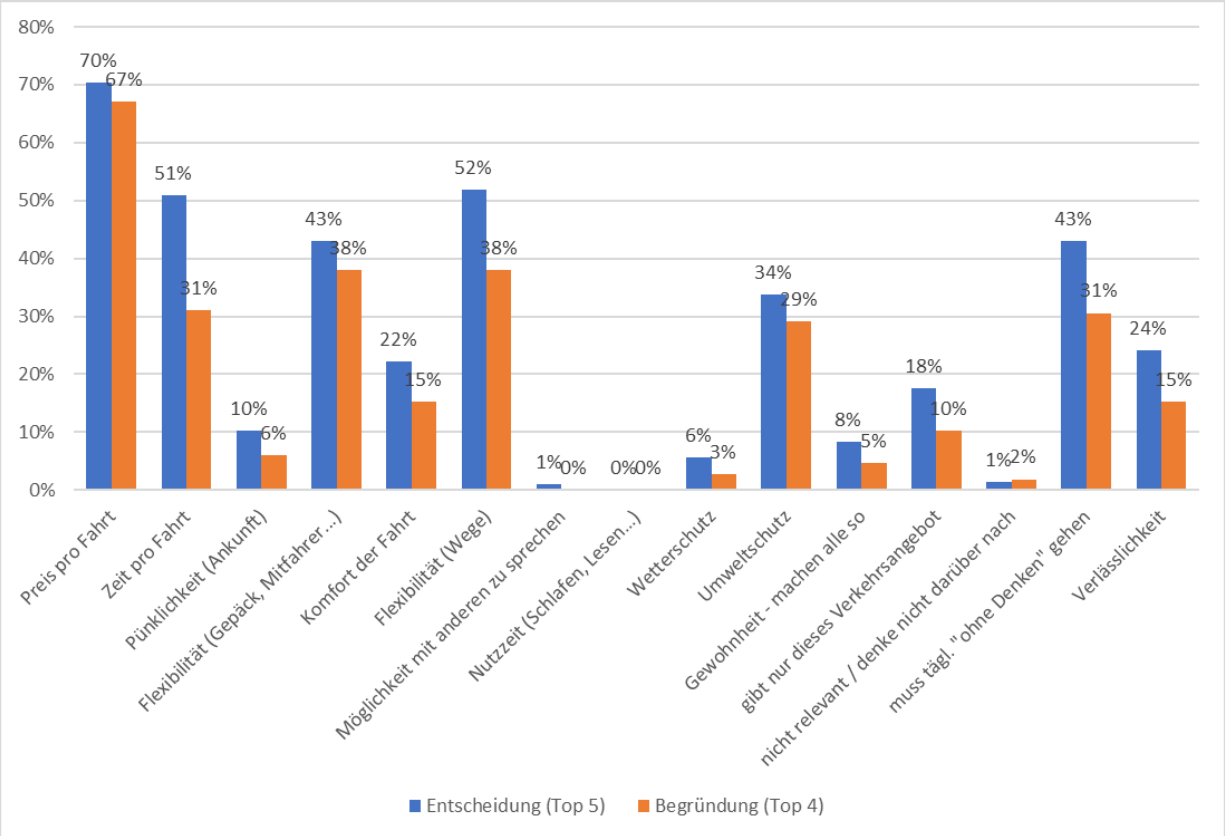


Abbildung 63: Nennung der Top-Kriterien für die Anmeldung ggü. Begründung (eigene Darstellung)

Die Antworten bestätigen zudem, dass wenige Argumente für die Anmeldung berücksichtigt werden. Relativ gesehen sind dies jedoch bedeutend mehr, als die Anzahl der Argumente, die bei der Nutzung berücksichtigt werden. Dies bestätigt, dass die Entscheidungen insgesamt eher wenige Aspekte berücksichtigen (können) und gleichzeitig, dass komplexere Entscheidungen mehr Aspekte berücksichtigen.

Die Anzahl der berücksichtigten Kriterien für die Entscheidung zur Anmeldung ist mit durchschnittlich 5,43 Kriterien (vgl. Abbildung 62) um rund 30% höher als die 3,83 Kriterien, die zur Auswahl eines Verkehrsangebots berücksichtigt werden (Abbildung 60).

Hieraus kann geschlossen werden, dass die grundsätzlichere Entscheidung zur Anmeldung (Erweiterung des relevanten Optionssets) durch den_die Entscheider_in tiefer, vielfältiger und umfangreicher abgewogen wird als die Entscheidung einer Verkehrsoption zur Nutzung.

5.5.5. Motiv, Zeitpunkt, Modus der Anmeldung

Die Teilnehmer wurden nach ihrer Motivation und dem Zeitpunkt der Anmeldung zum Carsharing-Angebot befragt. Ergänzt wurde dies um die Frage nach dem Umfang der kognitiven Auseinandersetzung vor der Entscheidung (Modus).
Je Frage konnten mehrere Antwortoptionen gewählt werden. Die gegebenen Antworten wurden bei der Auswertung einer Dringlichkeit der Handlung zugeordnet. Der Entscheidungsmodus wurde je nach Aufwand der Auseinandersetzung gruppiert. Die vollständigen Antworten und Zuordnungen können in Anhang 8.4 eingesehen werden. Die freien Antworten unter „sonstige Gründe“ sind dort ebenfalls vollständig aufgeführt.

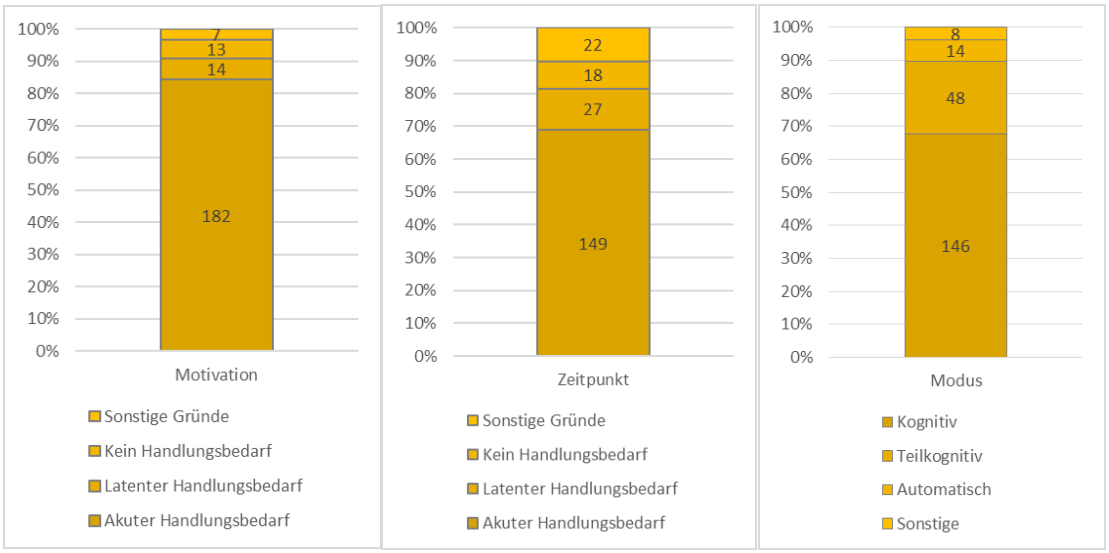


Abbildung 64: Entscheidung zur Anmeldung - Motivation, Zeitpunkt, Modus (eigene Darstellung)

Abbildung 64 fasst die Ergebnisse in einer Übersicht zusammen. Lediglich 3% der Befragten gaben als Grund für die Anmeldung zum Carsharing keinen konkreten Handlungsbedarf an. 84% zeigten hingegen einen akuten und 6% einen latenten Handlungsbedarf. Ein akuter Handlungsbedarf für die Motivation ist beispielsweise die Antwortoption „brauchte ein Auto und wollte keines kaufen“. Ein latentes Bedürfnis verdeutlichte die Antwort „als Alternative zu Mietwagen, die ich immer mal brauche“. Kein Handlungsbedarf ist z. B. die Antwort „einfach mal probieren, weil ich es nicht kannte (kein besonderer Grund)“.

Vergleichbar verhält es sich mit dem Zeitpunkt. 68% hatten einen akuten Handlungsbedarf, beispielsweise „weil ich etwas erledigen wollte und ein Auto brauchte“. 12,5%

hatten einen latenten Handlungsbedarf, d. h. ein Handlungsbedürfnis, dessen Erfüllung aber nicht sofort notwendig war, z. B. „weil ich denke, es war Zeit, meine eingefahrenen Verhalten zu ändern“. Eine vorsorgliche Anmeldung um es „zu probieren“ oder eine Anmeldung nicht zu vergessen wurde kategorisiert als „Kein Handlungsbedarf“.

Die Entscheidung zur Anmeldung erfolgte, wie auch schon an der Anzahl der Kriterien abzulesen war, zu rund 68% bewusst kognitiv. Willentlich bewusst wird in diesem Fall angenommen, wenn die Auseinandersetzung mit dem Thema Carsharing und den Angeboten sehr umfänglich war, z. B. „ich habe lange verglichen und mich für die passendste Alternative entschieden“. Die teilautomatisierte Auseinandersetzung (22%) wurde angenommen, wenn nur zum Teil eine Auseinandersetzung mit den Fakten stattgefunden hatte und z. B. „ein wenig wusste ich, verlasse mich aber auch auf die Meinung anderer“, als Antwort gewählt wurde. Automatische Entscheidungen wurden für Antworten wie z. B. „solche Entscheidungen treffe ich impulsiv. Es hat sich richtig angefühlt.“ angenommen. Da Mehrfachantworten zugelassen waren, wurde jeweils die umfänglichste Auseinandersetzung als relevant ausgewertet. Wenn jemand sich umfänglich informierte und die Meinung anderer berücksichtigte, dann wurde dies als kognitive Entscheidung bewertet.

Werden die Ergebnisse der Fragen nach dem Aspekt ausgewertet, der prüft, was hinter der Anmeldung steckt, so zeigt sich, dass Carsharing als relevanter Ersatz zum eigenen Auto wahrgenommen wird. 58% der Befragten gaben nach dem Zeitpunkt der Anmeldung gefragt an, dass das Carsharing-Angebot ihr Auto-Baustein in ihrem Mobilitätsverhalten darstellen soll. 24% der Befragten nannten explizit die Abschaffung des eigenen Autos als einen der Hauptaspekte für die jetzige Anmeldung zum Carsharing. Folgert man aus den Einkommensdaten der Teilnehmer, dass die meisten in der Lage wären ein eigenes Auto zu finanzieren, so sind 34%, die angeben ein Auto für eine Erledigung zu nutzen, so zu verstehen, dass sie kein Auto haben möchten, obwohl es ginge (Tabelle 5).

	Auto zur Erledigung	Eigenes Auto kaputt / zzgl. etwas zu erledigen	Keine Lust mehr auf eigenes Auto / zzgl. etwas zu erledigen	Keine Lust und defektes Auto	Summe
Nennungen	73	17 / 5	10 / 12	9	126
Anteil der Teilnehmer	34%	10%	10%	4%	58%

Tabelle 5: Gründe für den Moment die Anmeldung zu realisieren (eigene Darstellung)

Aus diesem Antwortverhalten lässt sich folgern, dass es nicht die finanziellen Grenzen sind, die ein eigenes Auto verhindern. Vielmehr gibt es keinen Wunsch ein eigenes Auto zu besitzen (was im Einklang zu den eigenen Einstellungen und Besitzverhältnissen steht). Wenn es nicht die finanziellen Gründe sind, kann es eigentlich nur die „Leichtigkeit“ der Nutzung sein. Da dieser Aspekt in der Befragung nicht weiter vertieft wurde, lässt sich nicht folgern, welche Ausprägung diese Leichtigkeit begründet (z. B. keine Wartungstätigkeiten, keine Parkplatzkosten, keine Versicherungsthemen etc.).

5.6. Veränderte Nutzung von Carsharing nach der Anmeldung

Befragt nach der Nutzung des neuen Carsharing-Verkehrsangebots, gibt der Großteil der Befragten eine Ergänzung zu den aktuell genutzten Verkehrsangeboten an. Carsharing ist, wie zu erwarten war, ein weiterer Baustein in dem individuellen Mobilitätsmix.

Abbildung 65 zeigt die Eignung dieses Verkehrsangebots-Bausteins als Ergänzung für den Einkauf (58%), die Ausflüge (66%), Freizeit (50%) und Freundesbesuche (47%). Diese Aussagen passen inhaltlich zu der Wegehäufigkeit, der Distanz und den Anforderungen der Aktivitäten.

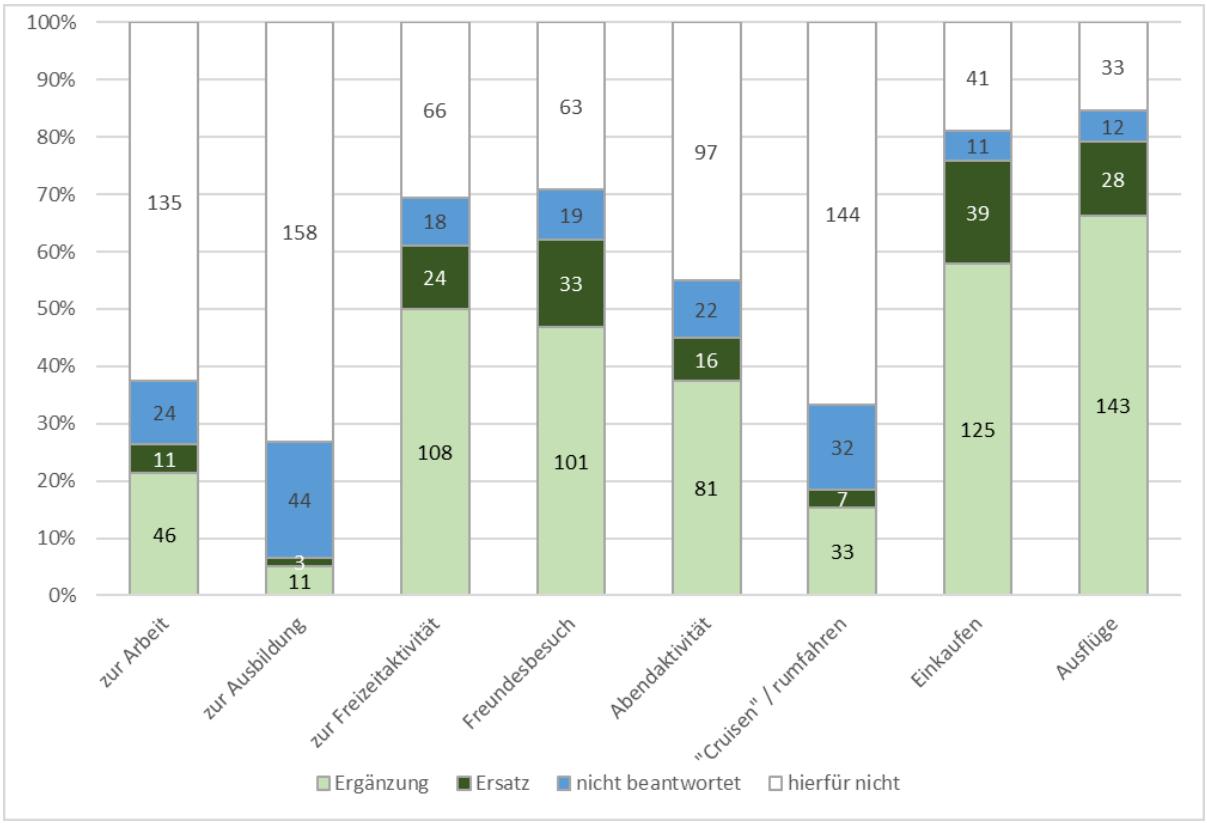


Abbildung 65: Nutzung von Carsharing als Ergänzung oder Ersatz zum bestehenden Verkehrsangebot (nach der Anmeldung, eigene Darstellung)

Auf Basis dieser Filterfrage wurde nach den Gründen zur Nutzung des Carsharing-Angebots bei bestimmten Wegen als Ergänzung gefragt. Konkret, wovon die Nutzung von Carsharing für eine bestimmte Aktivität abhängt, wenn Carsharing anstelle des normal üblichen Verkehrsangebots genutzt werden soll.

Das mit Abstand relevanteste Kriterium für die Nutzung eines Carsharing-Fahrzeugs ist der Transportbedarf mit 42% aller Gründe zur Nutzung über alle Wege hinweg (Abbildung 66).

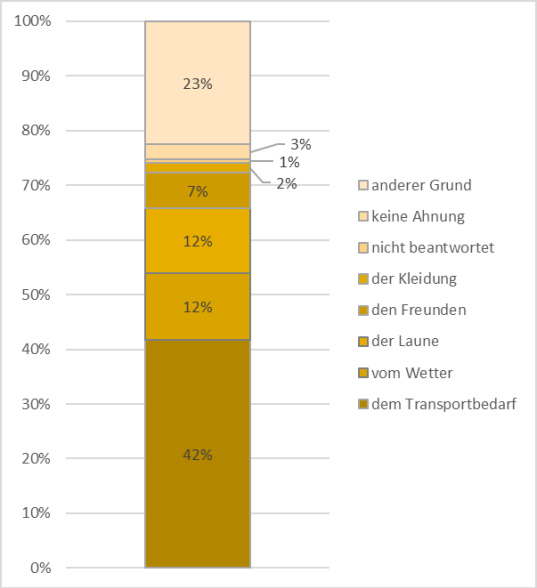


Abbildung 66: Nutzung von Carsharing ist abhängig von (über alle Aktivitäten, eigene Darstellung)

Beim Einkaufsweg bedeutet dies, dass zu 85% aufgrund der Transportfähigkeit auf das Carsharing zurückgegriffen wird. Dies bestätigt, dass Carsharing eine Lösungsoption für die durch die Teilnehmer angegebenen Anforderungen bei bestimmten Aktivitäten ist.

Bemerkenswert ist, dass die Laune und das Wetter (jeweils 12%) als zweitwichtigste Gründe für die Auswahl des Carsharing-Angebots relevant sind, aber in keiner freien Begründung thematisiert wurden. Die Laune spielt zudem eine wichtigere Rolle beim Fehlen von Standardverkehrsangeboten für eine Aktivität (Ausflug, Cruisen, Besuche). Vor allem spielt sie mit 42% der Nutzungsgründe eine wichtige Rolle bei der nicht alltäglichen Unternehmung (Cruisen), also der Bewegung um ihrer selbst willen.

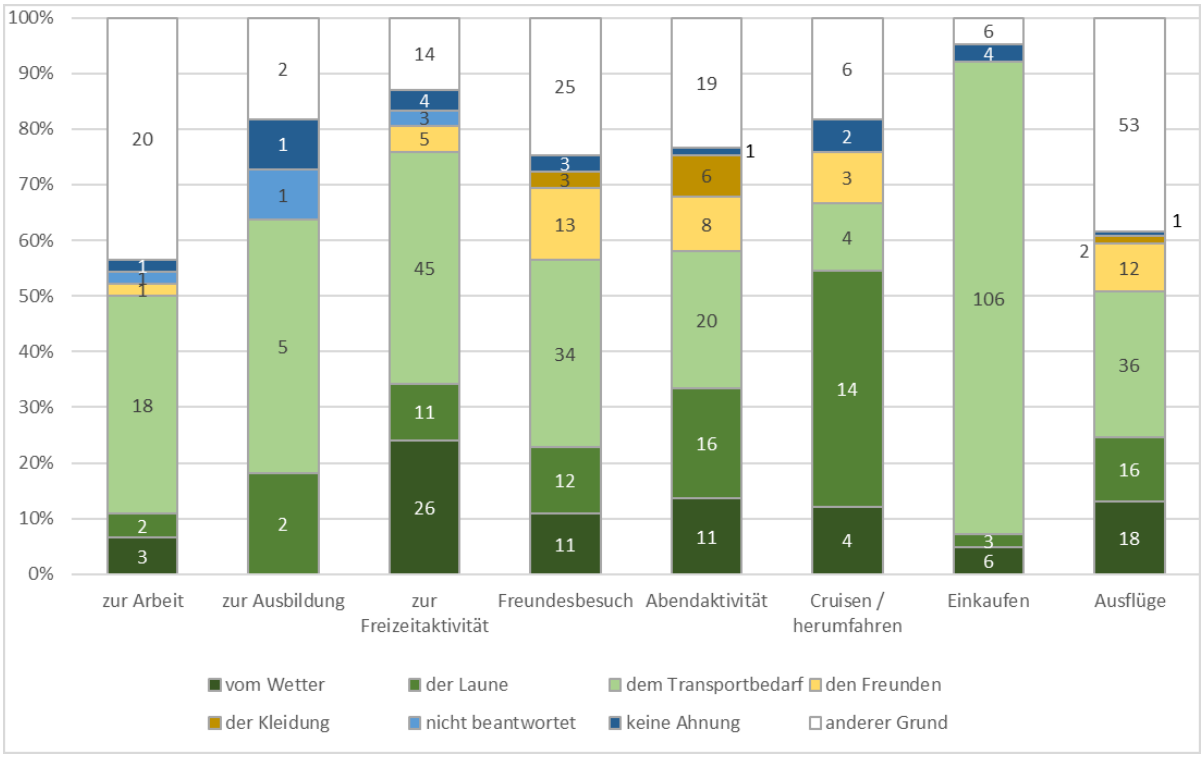


Abbildung 67: Nutzung von Carsharing ist abhängig von (nach Aktivitäten, eigene Darstellung)

5.7. Zusammenstellung der Kernergebnisse

Multimodal und ohne Zwang zum Teilen

Die Teilnehmer der Studie waren überwiegend angestellte Akademiker in dicht besiedelten Städten mit einem überdurchschnittlichen Nettoeinkommen. Alleine oder in Familienhaushalten mit 2-3 Personen wohnend nutzen sie die Verkehrsangebote in der städtischen Vielfalt und verzichten zunehmend auf den Besitz eines eigenen Autos.
Die Teilnehmer haben aus eigener Sicht meist alle Verkehrsangebote verfügbar, auch wenn nicht alle genutzt werden. Das Verkehrsökosystem ist den Befragten bekannt. Eine Uninformiertheit der Befragten, wie andere Studien dies vermuten, kann aus den Beantwortungen nicht abgeleitet werden. Die übergroße Mehrheit der Teilnehmer kann als multimodal beschrieben werden. Sie zeigt eine umfangreiche Nutzung von verfügbaren Verkehrsangeboten im Alltag. Die Wohn- und Aktivitätenorte sind in einer durchdachten Wege-Häufigkeit-Distanz-Verkehrsangebot-Balance. Die Teilnehmer wohnen in der Nähe ihrer Arbeit und sind i. d. R. jeden Arbeitstag dort. Dinge des täglichen Bedarfs werden in fußläufigen Einkaufsmöglichkeiten mehrmals die Woche eingekauft. Oft wird für die Anforderungen ein auch objektiv plausibles Verkehrsangebot genutzt. Das kann bedeuten, dass der_die Entscheider_in sich mit dem Problem befasst hat, oder, dass es einfach die offensichtlichste Lösung ist.

Allerdings sollten diese Erkenntnisse nicht überraschen. Denn nur im städtischen Raum kann von einer relevanten Angebotsvielfalt, inklusive Carsharing, gesprochen werden (Canzler, Knie (2009). Brög, Erl (2003) meinen mit einem objektiv theoretischen Blick, dass 46% der PKW-Fahrten in *der Fläche* in objektiven Gründen, Sachzwängen oder fehlenden Alternativangeboten begründet sind. In *Stadtgebieten* umfassen Sachzwänge 39%. Held (1982):21 hingegen meint mit Bezug auf die individuelle Sicht, dass 90% der gezeigten Handlungen durch die vorhandenen Transportsysteme determiniert sind.

Emotionale Zuneigung, Fakten der Ablehnung

Je weniger verpflichtend die Anmeldung zum Carsharing ist, desto leichter und schneller wird die Entscheidung umgesetzt.

Eine positiv empfundene Anmeldung wird emotional bestätigt. Probleme werden hingegen sachlich problematisiert. Die angemeldeten Nutzer_innen können emotionale und persönliche Gründe aufzählen, die sie überzeugt haben und die sie die Entscheidung als leicht empfinden ließen (z. B. „das Angebot einfach zu mir passt“ (Datensatz 440)). Die Befragten, denen die Entscheidung schwer fiel, argumentierten vor allem anhand von faktischen Hinderungsgründen, z. B. „zu teuer“.

Die Anmeldung zum Carsharing wird im Vergleich zur Nutzungsentscheidung durchdachter getroffen. Bei der Nutzung werden drei bis vier Aspekte in der Entscheidung berücksichtigt. In der Anmeldungsentscheidung sind es vier bis fünf Kriterien. Je klarer die Aktivität ist, für die das Verkehrsangebot genutzt wird (z. B. Einkauf), desto weniger Kriterien sind relevant (53% kommen hier mit zwei Kriterien aus). Je unklarer die Anforderungen aus der Aktivität sind, desto mehr Kriterien spielen eine Rolle bei der Entscheidung des Verkehrsangebots (für Freizeitbesuche kommen nur 24% mit zwei Kriterien aus).

Schnell entschieden

Die Befragung bestätigt, dass die Entscheider_innen nur mit einem konkreten Bedarf aktiv werden und sich nur relativ kurz und eingeschränkt mit der Entscheidung zur Anmeldung beschäftigt haben. Dies wurde insbesondere deutlich, da die Dauer des ersten Kontaktes mit Carsharing häufig schon lange zurücklag. Der Erstkontakt war zeitlich benennbar, führte aber nicht zu einer Handlung oder Informationssuche. Die Dauer der Informationswahrnehmung und -sammlung war deutlich kürzer. Nach dem auslösenden Moment, dem Problembewusstsein über eine Lücke in der eigenen Mobilität, nahmen die Teilnehmer die Informationen wahr und führten im Anschluss daran relativ schnell eine Anmeldung durch. Dies bestätigt, dass der Wahrnehmungsfilter nach Interessen und Bedarf ausgeprägt ist.

Kein Bedarf – keine Anmeldung

Bei „beobachtbaren“ Umbrüchen (z. B. Umzug, Familiengründung) kommt es nicht unbedingt zu einer Änderung der Bewertung von Handlungsoptionen, sondern zu einer Änderung der verfügbaren Handlungsoptionen. Eine Intervention in diesem Entschei-

dungsmoment ist daher nicht unbedingt ursächlich für eine Veränderung. Die Umbruchsituation spielt nur bei 20% der Befragten für den Zeitpunkt der Anmeldung überhaupt eine Rolle. 90% der Befragten gaben an, einen akuten Handlungsdruck zu haben, um einen notwendigen Autoersatz oder Aktivitäten, die keine zufriedenstellende Autolösung hatten, zu adressieren. 54% äußerten einen konkreten Carsharing-Bedarf, insbesondere zum Einkaufen und für Besuche. Die Carsharing-Anmeldung ist das sichtbare Ergebnis einer vorherigen Entscheidungsänderung. Die Verhaltensänderung erfolgt daraufhin erst bei neuen Problemen bzw. Wegen. Nur 10% verändern mit einem Lebensumbruch als Ursache auch ihr Entscheidungsverhalten und melden sich zum Carsharing an. Ergänzt werden sollte noch, dass die beobachtbaren Veränderungen (z. B. der Hausumzug, mit Anmeldung zum Carsharing) die Ergebnisse eines Prozesses sind, der mit einem konkreten, vorgelagerten Auslöser verbunden ist. Die Anmeldung zum Carsharing nach dem Umzug ist daher das letzte Glied eines Gesamtprozesses.

Pragmatische Nutzung

Die Teilnehmer nutzen den ÖV im Alltag als zentrales Verkehrsangebot. Wenn der ÖV nicht sinnvoll ist, z. B. auf sehr kurzen Wegen oder bei hohen Anforderungen an Wege- oder Transportflexibilität, werden andere Verkehrsangebote als Stammverkehrsangebot genutzt. Für die seltenen bzw. einmaligen Wege (Cruisen und Ausflüge) werden naturgemäß die flexiblen Verkehrsangebote, das Auto und das Fahrrad, genutzt. Um an einen bestimmten Ausflugsort zu kommen, wird der ÖV genutzt. Wenn der Ausflug das Cruisen selber ist, dann spielt der ÖV keine relevante Rolle.
Die Vorteile des Autos können in der Teilnehmergruppe durch viele unterschiedliche Verkehrsangebote genutzt werden. Fast allen Teilnehmern stehen Taxis, alternativ Carsharing oder Mietwagen zur Verfügung. Ein privates Auto zu besitzen ist indes für fast alle Teilnehmer keine wahrgenommene Option.

Pragmatische Einstellung

Die Einstellung der Befragten zeigt deutlich den unverkrampften aber differenzierten Blick auf die verschiedenen Verkehrsangebote. Es zeigt sich der positive Pragmatismus, der bei multimodalen Nutzern einer städtischen Struktur zu erwarten wäre. Dennoch ist die äußerst positive Einstellung dem eigenen Auto gegenüber überraschend.

Es zeigt sich hierbei, dass die Nutzer_innen die Bedien- und Besitzform (Chauffeur, Carsharing) unterscheiden und wenig ideologisch bewerten. Rund 60% der Befragten ziehen die Carsharing-Anmeldung einem eigenen Autobesitz vor oder probieren dies. Der_die neue Nutzer_in ist eher durch die Ablehnung der Verpflichtungen des Autobesitzes gekennzeichnet als durch negative Einstellungen zum Auto.

Die Befragung zur wahrgenommenen Einstellung Dritter zu den Verkehrsangeboten ergab eine überraschend hohe Bestätigung, dass normative und individualistische Einstellung übereinstimmen. Sowohl die positiven als auch die negativen Ausschläge der Beantwortungen korrelieren. Erklären lässt sich dies damit, dass eine Entscheidung dann als zufriedenstellend empfunden wird, wenn das soziale Umfeld vergleichbare Einstellungen wie der_die Entscheider_in selber hat. Die neuen Carsharer_innen empfinden ein vergleichbar eingestelltes Umfeld und bewegen sich nicht in der Gruppe der „alternativen Carsharer_innen“, die z. B. eine negative Einstellung gegenüber dem Auto erwarten ließe.

Auto ja, aber ohne Aufwand

Nun stellt sich die Frage, ob sich ein spezieller Mobilitätsstil der neuen Carsharing-Nutzer_innen beschreiben lässt.
Weder wurden die allgemeine Grundeinstellung noch die Mentalität erfasst, sodass nur Strukturmerkmale und das Mobilitätsverhalten als Indiz dienen könnten. Es lässt sich aber vermuten, dass sich im Laufe der Zeit die sozialen Milieus, die Carsharing als relevant empfinden, erweitert haben, bzw. neue soziale Milieus Carsharing nutzen. Zu Beginn des Angebots (in den 1990er Jahren) war Carsharing nicht-kommerziell und ein Autoteilen aus dem Motiv heraus begründet sich kein eigenes Auto leisten zu können oder aus Prinzip keines zu wollen. Die Autonutzung war Ausdruck einer Grundhaltung.

Die Teilnehmer der Befragung weichen hiervon deutlich ab. Es zeigt sich klar: Es geht nicht ums Geld, nicht um den Umweltgedanken und vor allem nicht um eine Grundhaltung der Autonutzung. Vielmehr geht es meist um eine pragmatische Alternative zum eigenen Auto, welches nur dann genutzt wird, wenn es gut geeignet ist. Die Grundhaltung ist deutlich: Egal welches Verkehrsangebot, Hauptsache es passt zum individu-

ellen Bedarf. Das Auto ist ein gutes Mobilitätswerkzeug, nur der Besitz ist mit „störendem“ Aufwand verbunden. Das Auto ist ein positiv bewerteter Bestandteil des alltäglichen Lebens. Wenn es ein „besseres“ Verkehrsangebot gibt, wie z. B. das Carsharing mit gleicher Nutzbarkeit wie das eigene Auto aber ohne die damit verbundenen Aufwände, dann wird das Verkehrsangebot ausgetauscht oder ergänzt.

Die Befragung zeigt, dass multimodale Carsharer_innen in die „Alternativen“ und die „Neuen“ trennbar erscheinen. Die „Neuen“ sind im Gegensatz zu den „Alternativen“ nicht dogmatisch oder missionarisch in ihrer Nutzung. Sie zeichnet eine Perspektive aus, die die Vor- und Nachteile der verschiedenen Verkehrsangebote kennt und berücksichtigt. Carsharing erkennen sie als „das bessere eigene Auto“.

6. Abschließende Überlegungen

Aus der Erfahrung des Autors heraus schien es eine Differenz zwischen dem pragmatischen Verhalten der Praxis und der Beschreibung der Theorie bei der Wahl des Verkehrsangebots, insbesondere des Carsharings, zu geben.
Mit dem Ziel, das in früheren Studien dokumentierte Verhalten von Carsharing-Kunden_innen gegenüber dem heutigen Verhalten zu prüfen, wurde eine empirische Fallstudie geplant. Um diese theoretisch zu fundieren, sollte ein Modell der Entscheidungsfindung für Verkehrsangebote hinzugezogen werden. Doch keines der Modelle schien das aus der Praxis bekannte Verhalten zu plausibilisieren. Daher wurde im ersten Schritt auf Basis der bestehenden Erkenntnisse ein interdisziplinäres Modell der Entscheidungsfindung für die Verkehrsangebotswahl konstruiert.

Die bestehenden Modelle erklären die Entscheidungen in ausgewählten Fällen. Die Deutungsversuche tendieren jedoch zu ideologischen oder eindimensionalen Entscheidungsorientierungen, die in der Praxis nur bestimmte Situationen erklären können. Das erste Ziel dieser Arbeit war es daher, mit einer objektiv-verstehenden Methode (Popper (1970)) ein alternatives Modell zu entwickeln. Der Forschungsansatz orientierte sich am Ablaufmodell von Mayring (2001), der sowohl qualitative als auch quantitative Forschung miteinander verbindet. Aufbauend auf Hypothesen wurde mit Hilfe bestehender Studien und Theorien ein Grundmodell entwickelt. Das Ergebnis wurde an den Prinzipien der Gütekriterien einer Theorie ausgerichtet (Rost (2005)). Das zweite Ziel der vorliegenden Arbeit war es, eine darauf aufbauende empirische Fallstudie zur Anmeldung von modernen Carsharing-Kunden_innen mit Erkenntnissen der Rekonstruktion durchzuführen.

Die Konstruktion des Entscheidungsvorgangs berücksichtigt die Beobachtung, dass die Anmeldung und Nutzung von Carsharing im „Alltags-Mainstream“ pragmatisch ablaufen. Dies betrifft sowohl die Entscheidungsfindung als auch das -ergebnis.
Im Gegensatz dazu stehen die „Nischen“-Entscheidungstheorien und Carsharing-Untersuchungen. Diese Theorien und Modelle suggerieren durch ihre starke Spezialisierung auf gut untersuchbare und simplifizierte Entscheidungssituationen (Laborexperimente oder eng gesteckte Versuchsaufbauten („Toy-Situations“)) eine bewusste und kognitive Beschäftigung mit den Entscheidungen. Es wird das Bild eines willentlichen Entscheiders gezeichnet, der metaphorisch als „der Denker“ skizziert werden könnte.

Es handelt sich dabei um eine, wie man durch einfache Beobachtungen im Alltag schnell erfassen kann, experimentelle Fiktion, die sich durch die Verallgemeinerung der Nischenbedingungen auf das generelle Verhalten verselbstständigt.
Ein vergleichbares Problem entsteht bei der gesellschaftlichen Fundierung von individuellem Verhalten. Der spezielle Untersuchungsfokus, nämlich ein Gruppenverhalten und gesellschaftliche Gesamtzusammenhänge zu erkennen, wird ohne einen Perspektivwechsel auf die Entscheidungsfindung der Individuen übertragen und so fälschlicherweise verallgemeinert. „Der Denker“ wird um eine deduktive Fiktion als „sozial willentlich“ ergänzt. Dies zeichnet ein menschlich schmeichelndes, aber alltagsfremdes Bild der Entscheidungsfindung.
Dabei sind die Experimente und Theorien innerhalb der jeweils beschriebenen Rahmenbedingungen konkludent und aus methodischer Perspektive überzeugend. Doch führen die Verselbstständigung und verallgemeinerte Übertragung außerhalb dieser Bedingungen zu einem Gegensatz zum beobachtbaren Verhalten. „Der willentliche, soziale Denker“ ist bei den täglich hundertfachen Alltagsentscheidungen schlicht unplausibel.

Daher wurde ein Entscheidungsvorgang konstruiert, der in Abhängigkeit vom Entscheidungsmotiv eine Steuerung der Entscheidungsfindung zwischen dem „willentlichen, sozialen Denker“ und dem „ressourceneffizienten Alltagsentscheider“ erklären kann. Der reale Pragmatismus in der Entscheidung findet sich auch in der empirischen Fallstudie zum Carsharing. Diese Befragung konnte dokumentieren, dass Carsharing als eine gute Alternative zum eigenen Auto empfunden wird – nur ohne den Aufwand, der mit dem eigenen Auto verbunden ist.

Die Ergebnisse der Konstruktion des Entscheidungsvorgangs und der empirischen Fallstudie zeigen eine Seite der Entscheidungsfindung, die die bekannte Theorie des bewussten Denkers ergänzt und integriert, anstatt diese zu ersetzen oder ihr zu widersprechen. Dabei wurden insbesondere die Konstrukte der Gewohnheiten und der unbewussten Entscheidungen (bisher nicht als „Entscheidung“ definiert) neu bewertet und alternativ erklärt.

Wie konstituiert sich der Entscheidungsvorgang des alltäglichen Verkehrsangebots?

Die Antwort hierauf kann „anders als der Mensch es gerne hätte“ lauten. Denn die Vorstellung des_der kontrollierten und bewussten Entscheiders_in, kann in der Praxis (gegenüber dem Labor) nur eingeschränkt bestehen.

Was ist anders?

Insbesondere ist die Beobachtungsperspektive abgrenzbar. Die Betrachtung der vorliegenden Arbeit geschieht aus dem Blickwinkel eines_r Entscheiders_in, wobei die Erkenntnisse der durchgespielten Einzelentscheidungen schematisch, auf ihren Aussagekern zurückgeführt, abgebildet werden. Der Hauptunterschied gegenüber den sozialwissenschaftlichen Perspektiven ist, dass eine alltägliche Einzelentscheidung ein anderes Motiv verfolgen kann, als dies in den langfristigen Motiven einer Entscheidungsgruppe abgebildet werden kann. Selbst wenn beispielsweise eine Person langfristig eine hohe soziale Beliebtheit intrinsisch motiviert anstrebt, kann in einer alltäglichen Einzelentscheidung das langfristige Motiv unberücksichtigt bleiben und z. B. das extrinsische Motiv der notwendigen Zielerreichung die Entscheidungsfindung dominieren. Im Unterschied zu experimentellen Untersuchungen des Wahlverhaltens basiert die Konstruktion der vorliegenden Arbeit nicht nur auf dem kognitiv bewussten Entscheidungsmodus, sondern bildet das volle Spektrum von Entscheidungsmodus und -regeln ab.

Neben der speziellen Beobachtungsperspektive unterscheiden sich die Leitgedanken der Konstruktion von bestehenden Konzeptüberlegungen. Folgende Gedanken strukturierten das Vorgehen:

- Menschen haben einen Entscheidungsprozess, den sie unterschiedlich durchlaufen. Hierfür wurde die Motivlage aufgearbeitet und das Motiv für eine Entscheidung (warum wird eine Entscheidung getroffen) von den Anforderungen an ein Verkehrsangebot getrennt (welche Option wird ausgewählt und warum).
- Jede Wahl ist eine Entscheidung, egal ob bewusst oder unbewusst. Dies bedeutet, dass zwischen Handeln und bloßem Verhalten nicht getrennt wird.
- Die Entscheidung beginnt mit der Wahrnehmung und endet mit dem beobachtbaren Entscheidungsergebnis. Hierfür wurden die unbewussten Effekte der

Wahrnehmung, Akzeptanz und Erinnerung integriert. Die menschliche Rechenleistung (kognitive Ressourcen) zur Entscheidungsfindung wurde berücksichtigt.

- Das Entscheidungsmotiv und die Entscheidungsmotivation (Interesse) wurden mit der Entscheidung verbunden, sodass bei unterschiedlichen Motiven eine Entscheidungsrelevanz entsteht.
- Der Entscheidungsmodus wurde neu definiert und besitzt mehrere Dimensionen. Er wird durch das Entscheidungsmotiv gesteuert. Dies ermöglicht die Integration von teil-bewussten Entscheidungen.
- Die Entscheidungsregel wurde neu definiert. Die in der Entscheidung genutzte Regel unterscheidet sich je nach Entscheidungsmotiv.
- Bestehende Befunde sollten widerspruchsfrei integriert werden.

Mit diesen Leitgedanken war es möglich einen integrierten Entscheidungsvorgang zu konstruieren, der Anregungen zur Diskussion und Bestätigung bietet.

Die unbewussten Stufen der Wahrnehmung und Erinnerung werden in den meisten Forschungsbeiträgen auf die Kontextbildung einer bewussten Entscheidung reduziert. Sie setzen, im Gegensatz zu der vorliegenden Arbeit, auf den wahrgenommenen Kontext auf, der von den Probanden aufgenommen oder diesen vorgegeben wird. Damit setzten diese Studien auf einem „Output“ der Vorauswahl auf (Abbildung 68).

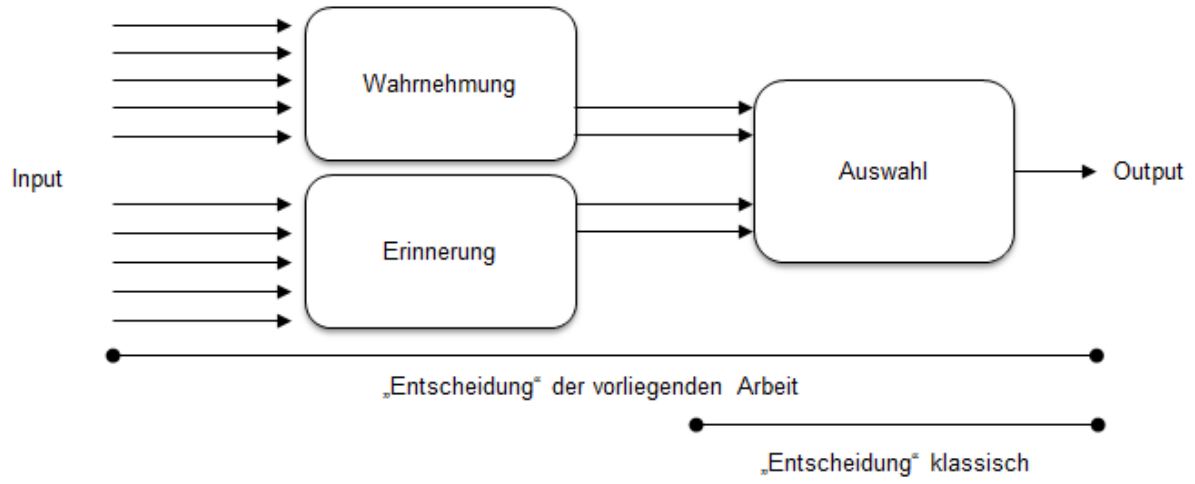


Abbildung 68: Unterschied der Entscheidungsdefinition (eigene Darstellung)

15 Thesen der Konstruktion

Die Konstruktion folgte 15 Thesen, die den Gesamtvorgang der Entscheidung erfassen sollten.

- These 1: Die Wahrnehmungslimitierung reduziert unbewusst die objektive Umwelt auf eine individuelle Auswahl an Elementen.
- These 2: Die Akzeptanzlimitierung reduziert unbewusst die wahrgenommenen Objekte auf akzeptierte Objekte.
- These 3: Die Erinnerungslimitierung reduziert unbewusst die vergangenen Erfahrungen auf eine individuelle Auswahl an Elementen.
- These 4: Vergangene Entscheidungen beeinflussen individuell die Folgeentscheidungen.
- These 5: Nur wenige individuelle Anforderungen ergänzen das Entscheidungsmotiv.
- These 6: Nur wenige Elemente des Verkehrsangebots sind für die Entscheidung individuell relevant.
- These 7: Die mentalen Ressourcen sind eng begrenzt und werden nicht voll eingesetzt.
- These 8: Das Entscheidungsmotiv steuert den Entscheidungsvorgang.
- These 9: Die Art der Beschäftigung ist von der Bewusstseinsfähigkeit getrennt.
- These 10: Die Art der Beschäftigung kann graduell kognitiv oder emotional sein.
- These 11: Automatisierung ist „unbewusst empfunden“ und keine „denkfreie Zone“.
- These 12: Die Bewusstseinsfähigkeit ist graduell zwischen bewusst und unbewusst.
- These 13: Graduelle „Teilentscheidungen“ sind die Regel, nicht die Ausnahme.
- These 14: Die Entscheidungsregel besteht aus zwei Elementen, dem Abwägungsziel und dem Abwägungsmechanismus.
- These 15: Wiederholte Entscheidungen werden mit den vergangenen Werten der individualistischen, normativen und Kontrollkomponente prognostiziert.

Abbildung 69 stellt den Entscheidungsvorgang in einer schematischen Übersicht dar.

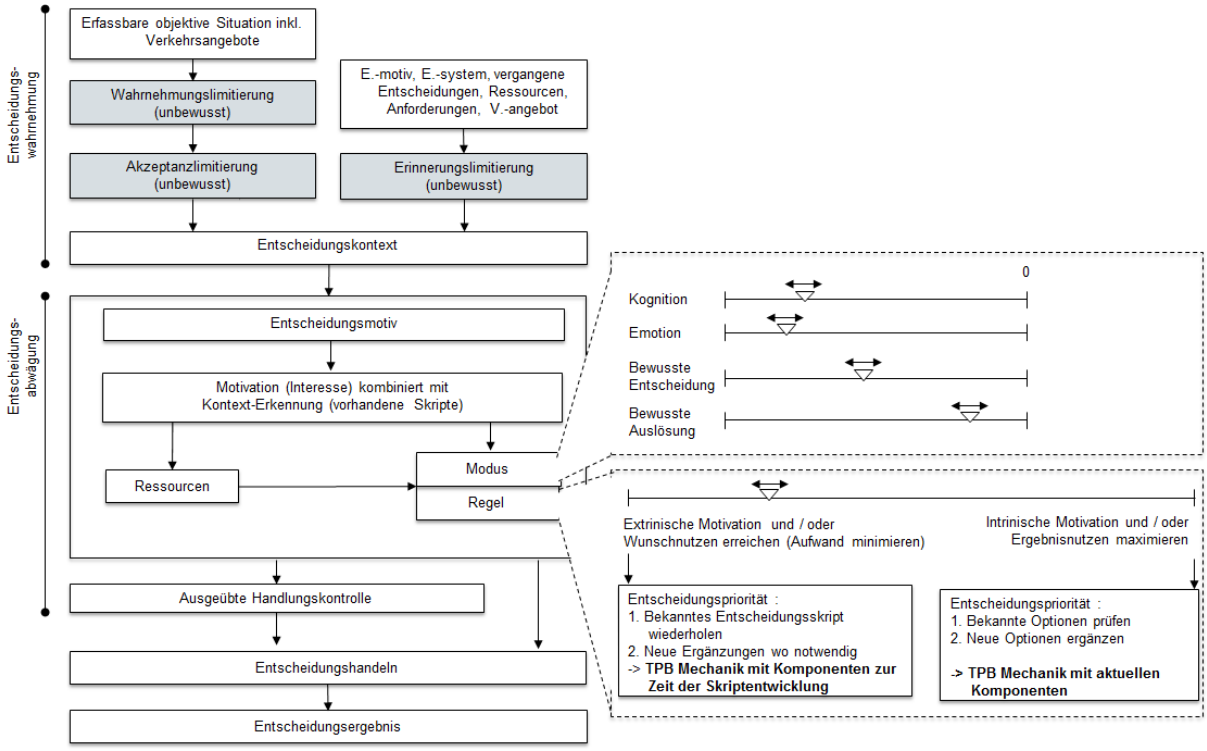


Abbildung 69: Rekonstruktion des Entscheidungsvorgangs (eigene Darstellung)

Die individuelle Wahrnehmung und Erinnerung reduzieren die komplexe Vielfalt der Umgebung und die persönliche Situation nach einem individuellen Muster. Die Filter sind sozial geprägt. Alles wird sofort verarbeitet, vereinfacht und auf wenige Elemente konzentriert. Auf Basis dieser Informationen arbeitet der Grundmechanismus des Menschen und steuert das normale Leben. Diese Funktion findet immer statt und nicht nur im Moment der Entscheidung für ein Verkehrsangebot. Der Kontext ist das Ergebnis einer unausweichlichen Vorentscheidung. Nach der Filterung verbleibt nur ein „Rest“ aus Situationselementen und Erinnerungselementen. Dieser wird dann vom entscheidenden Menschen ggf. als Entscheidung realisiert. Denn das Gehirn reduziert die Welt und den Entscheidungskontext auf ein widerspruchsfreies Bild aus Interpretation und Erinnerung. Die willentliche Kontrolle ermöglicht in den meisten Fällen bei unbewussten Entscheidungen eine kognitive Nachbefassung.
Diese Stufe der Simplifizierung liegt noch „vor“ bzw. „außerhalb“ dessen, was umgangssprachlich als Entscheidung berücksichtigt wird.

Für einige Forschungsdisziplinen kann dies bedeuten, dass z. B. eine willentlich soziale Handlungsdefinition nachgeschärft werden muss. Denn der Wille basiert im Normalfall auf vorgefilterten Trivialentscheidungen, die so viel Spielraum haben, wie das Unbewusstsein „ermöglicht hat“.

Der individuelle Kontext umfasst alle individuell-entscheidungsrelevanten Elemente. Alle Elemente erhalten eine individuelle Interpretation im Bezug zum_zur Entscheider_in und einen individuellen Sinngehalt. Je nach entscheidendem Menschen sind bestimmte Aspekte seiner bereits getroffenen Entscheidungen relevant (salient) oder es wirken besondere Normen, die er_sie berücksichtigen möchte. Bei anderen Entscheidern_innen wirken andere Elemente. Im Kern reduzieren sich die relevanten Elemente des Kontextes auf sehr wenige, die nur zum Teil bewusst werden. Die Reduktion selbst erfolgt automatisch und unbewusst und immer im Bezug zu den Fähigkeiten (Affordanz, z. B. der Gepäckaufwand oder die Umstiege bei Verkehrsangeboten).
So erklärt sich, dass es Elemente der Umwelt gibt, die mit dem aggregierten Verhalten korrelieren können, in der Entscheidung aber nicht relevant sind.

Das Kernproblem ist derzeit der Forschungsbedarf an der Salienz der Elemente. Unklar ist, wie genau sich diese Salienz bildet und wie sie sich verändern lässt. Aktuell beschäftigen sich die wenigen Forschungen in diesem Bereich vor allem mit der Frage, wie man den_die Entscheider_in nach den salienten Elementen befragt und um welche Elemente es sich handelt. „To our knowledge, this is the first paper on the TRA/TPB to report a detailed analysis of findings from the elicitation stage. In view of the important role accorded to salient beliefs by these theories – as the factors that causally influence attitude, subjective norm, perceived behavioural control and hence intention and behaviour – it is surprising that so little attention has been paid to the elicitation stage“ (Sutton, French, Mitchel, et al. (2003):246).

Der entscheidende Mensch ist bei der Entscheidung des Verkehrsangebotes mit einem alltäglichen Thema konfrontiert, welches er_sie nur in wenigen Fällen als interessant empfindet. Er_Sie steht vor der wiederkehrenden Frage, welches Verkehrsangebot er_sie nutzen sollte (zu immer den gleichen Aktivitäten). Die Bewegung ist somit ein abgeleitetes Problem, welches im Alltag wiederholend auftritt. Das Entscheidungsmotiv ist der Zwang ein Verkehrsangebot zu wählen. Das Motiv steuert das Interesse (Motivation) der Beschäftigung mit dem Thema und die Ressourcen für eine Entscheidung. Beides zusammen bestimmt den Entscheidungsmodus und die Entscheidungsregel.

Der Entscheidungsmodus ist, im Gegensatz zu vielen bestehenden Theorien, keine Entweder-Oder-Option zwischen bewusst = kognitiv und unbewusst = automatisch. Vielmehr besteht er aus dem Grad der kognitiven und emotionalen Beschäftigung und dem Grad des Bewusstseins der Entscheidungsabläufe. Je geringer die Motivation ist, desto eher können unbewusste Entscheidungen und geringe kognitive und emotionale Beschäftigung erwartet werden.
Die Entscheidungsregel wird vermutlich ebenfalls über das Motiv gesteuert. Die Wahl der besten Handlungsoption ist bei einer intrinsischen Motivation sehr plausibel. In diesem Fall kann die Theory of Planned Behavior gut eingesetzt werden. Die willentlich kognitiven Entscheidungen stellen bei Verkehrsangeboten einen Sonderfall dar. Sie werden nur bei subjektiv bedeutenden Entscheidungen, in der Vergangenheit den Erwartungen nicht gerecht gewordenen Handlungen, unbekannten Handlungsoptionen, Widersprüchen zwischen individualistischer und normativer Selektionskomponente oder bei starken externen Einflüssen genutzt (Katona (1976):222).
Bei extrinsisch motivierten Entscheidungen werden bestehende Entscheidungslösungen bevorzugt. Wenn verfügbar, wird ein vergangener Entscheidungsablauf unbewusst wiederholt. Dieser Ablauf basiert auf einer vergangenen Entscheidungssituation, bei der die individualistische, normative und Kontrollkomponente zum Teil von den aktuellen Komponenten abweichen. Man könnte es als eine mit historischen Parametern eingestellte Theory of Planned Behavior verstehen. Diese wird durch die Wiederholung immer unbewusster. Daher ist die aktuelle Intention nicht deckungsgleich mit der ursprünglichen Intention des wiederholten Ablaufs. Sind die Abweichungen zu stark zwischen den vergangenen Komponenten und den aktuellen Ausprägungen, wird diese Dissonanz wahrscheinlich als teil-kognitive Entscheidungsfindung bewusst.

Haben sich die Entscheidungen zur Carsharing-Anmeldung verändert und gibt es einen „neuen Carsharing-Nutzer_innen-Typ“?

Die eindeutige Antwort muss „ja“ lauten. Die klassischen Carsharer waren „Ökos“, die Neuen sind „faul“ und verkaufen sich aber als „clever“. Carsharing ist erwachsener geworden.

Das Wissen aus der Rekonstruktion wurde als Grundlage für die Befragung genutzt. Es wurden Fragen zum Entscheidungssystem, den Motiven, der Zeitdauer und zur Abwägung aufgenommen.

Im Vergleich der Studien zum Carsharing zeigen sich u. a. zwei auffallende Verschiebungen. Zum einen die Altersstruktur. Es wird im Vergleich von der Studie von Pesch (1996) mit WiMobility (2016), hier dem Flinkster-Angebot deutlich, dass sich in den letzten 20 Jahren die Kohorten weiterbewegt haben und Flinkster in den jungen Kundengruppen weniger als alle anderen Angebote vertreten ist. Im Gegensatz dazu stehen die untersuchten Neuanmeldungen[23] zu zwei stationären Carsharing-Tarifen dieser Arbeit. Diese sind gleichmäßiger über die Altersgruppen verteilt und sind in der jungen Nutzer_innen Gruppe viel stärker präsent als die anderen stationären Angebote (Abbildung 70). Die Ausführungen der Generation Maybe von Jeges (2014) umfassen dabei die beiden unteren und Teile der mittleren Altersgruppe (vgl. Kapitel 3.2).

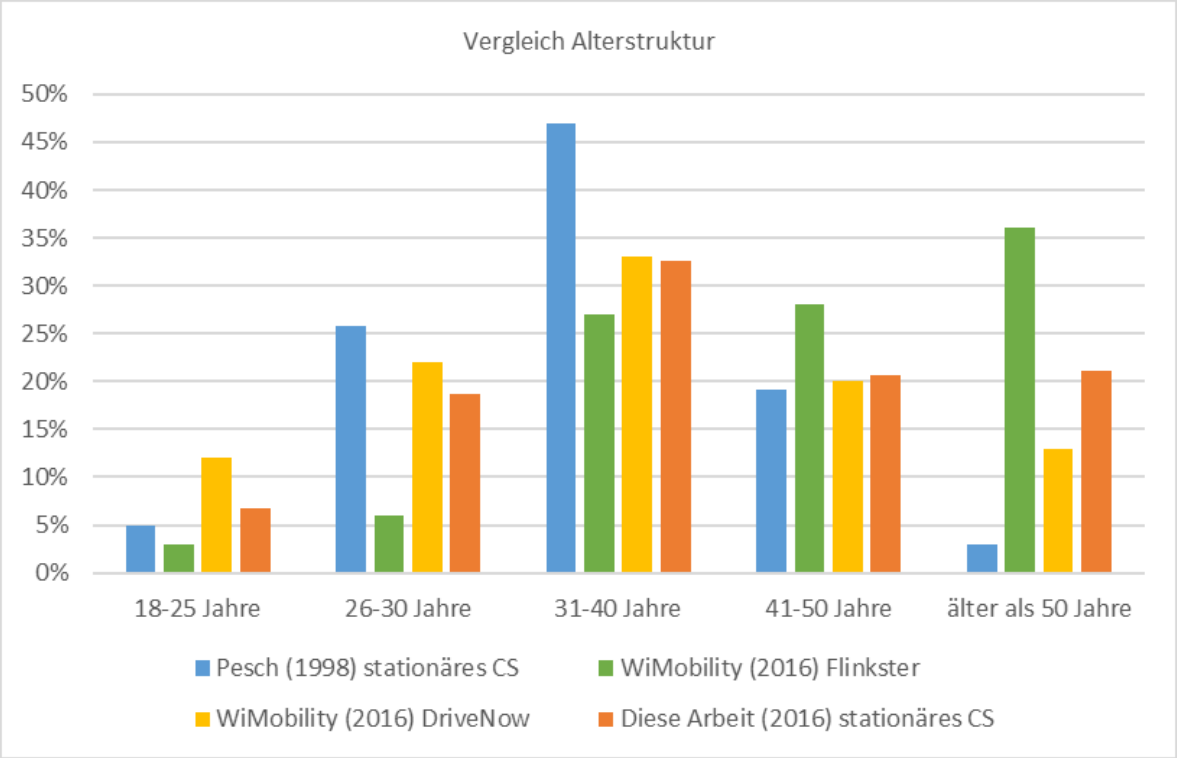


Abbildung 70: Vergleich der Altersstruktur (eigene Darstellung und Berechnung)

Zum anderen unterscheidet sich der Schwerpunkt beim Anmeldemotiv zwischen 1996 und 2016. Insbesondere zeigt die Studie von Pesch (1996), das 70% der damaligen

[23] Die anderen Studien erheben Stichproben aus der Gesamtnutzermenge.

Teilnehmer_innen Umweltaspekte als eines von zweit Hauptmotiven für deren Carsharing-Teilnahme angaben. Die Befragung der Neuanmeldungen Anfang 2015 zeigt hingegen ein sehr abweichendes Bild. Unter den Top 2 Gründen für eine Anmeldung sehen weniger als 20% den Umweltschutz als relevant. Relevant für beide Untersuchungen gleichermaßen zeigt sich die Bedeutung der geringeren Kosten ggü. dem eigenen PKW und, dass das stationäre Automobil als Mobilitätsbaustein den ÖV ergänzt[24]. Automobilitätsspezifische Aspekte, die in dem Automobileigenschaften begründet sind, spielen in 2016, im Gegensatz zu 1996, eine herausgehobene Rolle für die Carsharing-Anmeldung (Abbildung 71).

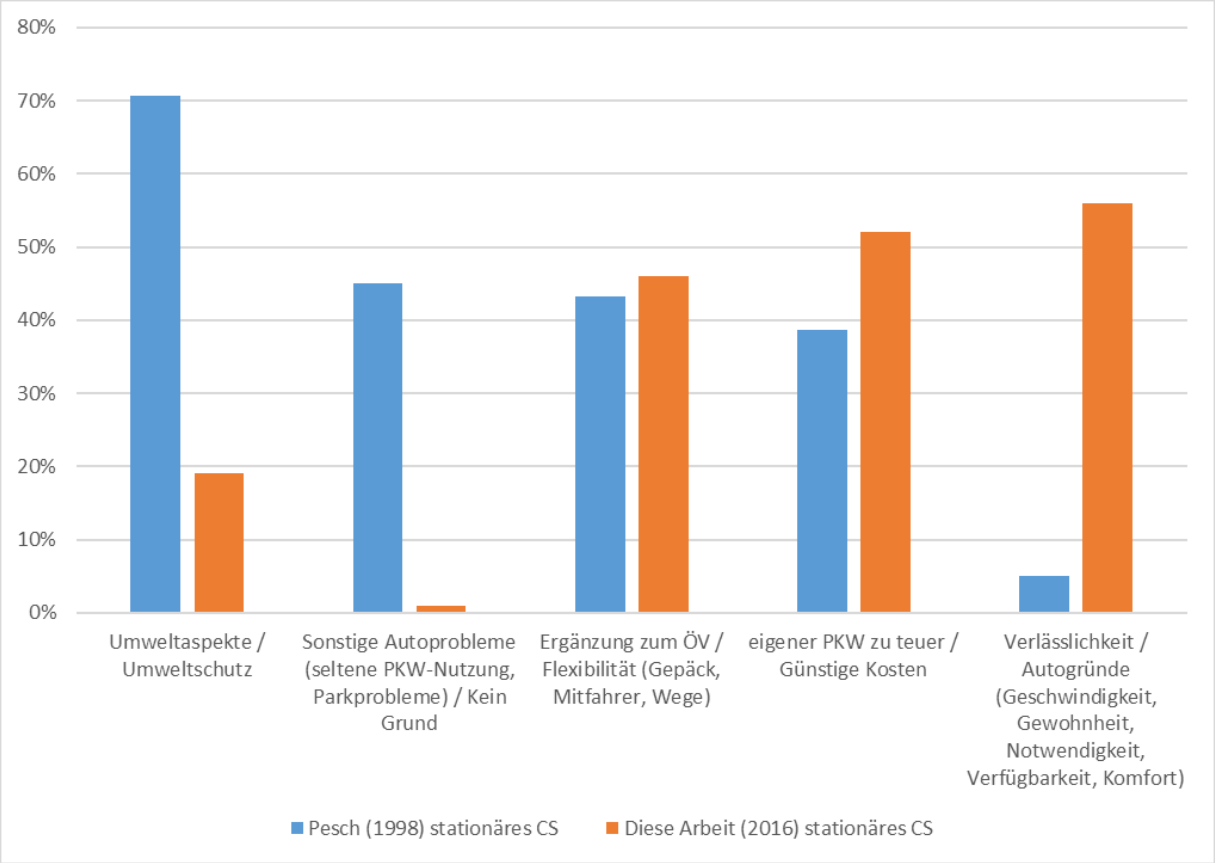


Abbildung 71: Vergleich der Motive zum Carsharing 1998 vs. 2015 (eigene Darstellung, eigene Berechnung)

Die Befragungsergebnisse von 2015 zeigen, dass die heutigen Carsharing-Kunden_innen nicht mehr mit den klassischen Vereinsmitgliedern vergleichbar sind, für die

[24] Aufgrund der unterschiedlichen Fragestellungen und Untersuchungsschwerpunkte lassen sich weitere Themenblöcke, anstelle einzelner Items, vergleichen.

das Vereinsleben eine Rolle spielte. Heute gibt es vor allem im ländlichen Bereich, wo sich Carsharing wirtschaftlich nicht als tragfähig erweist, ehrenamtliche Autoteiler. Doch die neuen Carsharing-Angebote sind heute von profitorientierten Unternehmen organisiert, die dem Kunden eine einfache, unkomplizierte und bindungsfreie Dienstleistung anbieten. Namen wie Flinkster, car2go, DriveNow und Scouter bieten weniger eine Heimat für die alten Autoteiler, als für die modernen und bindungsscheuen Städter. Der neue städtische Carsharing-Kunde ist smart, finanziell eigenständig, servicenutzend und will sich nicht festlegen. Mobilität ist wichtig, aber ein Auto zu besitzen beinhaltet Verpflichtungen, die er_sie scheut. Er hat Geld und ist stolz, wenn er_sie Kunde von Scouter oder car2go ist, weil er_sie so zeigt, dass er_sie aktuell und trendy ist. Neue Carsharing-Nutzer_innen sind im Grunde am gegenüberliegenden Ende des Wertespektrums des alten Carsharing-Nutzers angesiedelt. Sehr unterschiedliche Einstellungen, Lebensweisen, Motive etc. können also zur Nutzung von Carsharing führen.

Doch dafür brauchte es einen frischen Anstrich des Carsharing-Angebots. Carsharing, ob alt oder neu, ist im Prinzip eine dezentrale, selbstbediente Autovermietung. Die Vereinfachung in der Nutzung führt nun zu einer weiteren Verbreitung. Die neuen Angebote adressieren daher das insgesamt erkennbare Entscheidungsmuster, das Verkehrsangebot zu wählen, welches einfach und pragmatisch im persönlichen Kontext funktioniert. Einige Kernmerkmale der neuen Kunden_innen lassen sich festhalten:

- Sie wohnen in dicht besiedelten Städten mit bis zu 3 Personen pro Haushalt.
- Sie besitzen ein überdurchschnittliches Gehalt (eigener PKW ist finanzierbar) und sind gut gebildet.
- Das Verkehrsökosystem ist gut ausgebaut und das Alltagsverhalten multimodal.
- Die Einstellung zum Auto ist positiv.
- Die Anmeldungen werden anhand weniger Kriterien getroffen.
- Ohne Verpflichtungen fällt die Anmeldung leicht.
- Die Anmeldung erfolgte aufgrund eines akuten Autobedarfs und weniger aufgrund einer Veränderung im Lebensverlauf (Umbruchsituation).
- Die *Begründung* zur Anmeldung reduziert sich vor allem auf einen finanziellen Grund.

Verbindet man die positive Einstellung gegenüber einem Auto mit den finanziellen Möglichkeiten ein eigenes Auto zu finanzieren und das Motiv zur jetzigen Anmeldung, kann man folgern, dass die Nutzung eines Carsharings dem eigenen Auto vorgezogen wird. Dies kann so interpretiert werden, dass die aktuelle Gruppe diese Konzepte aufgrund der Leichtigkeit und Freiheit von Verpflichtungen der Autowartung, -pflege etc. bevorzugt. Im Vordergrund steht die Befreiung von lästigen Pflichten („Faulheit“).

Die Begründung für die Anmeldung gegenüber Dritten fällt im Gegensatz zu der Komplexität der Entscheidung zur Anmeldung kurz und zugespitzt aus. Die Entscheidungsbegründung wird noch stärker simplifiziert als die simplen Entscheidungsgründe dies vermuten ließen. In der Selbstvermarktung wird der clevere Sparer betont. Der_die neue Carsharing-Nutzer_in mag zwar sein_ihr Hauptmotiv zur Anmeldung darin sehen, dass er_sie keine Lust auf die lästigen Aspekte des eigenen Autos hat. In der Selbstvermarktung wählt er_sie aber lieber die Argumente, die seinem Zielpublikum schnell eingängig sind.

Zugespitzt ist der_die neue Carsharer_in zu „faul“ für ein eigenes Auto, wohingegen der_die ökologische Carsharer_in gezielt ein Auto vermeidet. Die Neuen brauchen ein professionelles Carsharing, denn es wäre kaum erklärbar, dass sie zu bequem für ein eigenes Auto sind, gleichzeitig jedoch Aufwand mit dem Carsharing betreiben.

Entsprechend wird die Entscheidung schnell und möglichst simpel getroffen. Eine komplexe Entscheidung wäre in der Generation Maybe, so wie Jeges (2014) sie beschreibt, auch kaum zu erwarten. Die Befundlage der Untersuchung dieser Arbeit drehte ich zentral um die Frage, wie die Entscheidung zur Anmeldung erfolgt. Im Ergebnis ist die Entscheidungsfindung als leicht, wenig komplex, teil-kognitiv, mit Blick auf einen Automobilitätsbaustein und ohne Verbindlichkeiten zu beschreiben.

Es lässt sich vermuten, dass diese Leichtigkeit der Entscheidungsfindung in free-floating Modellen noch deutlicher hervortritt. Im Gegensatz zu den stationären Systemen entfällt bei diesen Produkten zudem die standortabhängige Rückgabe der Fahrzeuge. Der Erfolg dieser Angebotsmodelle in den vergangenen Jahren ist konform mit den

Beobachtungen dieser Arbeit, dass die einfache, verlässliche und wiederholbare Nutzbarkeit ohne weitere Beschäftigung mit dem Auto als Gegenstand die aktuellen Anmeldungen dominiert. Deutlich wird, dass die hohe Dichte an Fahrzeugen die Verlässlichkeit und die Sicherheit der Nutzbarkeit erhöht. Mit dieser Voraussetzung muss sich der_die Nutzerin keine Sorgen oder Gedanken machen und einfach nutzen. Beide Modelle, das stationsgebundene und das free-floating Angebot ergänzen sich so als Bausteine im persönlichen Mobilitätsmix. Das stationäre Carsharing ist eine Alternative zum eigenen Fahrzeugbesitz. Das free-floating bedient hingegen eine alternative bzw. ergänzende Bewegungsmöglichkeit. Somit kann eine Anmeldung zum free-floating noch opportunistischer genutzt werden – unabhängig von einem Autobesitz.

Alles zusammen für mehr Individualverkehr

Der Erfolg des Carsharings insgesamt spiegelt den gesellschaftlichen Trend der Unverbindlichkeit. Die ökologischen Gedanken des Carsharings rücken in die Vergangenheit. Dank der Professionalisierung gibt es nun internationale Unternehmen, Kapital, Ressourcen und Willen mehr Autos für die Kurzzeitmiete auf die Straße zu bringen. Je mehr fahrende Fahrzeuge auf der Straße sind, desto mehr Profit kann die Branche generieren.

In Kombination mit autonomem Fahren und Elektroantrieb steht daher einer Steigerung der Automobilität durch Carsharing nichts mehr im Wege, oder?

7. Forschungsbedarf

Auf Basis der Rekonstruktion und der Befragung kommen neue Aufgaben auf die Forschung zu. Insbesondere zeigt sich ein interessantes Thema aufgrund der neuen Carsharing-Nutzer_innen und der Brückenannahmen der Konstruktion.

Pragmatisches Carsharing als Risiko?

Wie die Befragung gezeigt hat, sind Carsharing-Nutzer_innen heute pragmatischer unterwegs als bisher. Es zeigt sich, dass es nicht um einen Autoverzicht geht, sondern um eine Verbesserung des Autobausteins im bestehenden multimodalen Nutzungsmuster. D. h. eine Verbesserung in dem Sinne, dass Carsharing das Auto billiger, einfacher und stressfreier macht. Carsharing wird in Kombination mit dem Elektroantrieb und autonomem Fahren zu einem universellen und ökologischen Angebot. Der Pragmatismus der Carsharing-Nutzer_innen birgt somit das Risiko, dass die multimodalen Nutzer_innen bei einem Universalfahrzeug im Carsharing zu Vielnutzern werden und der bestehende Trend der geringeren Nutzung des Autobausteins umgekehrt wird. Hierzu sollte untersucht werden, welche Auswirkung die Einführung von autonomen Fahrzeugen im Carsharing hat und insbesondere wie sich dies auf die Wahrnehmung anderer Verkehrsangebote auswirkt.

Free-Floating-Anmeldungen mit ähnlich desinteressierter Entscheidung?

Die Befundlage dieser Arbeit zeigt bei den Befragten ein pragmatisches Verhältnis zur selbstgefahrenen Automobilität in allen seinen Formen sowie ein gewisses Desinteresse sich mit der Anmeldeentscheidung auseinander zu setzen. Bei der Anmeldung zu den untersuchten stationären Modellen konnte ein pragmatischer und unverbindlicher Nutzungswunsch erkannt werden. Nun stellt sich die Frage, ob sich dies auch bei den Anmeldungen zu free-float Modellen ebenso darstellt und ob die teilkognitive und einfache Entscheidungsfindung vergleichbar sind. Einen Hinweis darauf findet sich bereits in BeMobility 2.0 (2015):117. Demnach ist die Gruppe der pragmatisch Multimodalen eher im free-float zu finden als bei den stationären Angeboten. Plausibel ist die These, dass vergleichbar pragmatische Einstellungen vorliegen, die konkreten Motiv- und Motivationslagen zur Anmeldung beim free-floating aber abweichen. Dennoch wird die Entscheidung wahrscheinlich ebenso eingeschränkt abgewogen wie dies bei der untersuchten Gruppe der Neuanmeldungen der Fall ist. Im Gegensatz zum hier

untersuchten stationären Angebot könnten beim free-floating Motive vermutet werden, die einen Ersatz anderer Verkehrsangebote (ÖV, Rad, Fußweg etc.) erkennbar machen.

Wahrnehmung und saliente Entscheidungselemente:

Die individuelle Wahrnehmung spielt eine wichtige Rolle in der Entscheidung. Sie bestimmt, ob die verfügbaren Optionen als solche erkannt werden. Daher sollte die Wahrnehmung für die Forschung erfassbarer und von der Bewertung unterscheidbar werden. Folgende Forschungsfragen bieten sich an: Wie können die Wahrnehmungsunterschiede der Individuen erfasst werden? Wie lässt sich die Bewertung des Wahrgenommenen empirisch getrennt erfassen? Wie, was und nach welchem Schema filtert die Wahrnehmung und die Erinnerung? Wie funktioniert die Übersetzung in ein salientes Entscheidungselement?

Entscheidungsmotiv:

Das Entscheidungsmotiv wurde bisher folgenlos beschrieben. Mit dieser Arbeit wurde die Verbindung von dem Motiv über das Interesse bis zum Ressourceneinsatz bei Entscheidungen hergestellt. Zur Bestätigung der Annahme sollte eine Verprobung erfolgen, die einen Unterschied herausarbeitet, wenn die Entscheidung aus anderen Motiven heraus passiert. Lässt sich die extrinsische von der intrinsischen Motivation nach Motiven trennen und die Wirkung auf das Interesse, die eingesetzten Entscheidungsressourcen, den Entscheidungsmodus und die Entscheidungsregel nachweisen?

Entscheidungsmodus:

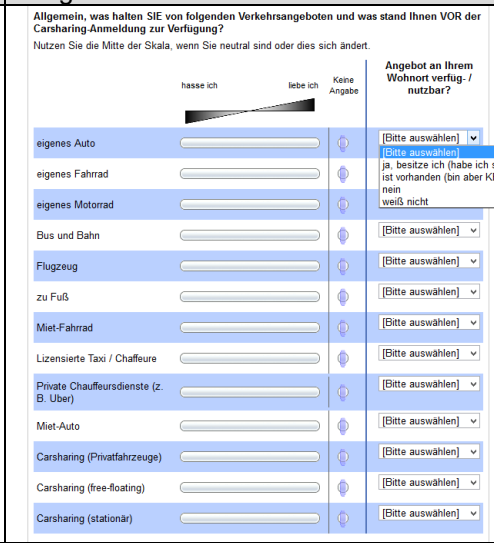
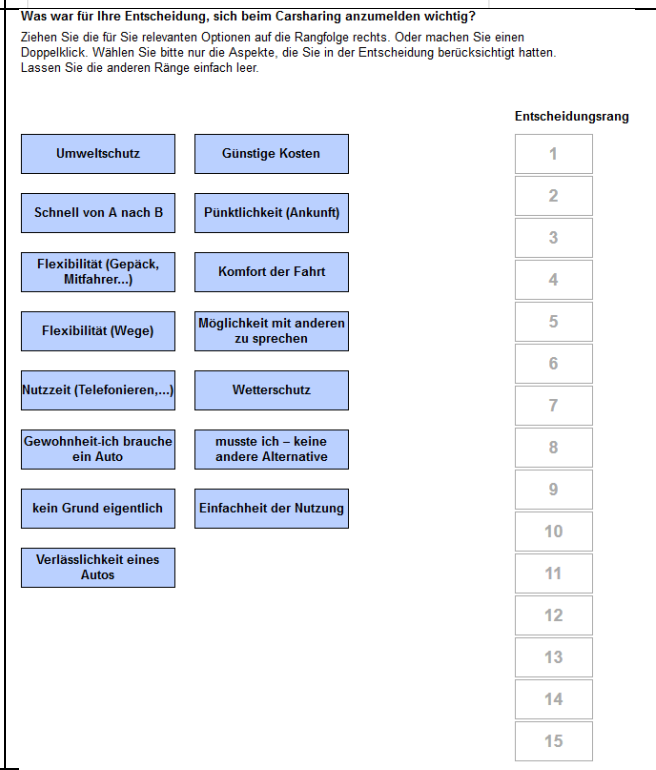
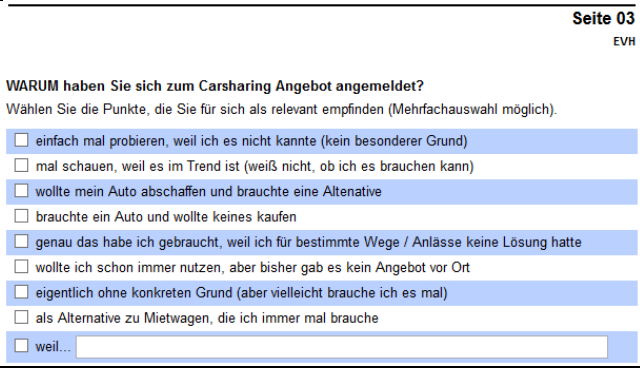
Der Entscheidungsmodus ist nach Einschätzungen dieser Arbeit nicht sinnvoll auf die beiden Pole (kognitiv = bewusst, Routine = unbewusst = automatisch) reduzierbar. Interessant ist der Bereich dazwischen. Die Studie von Gorr (1997) zum Grad der Gewohnheit ist vor dem Hintergrund von beispielsweise Wilger (2004) zu überprüfen. Denn es gibt gute Gründe anzunehmen, dass der Anteil der teil-bewussten, teil-kognitiven und teil-emotionalen Entscheidungen deutlich größer ist, als dies in den bisherigen Beiträgen erscheinen mag.

Wie groß ist der Anteil der Teilbeschäftigung bei Entscheidungen des Verkehrsangebots im Alltag? Wie spielen die Elemente des Entscheidungsmodus zusammen (Grad und Art der Abwägung, Grad des Bewusstseins des Entscheidungsablaufs und der Entscheidungsaktivierung)? Ist die Vorstellung von Routinen und Gewohnheiten als eigene Prozesse vor diesem Hintergrund noch aufrechtzuhalten?

8. Anhang

8.1. Fragebogen

	Frage	Messung	zahlt ein auf
1.1	**Seite 01** Start Vielen Dank, das Sie sich an dieser Befragung beteiligen. Alle Teilnehmer die den Fragebogen vollständig ausfüllen erhalten als Dankeschön ein 5 Euro Fahrtguthaben. Die hierfür notwendigen Angaben sind optional und nicht mit dem Fragebogen verbunden. Die Befragung wird im Rahmen einer Carsharing-Studie der TU-Berlin durchgeführt. Ziel ist es, mehr über die Motivation von Carsharing-Nutzern zu erfahren. Das Ausfüllen des Fragebogens dauert etwa 15 Minuten (rd. 25 Fragen auf 10 Seiten). Anleitung: Sie werden Fragen vorfinden, bei denen Sie eine Rangfolge der Bedeutung von Elementen bestimmen müssen. Entweder doppelklicken Sie auf die relevante Option oder ziehen diese auf die entsprechenden Felder. Alle Fragen müssen eine Antwort umfassen. Jede Frage hat aber die Möglichkeit einer Ausweichoption.	• ./.	./.
2.1	**Wie lange sind Sie schon Kunde bei diesem Carsharing-Angebot?** Bitte bewegen Sie den Regler auf die Anzahl der Monate. Auch <1 muss durch einen klick bestätigt werden. 1 6 <1 Ich bin seit .... Monat(en) angemeldet.	• Aktualität der Entscheidung	Relevanz der Auswertung
2.2	**Bitte vervollständigen Sie die folgenden Aussagen zu Ihrer Carsharing-Anmeldung durch die Angabe von einer Anzahl und der Einheit. z.B. 2 Wochen.** Erstmalig davon gehört habe ich vor ca. [Bitte auswählen] Ich habe mich informiert. Das dauerte ca. [Bitte auswählen] Stunden Tagen Wochen Monaten Jahren Zwischen Info und Entscheidung lagen ca. Die Entscheidung viel mir [Bitte auswählen] leicht schwer weil....	• Prozesszeiten von Erstkontakt über Information zur Entscheidung • Komplexitätsempfinden	Entscheidungsmoment vs. Entscheidungsprozess Hierdurch wird klar, ob der Kunde sich länger mit dem Thema auseinandersetzt, zögert, informiert oder dieser eine kurze, zügige Moment ist.
2.3	**Manchmal kann man sich nicht anmelden, weil z.B. ein Anbieter in der Nähe fehlt.** Gab es eine Hinderung bei Ihnen? Wenn ja, welche? Wie lange verzögerte sich die Anmeldung? [Bitte auswählen] Stunden Tagen Wochen Monaten Jahren **Allgemein, was halten SIE von folgenden Verkehrsangeboten Carsharing-Anmeldung zur Verfügung?** Nutzen Sie die Mitte der Skala, wenn Sie neutral sind oder dies sic	• Prozesskontrolle • Latente Handlungswünsche	Intention einer Handlung in Kombination mit der Kontrolle über die eigenen Handlungen. Fehlende Kontrolle führt zu latentem Handlungswunsch, der bei der Möglichkeit dazu realisiert wird.

	Frage	Messung	zahlt ein auf
2.4		• Allgemeine Einstellung (ohne Anlass) zu Verkehrsangeboten • Verfügbarkeit von Verkehrsangeboten • Besitz / Mitgliedschaft von / bei Verkehrsangeboten	Kontext (Besitz, Verfügbarkeit) und entscheidungsrelevante Vorentscheidungen
2.3		• Faktoren der Entscheidung für die Ergänzung von neuen Angeboten in das relevante Handlungsoptionsset	Relevante Entscheidungsgründe und Anzahl der berücksichtigten Faktoren (vs. spätere Frage: Entscheidungsbegründung)
3.1		• Entscheidungsmotiv	Identifikation latenter Unzufriedenheit (Handlungsdruck) vs. andere Gründe

	Frage	Messung	zahlt ein auf
3.2	**Als Sie sich zum Carsharing-Angebot angemeldet haben, was war der AUSLÖSER der Entscheidung?** Wählen Sie die Punkte, die Sie für sich als relevant empfinden (Mehrfachauswahl möglich). ☐ kein besonderer Grund, hatte halt mal Zeit ☐ weil es alle machen und ich da nicht nachstehen wollte ☐ weil mein Auto kaputt gegangen ist ☐ weil ich was erledigen wollte und ein Auto brauchte ☐ weil sich meine Lebensituation verändert hat (neuer Job, Familiestruktur…) ☐ weil ich umgezogen bin ☐ vorsorglich, weil ich das sonst wieder vergesse ☐ weil ich denke, es war Zeit, meine eingefahrenen Verhalten zu ändern ☐ weil sich meine Einstellung zum Leben in der Stadt und einem Auto verändert hat ☐ weil ich vorher nicht wusste, dass es ein Angebot gab ☐ weil ich keine Lust (mehr) auf ein eigenes Auto hatte ☐ weil....	• Entscheidungs-moment	Handlung aufgrund einer Veränderung der Situation durch neue persönlicher Anforderungen oder neuer Handlungsoptionen. (Möglichkeit auf latente Unzufriedenheit zu reagieren)
3.3	**Als Sie sich zum Carsharing-Angebot angemeldet haben, WAS / WIE haben Sie überlegt bzw. entschieden?** Wählen Sie die Punkte, die Sie für sich als relevant empfinden (Mehrfachauswahl möglich). ☐ habe davon gehört und mich einfach angemeldet – ist ja kein Risiko ☐ habe eigentlich nicht viel drüber nachgedacht ☐ ich hatte keine Wahl und musste mich anmelden ☐ ich habe lange verglichen und mich für die passendste Alternative entschieden ☐ ich weiß genau über Vor- und Nachteile und die Modelle bescheid ☐ solche Entscheidungen treffe ich impulsiv. Es hat sich richtig angefühlt ☐ es war umsonst und da habe ich mich angemeldet – weiß nicht genau ob es gut ist ☐ ich bin überzeugt davon, weil ich mich damit beschäftigt habe ☐ ein wenig wußte ich, verlasse mich aber auch auf die Meinung anderer ☐ ich probiere lieber aus, als das ich mich vorher damit soviel beschäftige ☐ so genau kann ich das eigentlich nicht sagen ☐ Menschen / Medien, denen ich traue, haben mir das empfohlen. Da habe ich das gemacht. ☐ weil....	• Entscheidungs-modus	Willentlich denkend, teil-automatisiert oder eher impulsiv / automatisch
4.1	**Seite 04** BV **Allgemein was halten Ihre FREUNDE und BEKANNTE von folgenden Verkehrsangeboten?** Bitte schätzen Sie Ihren engsten Freundes- und Bekanntenkreis ein, so wie Sie es denken. Überwiegende Tendenzen sind auch möglich. **Einstellung** finden die gut — mögen die nicht eigenes Auto eigenes Fahrrad eigenes Motorrad Bus und Bahn Flugzeug Carsharing (stationär) zu Fuß Lizensierte Taxi / Chaffeure Miet-Fahrrad Private Chauffeursdienste (z. B. Uber) Miet-Auto Carsharing (Privatfahrzeuge) Carsharing (free-floating)	• Allgemeine Einstellung (ohne Anlass) zu Verkehrsangeboten • Normativer Druck / Gruppenzugehörigkeit mit gleichen Werten und Einstellungen wir Entscheider	Kontext (normativer Druck) und entscheidungsrelevante Wahrnehmung von Optionen

<table>
<tr><th></th><th>Frage</th><th>Messung</th><th>zahlt ein auf</th></tr>
<tr><td>4.2</td><td>
VOR Ihrer Anmeldung für dieses Carsharing Angebot, für welchen Weg nutzten Sie welches Verkehrsangebot?
Bitte wählen Sie das Hauptverkehrsangebot. Sollte dieses unter regelmäßig wiederkehrenden Umständen sich ändern, markieren Sie bitte mehrere (z. B. Sommer / Winter, Wetter etc.)
<table>
<tr><th></th><th>Eigenes Auto</th><th>Auto Dritter (leihen, mieten, sharen)</th><th>Eigenes Rad</th><th>Rad Dritter (leihen, mieten, sharen)</th><th>zu Fuß</th><th>öffentlicher Verkehr</th></tr>
<tr><td>zur Arbeit</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zur Ausbildung</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zur Freizeitaktivität (Sport etc.)</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zum Freundesbesuch</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zum Familienbesuch</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zu Abendaktivitäten</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zum „Cruisen“ / rumfahren</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>zum Einkaufen (tägl. Bedarf)</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
<tr><td>für Ausflüge</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td></tr>
</table>
</td><td>
• Bestehende Nutzung erfassen
• Verfügbarkeit und Nutzungsroutinen von Verkehrsangeboten
</td><td>
Kontext (Bestehende Gewohnheiten) und Wahrnehmungsfilter.

X-Check von 2.4
</td></tr>
<tr><td>5.1-
5.3</td><td>
Analog für Freizeitaktivitäten, Arbeit, Einkauf (täglicher Bedarf)
Seite 05
EV Tag

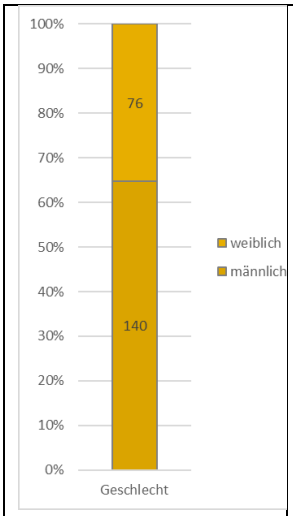
Was ist für die Wahl Ihres Verkehrsangebot auf dem Weg zur Freizeitaktivität ausschlaggebend?

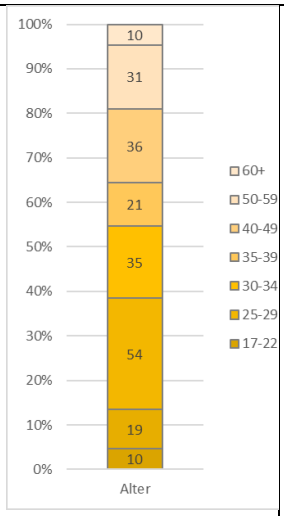
Freizeitaktivitäten — Entscheidungsrang
Preis pro Fahrt — Zeit pro Fahrt — 1
Pünktlichkeit (Ankunft) — Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...) — 2
Komfort der Fahrt — Flexibilität (Wege) — 3
Möglichkeit mit anderen zu sprechen — Nutzzeit (Schlafen, Lesen...) — 4
Wetterschutz — Umweltschutz — 5
Gewohnheit – machen alle so — gibt nur dieses Verkehrsangebot — 6
nicht relevant / denke nicht drüber nach — muss tägl. „ohne Denken“ gehen — 7
Verlässlichkeit — 8
9
10
11
12
13
14
15
</td><td>
• Faktoren der Entscheidung im Alltag (Nutzung von Verkehrsangeboten aus dem relevanten Handlungsoptionsset)
</td><td>
Relevante Entscheidungsgründe im Alltag (wird später vertieft) und Anzahl der berücksichtigten Faktoren
</td></tr>
</table>

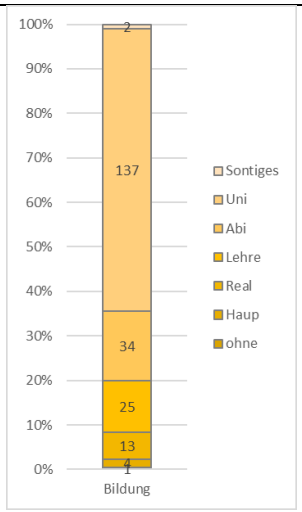
	Frage	Messung	zahlt ein auf
6.1	Seite 06 EV **Wenn Sie von FREUNDEN / BEKANNTEN gefragt werden, warum Sie Carsharing nutzen, dann sagen Sie...** Ziehen Sie die für Sie relevanten Optionen auf die Rangfolge rechts. Oder machen Sie einen Doppelklick. Wählen Sie bitte nur die Aspekte, die Sie in der Entscheidung berücksichtigt hatten. Lassen Sie die anderen Ränge einfach leer. Begründungsrang Umweltschutz / Günstige Kosten / 1 Schnell von A nach B / Pünktlichkeit (Ankunft) / 2 3 Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...) / Komfort der Fahrt / 4 Flexibilität (Wege) / Möglichkeit mit anderen zu sprechen / 5 Nutzzeit (Telefonieren,...) / Wetterschutz / 6 Gewohnheit-ich brauche ein Auto / musste ich – keine andere Alternative / 7 kein Grund eigentlich / Einfachheit der Nutzung / 8 9 Verlässlichkeit eines Autos / 10 11	• Entscheidungsbestätigung im Bezug zum normativen Druck (Rechtfertigung / Bestätigung der Entscheidung ggü. der relevanten sozialen Gruppe)	Relevante Entscheidungsbegründung (im Gegensatz zu den Entscheidungsgründen der Frage 2.3) und Anzahl der berücksichtigten Faktoren X-Check zu 4.1
6.2	**Für welche Wege wollen Sie ihr neues Carsharing-Angebot ergänzend / ersetzend zu Ihren bisherige Verkehrsmitteln nutzen ?** Ergänzung / neue Möglichkeiten / Ersatz / hierfür nicht zur Arbeit zur Ausbildung zur Freizeitaktivität (Sport etc.) zum Freundesbesuch zu Abendaktivitäten zum „Cruisen" / rumfahren zum Einkaufen für Ausflüge	• Auswirkung des neuen Angebots im relevanten Handlungsoptionsset auf die konkrete Handlung	Erkennen, welches latente Bedürfnis adressiert wird. Wenn weder Ergänzung noch Ersatz, dann kein latentes Bedürfnis. Wenn Ergänzung, dann muss dies in 7.1 verstanden werden
7.1	Optional, je nachdem, was in der Vorfrage mit „Ergänzung" gewählt wurde. **Sie nutzen Carsharing als Ergänzung für bestimmte Anlässe. Wovon hängt ab, ob Sie Carsharing oder Ihr anderes Verkehrsangebot nutzen?** zur Arbeit [Bitte auswählen] [Bitte auswählen] vom Wetter meiner Laune dem Transportbedarf meinen Freunden meiner Kleidung keine Ahnung anderer Grund zur Ausbildung zur Freizeitaktivität (Sport etc.) [Bitte auswählen] zur Abendaktivität [Bitte auswählen] zum „Cruisen" / rumfahren [Bitte auswählen] zum Einkaufen [Bitte auswählen] für Ausflüge [Bitte auswählen]	• Anzeige nur, wenn 6.3. auf Ergänzung war. • Ziel ist es zu erkennen, ob es ein konkretes Bedürfnis im Alltag für dieses neue Verkehrsangebot im Handlungsoptionsset gibt	Latentes Bedürfnis aufdecken. Zusammenhang mit 6.3 und 3.1

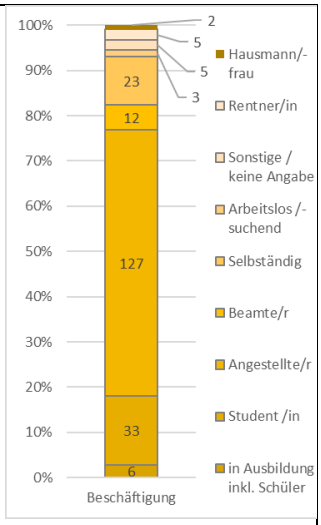
	Frage	Messung	zahlt ein auf
8.1	**Seite 08** SD **Einige Basisangaben über Sie.** Geschlecht [Bitte auswählen] Alter [Bitte auswählen] Wohnsituation [Bitte auswählen] Wohnart [Bitte auswählen] Personen im Haushalt [Bitte auswählen] Beziehung zu Personen im Haushalt [Bitte auswählen] Ausbildung [Bitte auswählen] Beschäftigung / Beruf [Bitte auswählen] Nettoeinkommen (alle Einkünfte) [Bitte auswählen] [Bitte auswählen]: männlich; weiblich; keine Angabe [Bitte auswählen]: 17 bis 22 Jahre; 22 bis 24 Jahre; 25 bis 29 Jahre; 30 bis 34 Jahre; 35 bis 39 Jahre; 40 bis 49 Jahre; 50 bis 59 Jahre; 60 oder älter [Bitte auswählen]: Innerstadt / sehr dicht besiedelt / Wohnblocks; Stadt / dicht besiedelt / Mehrfamilienhäuser; Stadt / lose besiedelt / Einfamilienhäuser; Ländlich; Sonstiges [Bitte auswählen]: Eigentum; Miete; Sonstiges / keine Angabe [Bitte auswählen]: 1; 2-3; 4+; keine Angabe [Bitte auswählen]: Familie; Freunde / Bekannte; nicht relevant [Bitte auswählen]: (noch) ohne Abschluss; Volks-, Hauptschulabschluss, Quali; Realschul- oder gleichwertiger Abschluss; Abgeschlossene Lehre; (Fach-) Abitur; (Fach-) Hochschulabschluss (Bachelor / Master / Promotion); Sonstiges / keine Angabe [Bitte auswählen]: in Ausbildung inkl. Schüler/in; Student/in; Angestellte/r; Beamte/r; Selbstständig; Arbeitslos/Arbeit suchend; Rentner/-in; Hausmann/-frau; Sonstiges / keine Angabe [Bitte auswählen]: kein eigenes Einkommen; weniger als 1000 €; 1000 € bis unter 2000 €; 2000 € bis unter 2500 €; 2500 € bis unter 3000 €; 3000 € bis unter 3500 €; 3500 € oder mehr; ich will darauf nicht antworten	• Lebenssituation und -rahmen verstehen.	Kontext
8.2	**Wie weit ist die durchschnittliche Distanz und die Häufigkeit der Wege ....** Distanz / Häufigkeit Wohnort – Arbeit [Bitte auswählen] Wohnort – Ausbildung [Bitte auswählen] Wohnort – Freizeitaktivität (Sport etc.) [Bitte auswählen] Wohnort – Freundesbesuch [Bitte auswählen] Wohnort – Familienbesuch [Bitte auswählen] Wohnort – Abendaktivitäten [Bitte auswählen] Wohnort – Einkaufen (täglicher Bedarf) [Bitte auswählen] Distanz: [Bitte auswählen]; < 1km; 1 – 5 km; 6 – 10 km; 11 – 50km; > 50km; nicht relevant Häufigkeit: [Bitte auswählen]; täglich; jeden Arbeitstag; mehrmals pro Woche; mehrmals pro Monat; seltener; nicht relevant	• Entscheidung für grundsätzliche Zusammensetzung des relevanten Handlungsoptionssets und der täglichen Handlungsentscheidung verstehen.	Kontext und Notwendigkeit von Verkehrsangeboten oder Faulheit aufdecken
8.3	**Möchten Sie zu dieser Befragung oder zum besseren Verständnis Ihrer Antworten noch etwas anmerken?** Ist Ihnen während der Teilnahme an dieser Befragung etwas negativ aufgefallen? Waren die Fragen an einer Stelle nicht klar oder war Ihnen die Beantwortung unangenehm? Bitte schreiben Sie kurz ein paar Stichworte dazu.	• Möglichkeit Inhalte zu ergänzen	./.

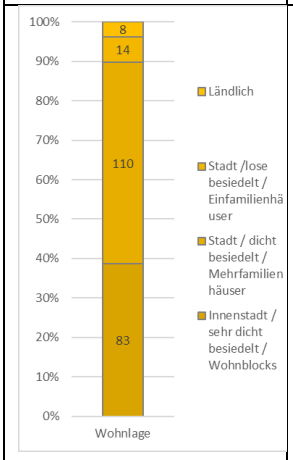
8.2. Teilnehmerdaten

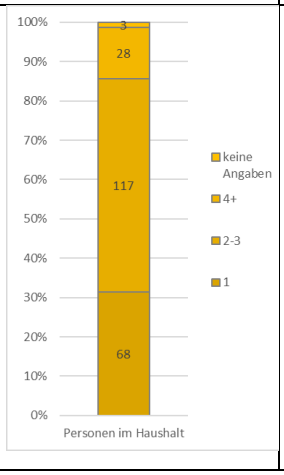


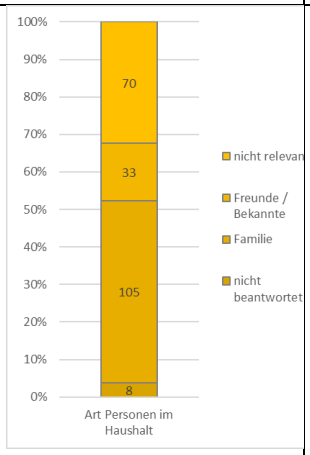


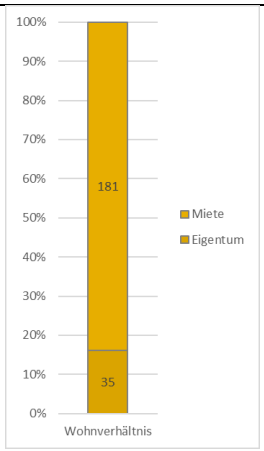








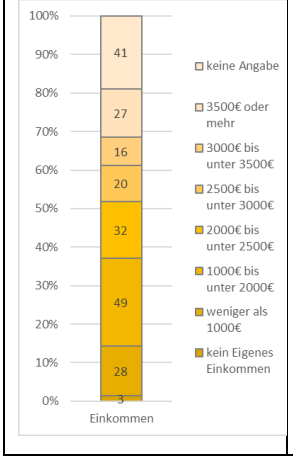




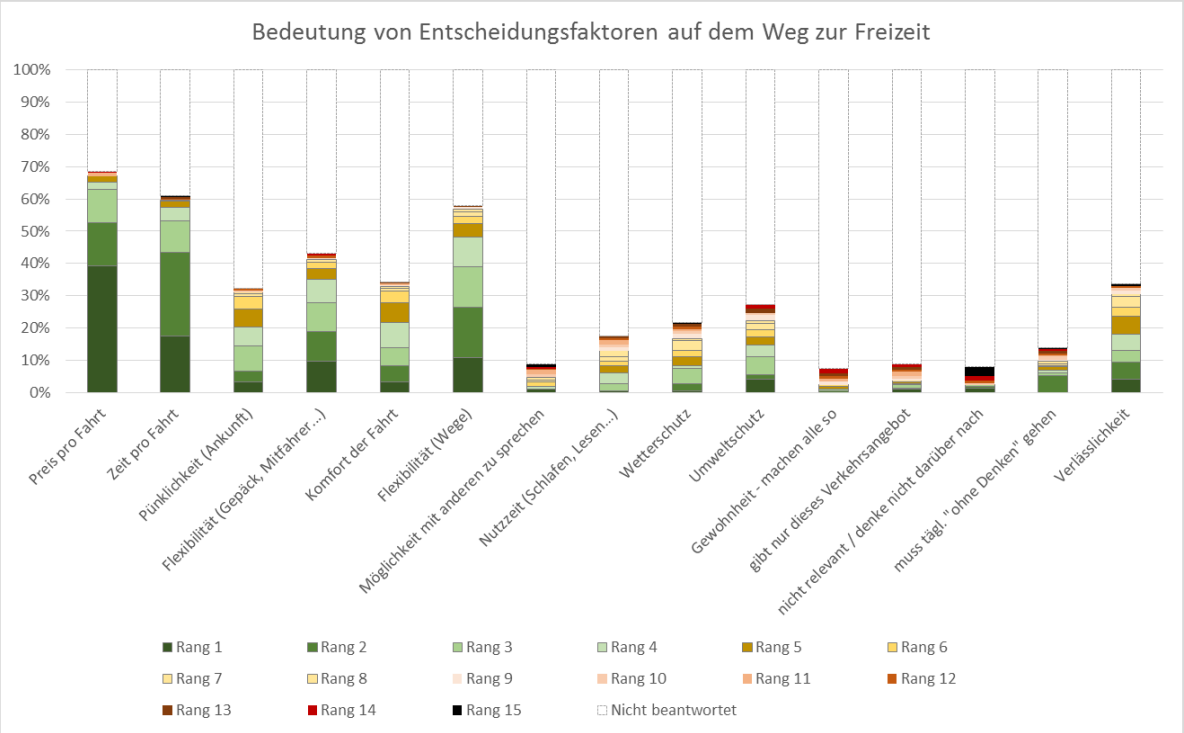
Zusatzauswertung:

2-3 Pers + Familie: 81

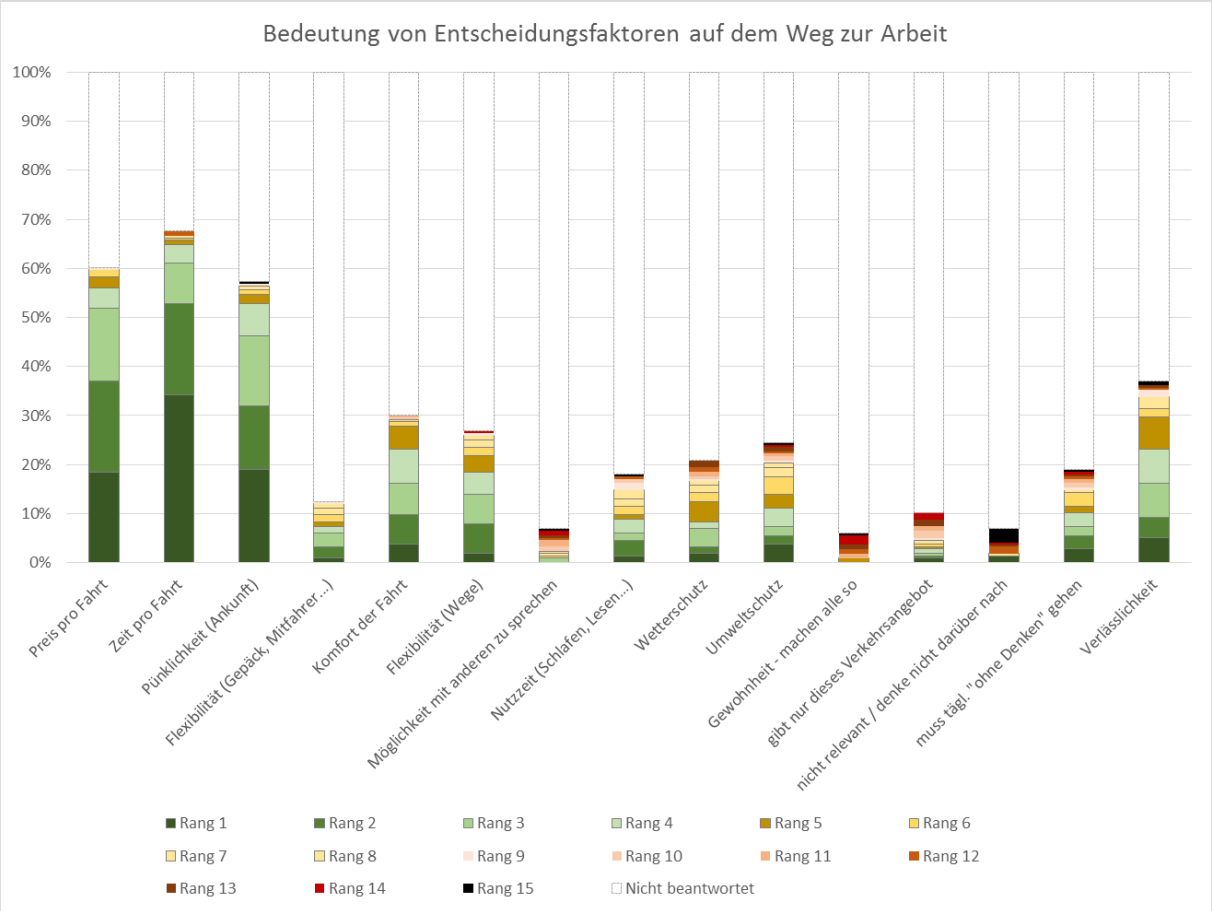
2-3 Pers + Freunde: 28



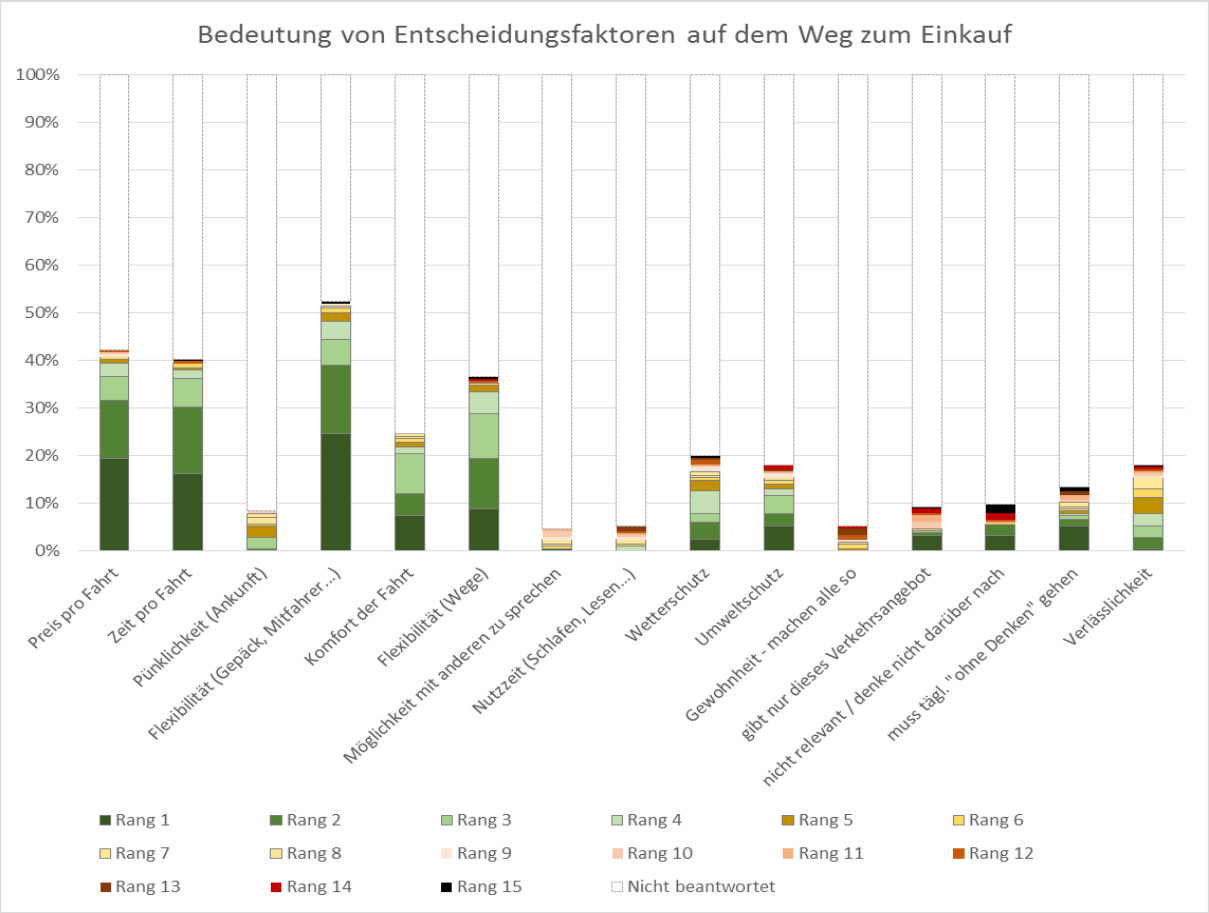
8.3. Daten: Entscheidung der Nutzung eines Verkehrsangebots



Freizeitweg: Entscheidungsgründe & -prioritäten für die Wahl des Verkehrsangebots	Preis pro Fahrt	Zeit pro Fahrt	Pünktlichkeit (Ankunft)	Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...)	Komfort der Fahrt	Flexibilität (Wege)	Möglichkeit mit anderen zu sprechen	Nutzzeit (Schlafen, Lesen...)	Wetterschutz	Umweltschutz	Gewohnheit - machen alle so	gibt nur dieses Verkehrsangebot	nicht relevant / denke nicht darüber nach	muss tägl. "ohne Denken" gehen	Verlässlichkeit
Rang 1	85	38	7	21	7	23	2	1	1	9	0	2	3	0	9
Rang 2	29	56	7	20	11	34	0	0	5	3	1	1	1	11	11
Rang 3	22	21	17	19	12	27	0	5	10	12	1	2	1	2	8
Rang 4	5	9	13	16	17	20	2	7	2	8	0	1	0	2	11
Rang 5	4	4	12	7	13	9	0	5	6	5	2	1	0	2	12
Rang 6	0	0	8	4	8	5	3	3	4	5	1	0	0	1	6
Rang 7	0	1	2	0	2	3	1	3	7	4	0	0	0	1	7
Rang 8	0	0	1	2	1	2	2	4	1	2	0	1	0	2	2
Rang 9	0	0	0	1	1	1	0	2	3	4	2	1	0	1	2
Rang 10	0	0	1	0	0	0	2	2	2	1	0	2	1	2	2
Rang 11	2	0	0	0	1	0	3	3	1	0	2	3	0	1	0
Rang 12	0	1	2	2	0	0	1	1	2	0	2	1	2	1	1
Rang 13	0	1	0	0	1	1	0	2	2	3	2	2	0	2	0
Rang 14	1	0	0	1	0	0	1	0	0	3	3	2	3	1	0
Rang 15	0	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	6	1	2
Nicht beantwortet	68	84	146	123	142	91	197	178	169	157	200	197	199	186	143
Keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216

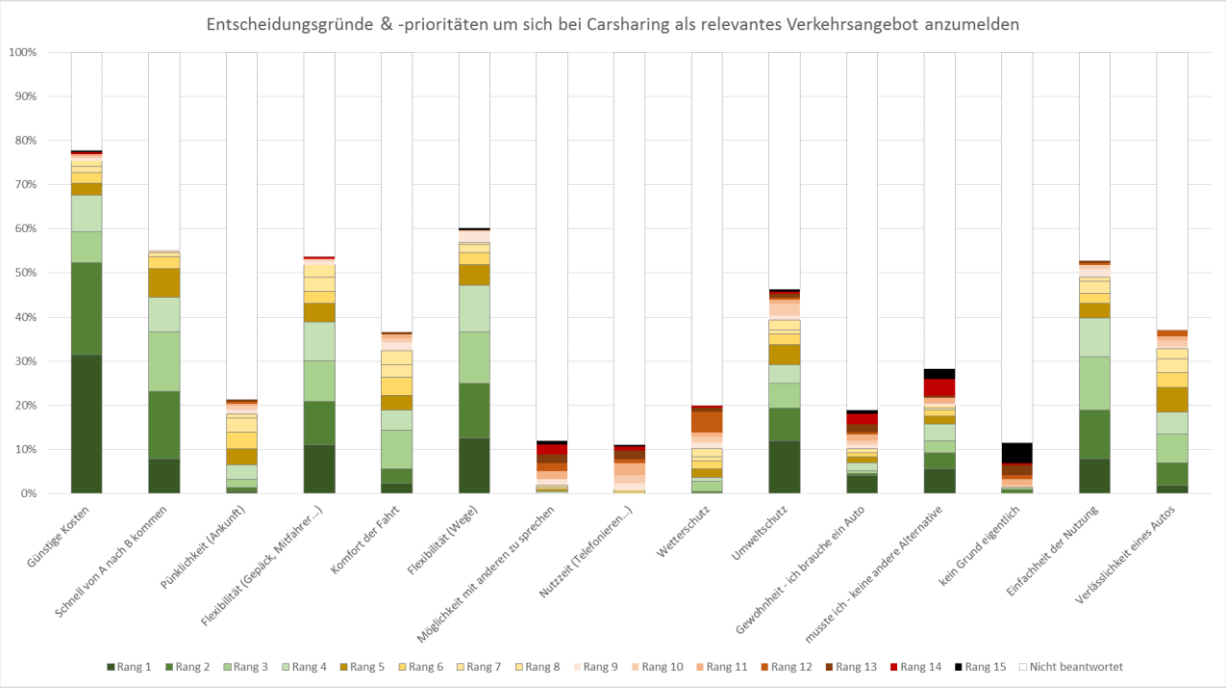


Arbeitsweg: Entscheidungsgründe & -prioritäten für die Wahl des Verkehrsangebots	Preis pro Fahrt	Zeit pro Fahrt	Pünktlichkeit (Ankunft)	Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...)	Komfort der Fahrt	Flexibilität (Wege)	Möglichkeit mit anderen zu sprechen	Nutzzeit (Schlafen, Lesen...)	Wetterschutz	Umweltschutz	Gewohnheit - machen alle so	gibt nur dieses Verkehrsangebot	nicht relevant / denke nicht darüber nach	muss tägl. "ohne Denken" gehen	Verlässlichkeit
Rang 1	40	74	41	2	8	4	0	3	4	8	0	2	3	6	11
Rang 2	40	40	28	5	13	13	0	7	3	4	0	1	0	6	9
Rang 3	32	18	31	6	14	13	2	3	8	4	0	1	0	4	15
Rang 4	9	8	14	3	15	10	0	6	3	8	0	2	0	6	15
Rang 5	5	2	4	2	10	7	0	2	9	6	2	1	0	3	14
Rang 6	3	1	2	3	2	4	1	4	4	8	0	1	0	6	4
Rang 7	0	1	0	3	1	3	1	3	3	4	0	0	0	1	5
Rang 8	0	0	2	2	0	2	1	4	2	2	0	2	1	0	0
Rang 9	1	0	1	1	0	1	0	3	1	1	0	1	0	1	3
Rang 10	0	0	0	0	1	0	2	2	1	2	0	3	0	2	0
Rang 11	0	0	0	0	1	0	3	0	2	1	2	2	0	2	0
Rang 12	0	2	0	0	0	0	1	1	2	1	2	0	3	1	1
Rang 13	0	0	0	0	0	0	1	0	3	2	2	3	1	1	1
Rang 14	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	4	3	1	1	0
Rang 15	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	6	1	2
Nicht beantwortet	86	70	92	189	151	158	201	177	171	163	203	194	201	175	136
Keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216

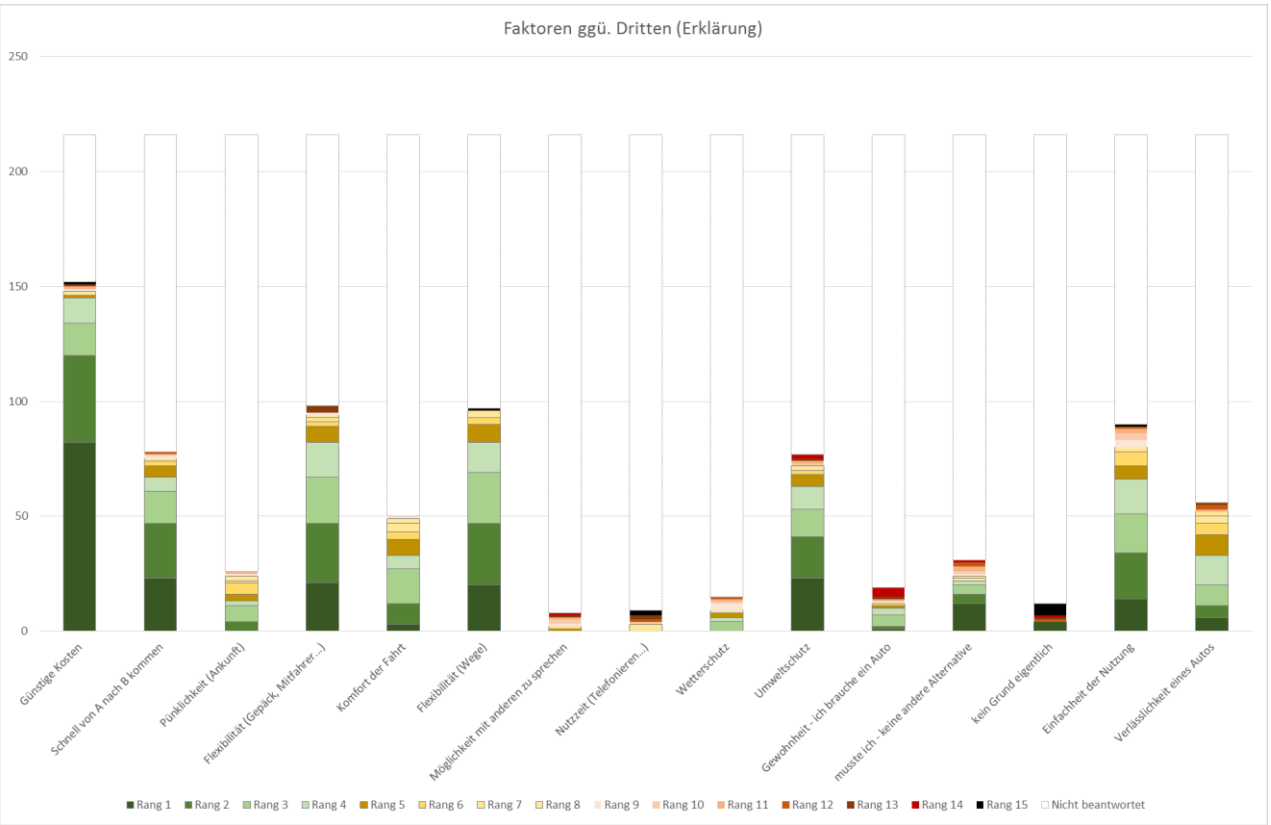


Einkaufsweg: Entscheidungs-gründe & -prioritäten für die Wahl des Verkehrsangebots	Preis pro Fahrt	Zeit pro Fahrt	Pünktlichkeit (Ankunft)	Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...)	Komfort der Fahrt	Flexibilität (Wege)	Möglichkeit mit anderen zu sprechen	Nutzzeit (Schlafen, Lesen...)	Wetterschutz	Umweltschutz	Gewohnheit - machen alle so	gibt nur dieses Verkehrsangebot	nicht relevant / denke nicht darüber nach	muss tägl. "ohne Denken" gehen	Verlässlichkeit
Rang 1	42	35	0	53	16	19	1	0	5	11	0	7	7	11	1
Rang 2	26	30	1	31	10	23	0	0	8	6	0	1	5	3	5
Rang 3	11	13	5	12	18	20	0	0	4	8	0	1	0	2	5
Rang 4	6	4	0	8	3	10	0	2	10	3	0	0	0	1	6
Rang 5	2	1	5	4	2	3	0	0	5	2	1	0	0	1	7
Rang 6	1	2	1	2	2	0	1	1	1	2	2	1	0	1	4
Rang 7	0	0	3	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	5
Rang 8	0	0	2	0	1	0	2	2	2	0	0	0	0	2	0
Rang 9	1	0	0	1	0	0	1	1	2	2	1	0	0	0	1
Rang 10	1	0	1	0	0	0	3	1	0	0	0	3	0	1	1
Rang 11	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	3	1	2	1
Rang 12	1	1	0	0	0	1	0	1	2	0	2	1	1	0	1
Rang 13	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	3	0	0	2	0
Rang 14	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	2	3	0	1
Rang 15	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	4	2	1
Nicht beantwortet	125	129	198	103	163	137	206	205	173	177	205	196	195	187	177
Keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216

8.4. Daten: Gründe und Begründung für die Anmeldung zum Carsharing



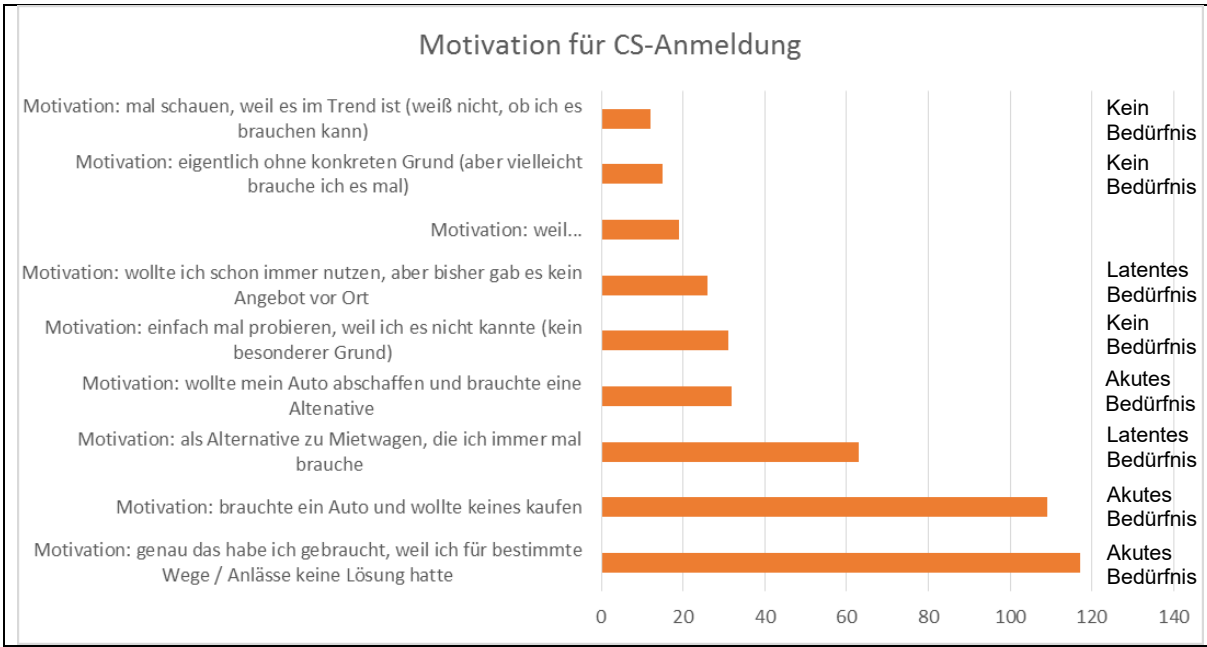
Entscheidungsgründe & -prioritäten um sich bei Carsharing als relevantes Verkehrsangebot anzumelden	Günstige Kosten	Schnell von A nach B kommen	Pünktlichkeit (Ankunft)	Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...)	Komfort der Fahrt	Flexibilität (Wege)	Möglichkeit mit anderen zu sprechen	Nutzzeit (Telefonieren...)	Wetterschutz	Umweltschutz	Gewohnheit - ich brauche ein Auto	musste ich - keine andere Alternative	kein Grund eigentlich	Einfachheit der Nutzung	Verlässlichkeit eines Autos
Rang 1	68	17	1	24	5	27	0	0	0	26	9	12	0	17	4
Rang 2	45	33	2	21	7	27	0	0	1	16	1	8	2	24	11
Rang 3	15	29	4	20	19	25	0	0	5	12	1	6	1	26	14
Rang 4	18	17	7	19	10	23	1	0	2	9	4	8	0	19	11
Rang 5	6	14	8	9	7	10	1	0	4	10	3	4	0	7	12
Rang 6	5	6	8	6	9	6	1	1	4	5	2	3	0	5	7
Rang 7	3	0	7	7	6	4	0	0	2	2	2	1	0	6	7
Rang 8	3	2	2	6	7	1	1	1	4	5	0	1	0	2	5
Rang 9	1	0	2	2	4	5	3	3	3	2	2	1	0	4	1
Rang 10	1	1	2	1	2	1	0	4	3	6	2	0	1	2	3
Rang 11	1	0	1	0	2	0	4	6	2	2	3	3	3	0	2
Rang 12	0	0	1	0	0	0	4	2	10	1	1	0	2	1	3
Rang 13	0	0	1	0	1	0	4	4	2	2	4	1	5	1	0
Rang 14	1	0	0	1	0	0	5	2	1	1	5	8	1	0	0
Rang 15	1	0	0	0	0	1	2	1	0	1	2	5	10	0	0
Nicht beantwortet	48	97	170	100	137	86	190	192	173	116	175	155	191	102	136
Keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216



Begründung für die Anmeldeentscheidung ggü. Dritten	Günstige Kosten	Schnell von A nach B kommen	Pünktlichkeit (Ankunft)	Flexibilität (Gepäck, Mitfahrer...)	Komfort der Fahrt	Flexibilität (Wege)	Möglichkeit mit anderen zu sprechen	Nutzzeit (Telefonieren...)	Wetterschutz	Umweltschutz	Gewohnheit - ich brauche ein Auto	musste ich - keine andere Alternative	kein Grund eigentlich	Einfachheit der Nutzung	Verlässlichkeit eines Autos
Rang 1	82	23	0	21	3	20	0	0	0	23	1	12	4	14	6
Rang 2	38	24	4	26	9	27	0	0	0	18	1	4	0	20	5
Rang 3	14	14	7	20	15	22	0	0	4	12	5	4	0	17	9
Rang 4	11	6	2	15	6	13	0	0	2	10	3	2	0	15	13
Rang 5	1	5	3	7	7	8	1	0	2	5	1	0	0	6	9
Rang 6	0	2	5	2	3	3	1	0	0	2	1	0	0	6	5
Rang 7	2	1	1	2	4	0	0	0	0	2	0	1	0	2	3
Rang 8	0	0	2	1	2	3	0	3	1	0	0	1	0	0	2
Rang 9	1	1	1	1	1	0	1	0	3	0	1	1	0	3	0
Rang 10	0	1	0	0	0	0	2	1	1	1	0	1	0	3	0
Rang 11	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	2	0	2	1
Rang 12	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	1	2
Rang 13	1	0	0	3	0	0	1	2	0	1	1	0	1	0	1
Rang 14	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	4	1	1	0	0
Rang 15	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	5	1	0
Nicht beantwortet	64	138	190	118	166	119	208	207	201	139	197	185	204	126	160
Keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216

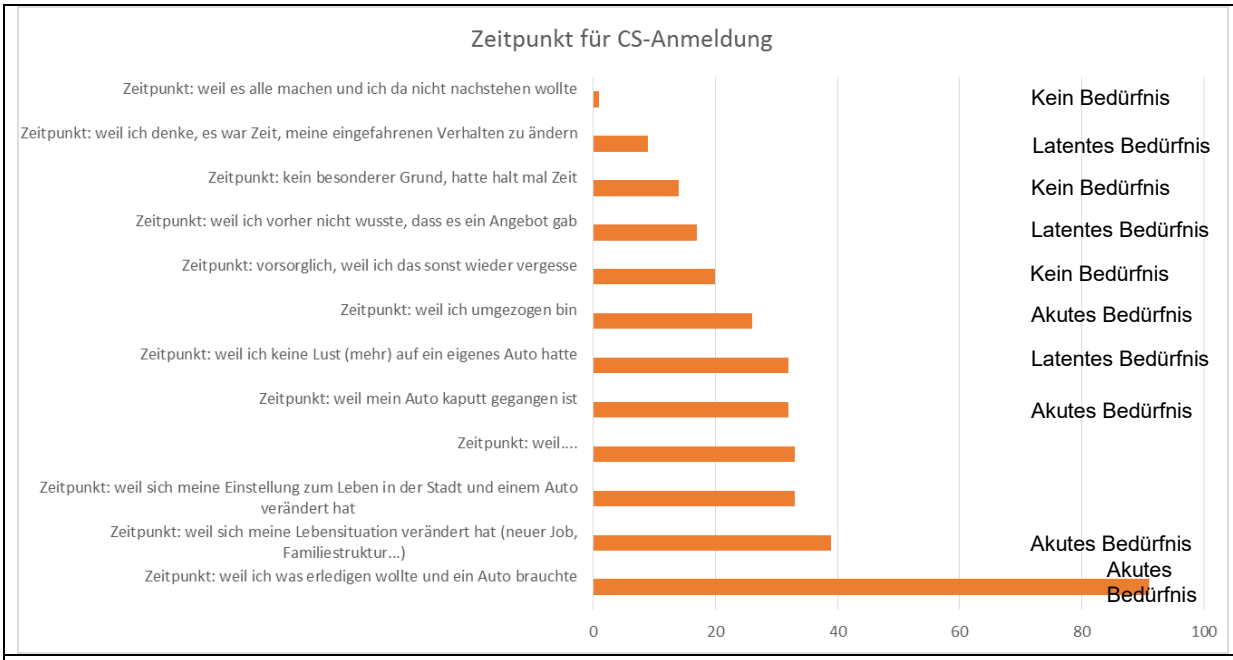
8.5. Daten: Entscheidung zur Anmeldung

Anmeldung->	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	Juli
Erstinfo	7	6	5	4	3	2	1	-1
0 / ohne	0	1	0	0	0	1	1	1
< 1 Stunde	0	0	0	0	0	0	0	0
1h-12h	0	0	0	0	0	0	0	0
> 12h-24h	1	0	0	0	0	1	0	0
> 1d-7d	0	0	0	0	0	0	0	0
> 7d -14d	0	0	0	0	0	0	1	1
> 14d-30d	0	0	0	0	0	0	1	2
> 30d-60d	0	0	0	0	0	9	7	1
> 60d	0	0	0	0	9	6	6	0
> 90d	0	0	3	6	12	6	2	6
>180d	4	9	6	7	4	10	7	4
>365d	4	3	4	5	7	5	8	2
>720d	6	5	3	8	9	5	3	4
Summe: 216	15	18	16	26	41	43	36	21



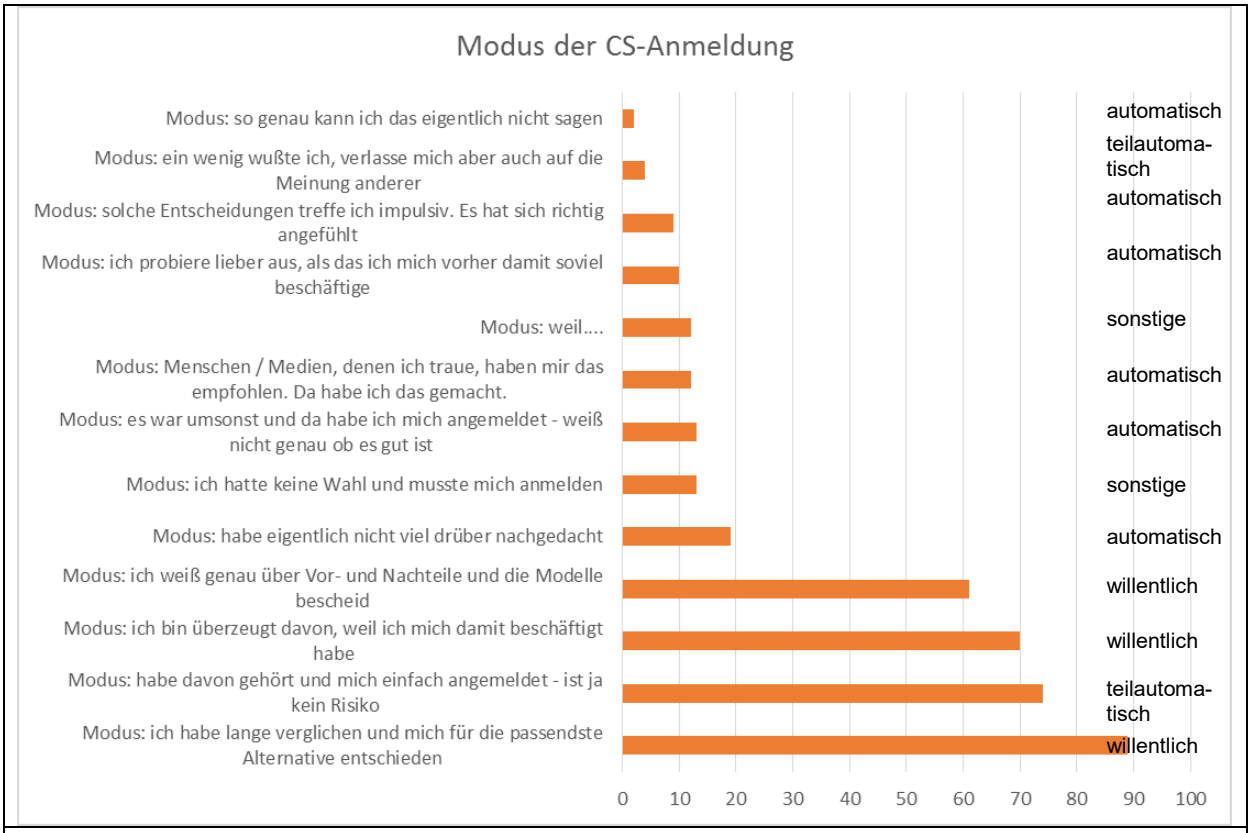
Sonstige Gründe (Motivation: weil….)

- mich der ZOE interessiert
- Arbeitgeber das fördert, kam mir so sicherer vor
- In der Stadt wohne, das Fahrrad zur Arbeit und Freitzeit nutze, aber gelegentlich ein Auto für Einkauf, Ausflüge, Abholung etc. brauche
- Wollte Auto fahren. Aber kann mir als Schüler/Student keins leisten.
- wir nur jedes 2. oder 3. Wochenende ein Auto brauchen, unter der Woche nicht.
- ich eine Fallback Lösung zum eigenen Pkw brauche, wenn mein Pkw in der Werkstatt ist
- Ich Fahranfänger bin, mir kein Auto kaufen kann und in Übung bleiben will.
- andere Anbieter für mich zu teuer waren
- die Option der kleintaktigen Stundenwahl super komfortabel ist.
- ich ein Auto benötige, aber kein Geld habe, ein eigenes zu kaufen.
- wir uns einen Zweitwagen damit ersparen können
- passenderes Carsharingangebot als bisheriger Anbieter
- ich spontan für kurze Zeit ein Auto mieten wollte
- Nützlich für den Job
- die bahn streikte
- mein Auto einen Motorschaden hatte und dieses in der Werkstatt war
- als Alternative zum mangelhaften ÖPNV
- Ich mein eigenes Auto nicht mit in den Stadt Urlaub nehmen konnte
- praktisch für Großeinkäufe, bei manchen Anlässen bequemer als Öffentliche Verkehrsmittel



Sonstige Gründe (Zeitpunkt: weil….)

- die Bahn aktiv dafür geworben hat
- ich kein zweites Auto anschaffen wollte
- es ein gutes Angebot gab.
- Auto auch für weitere Wege & Fahrverhalten verbessern
- Gerade meinen führerschein gemacht hab
- ich wußte, es irgendwann brauchen zu müssen
- Ich meine Fahrpraxis erhalten wollte und nicht abhängig vom ÖPNV bzw. meiner Eltern unterwegs sein möchte.
- es das erste Angebot ohne Monatsgebühr war
- ich nur bei bestimmten Gelegenheien ein Auto brauche
- Umzug
- ich vorher keinen Führerschein hatte und ein Unternehmen gesucht habe das günstig ist und Fahranfängern erlaubt autos zu leihen.
- meine Probleme mit den Gehwerkzeugen, zu viel Gelatsche
- ich gelegentlich an abgelegenem Ort ein Transportmittel benötige
- ich das auch gewerblich nutze, mir aber kein auto kaufen will
- weil ich als Fahranfängerin Praxis brauchte, aber kein eigenes Auto kaufen wollte
- es eine zusätzliche Alternative statt einem eigenem Fahrzeug ist
- Kooperation mit öffentlichen Nahverkehr, gute Konditionen
- ich durch mein Jahresabo der Straba darauf aufmerksam gemacht wurde
- die Kosten für ein eigenes Auto relativ hoch sind
- Wir haben uns bei einem anderen Carsharing angemeldet, weil wir unser Auto abgeschafft hatten und ab und zu eines benoetigen. Flinkster hat einen unguenstigen Stellplatz fuer uns, aber wir haben uns dort zusaetzlich dort angemeldet, weil es der einzige Anbieter ist, der begleitetes Fahren zulaesst.
- ich die Flexibilität ohne Auto und mit Carsharing super finde!
- es ein kostenfreies Anmeldeangebot gab
- ich in der Innenstadt (Fußgängerzone) wohne, wenig Parkmöglichkeit
- das Angebot unschlagbar war
- ich nach dem Verkauf (auslauf Leasing) menes Pkw alternaitv ÖPNV nutzen wollte
- besonderes Angebot
- ich dadurch flexibel sein möchte, um meine Verwandtschaft im anderen Bundesland besuchen zu können.
- bahnstreik
- ich jetzt in einer Region lebe, die mit Bus schlecht vernetzt ist
- Der Urlaub bevor stand
- durch ein Bus-Jahresabo die Anmeldegebühr wegfiel
- ich kein eigenes auto habe
- Das eigen Auto stand zu viel herum und verursacht dafür zu viel Kosten



Sonstige Gründe (Modus, weil….)

- Arbeitgeber übernimmt anmelde gebühr, ich dachte ich probiers halt
- ich die Vor-und Nachteile von Freefloating und Feststation ausprobieren wollte
- Jetzt oder nie!
- es das einzigste carsharing angebot in rosenheim ist
- DB an sich sehr sehr mag. Züge, Leih Farräder und Flinkster auch
- Eine Station ganz in der Nähe wae
- ich die Verbindung von WVV (Verkehrsverbund in WÜ) mit einem Auto sinnvoll erachte
- ich das Angebot bei Bedarf nutzen kann, jedoch keine Kosten bei Nichtinanspruchnahme anfallen
- weil es in bestimmten Fällen Zeit spart
- stundenweise Mietung gibt es nur bei Flinkster, ansonsten zu teuer
- Ich es für eine gute Sache ohne Risiko hielt
- mein Partner und ich uns über das Angebot vor Ort informiert haben und uns praktisch erschien

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Empirischer Fokus: Anmeldung zum Carsharing (eigene Darstellung) 4
Abbildung 2: Ablaufmodell nach Mayring (2001) _____ 7
Abbildung 3: Entscheidungsbegriffe (eigene Darstellung) _____ 13
Abbildung 4: Fokus auf die individuelle Entscheidung (eigene Darstellung)_____ 17
Abbildung 5: Entscheidungsvorgang im Zusammenhang (eigene Darstellung) ___ 19
Abbildung 6: Verkehrsangebot in der Entscheidung (eigene Darstellung) _____ 25
Abbildung 7: Bedürfnisse, Handlungen und Motive (eigene Darstellung)_____ 35
Abbildung 8: Selbstbestimmungskontinuum nach Deci, Ryan (2000):237 _____ 37
Abbildung 9: Abwägung in den Entscheidungstheorien (eigene Darstellung) ____ 45
Abbildung 10: Modifiziertes Norm-Aktivations-Modell, Hunecke, Blöbaum, Matthies, Höger (2001):832_____ 59
Abbildung 11: Theory of Planned Behavior, Ajzen (1991) (eigene Darstellung)___ 74
Abbildung 12: Interventionstechniken (nach Homburg, Matthies (1998)) _____ 87
Abbildung 13: Modal Split in Mrd. PKM, ViZ (2014) (eigene Darstellung) _____ 90
Abbildung 14: Benzin- und Bahnpreisen 1970-2013 (2000=100%) _____ 91
Abbildung 15: Passagiere deutscher Flughäfen nach Billigfliegern und Traditionell, in Tausend (eigene Darstellung und Berechnung, DLR (2015)) _____ 91
Abbildung 16: How Behavior or Choice is Related to Beliefs, Attitudes, and Values (Gärling, Fujii (2009):100) _____ 98
Abbildung 17: Hauptmotive für die Teilnahme am Carsharing (zwei Nennung pro Nutzer) (Pesch (1996):124) _____ 104
Abbildung 18: Altersstruktur der Carsharing-Nutzer ((Pesch (1996):125, eigene Darstellung) _____ 104
Abbildung 19: Präferenzen und Einstellungen der Cluster (Hoffmann, Stolberg (2005):8, 13,17, 21) _____ 107
Abbildung 20: Intermodi - Zusammensetzung der Cluster (Hoffmann, Stolberg (2005):26, eigene Darstellung) _____ 108
Abbildung 21: Vergleich Mobilitätstypen BeMobility und WiMobility Sample (BeMobility 2.0 (2015) :117, WiMobility (2016):40, eigene Darstellung)_____ 110
Abbildung 22: Altersstruktur der befragten DriveNow- und Flinkster-Nutzern (WiMobility (2016):83) _____ 111
Abbildung 23: PKW-Anzahl im Haushalt der DriveNow- und Flinkster-Nutzer (WiMobility (2016):88) _____ 112

Abbildung 24: Vergleich Verkehrsangebotsnutzung Flinkster, DriveNow ((WiMobility (2016):92,94, eigene Darstellung) _____ 113
Abbildung 25: Hauptgründe für die Mitgliedschaft im Carsharing der DriveNow- und Flinkster-Nutzer (mit Mehrfachnennungen) (WiMobility (2016):89) ___ 114
Abbildung 26: Schematische Struktur relevanter Beiträge (eigene Darstellung) _ 122
Abbildung 27: Bestandteile einer Rekonstruktion (eigene Darstellung) _____ 122
Abbildung 28: Vorentscheidungen und Abwägung (eigene Darstellung) _____ 125
Abbildung 29: Wahrnehmungsfilter (eigene Darstellung) _____ 133
Abbildung 30: Akzeptanz- und Wahrnehmungslimitierung (eigene Darstellung) _ 135
Abbildung 31: Elemente des Kontextes (eigene Darstellung)_____ 138
Abbildung 32: Abhängigkeiten von Entscheidungen (eigene Darstellung) _____ 140
Abbildung 33: Das Entscheidungssystem (eigene Darstellung) _____ 144
Abbildung 34: Das Entscheidungsmotiv (eigene Darstellung) _____ 152
Abbildung 35: Der Entscheidungsmodus (eigene Darstellung)_____ 154
Abbildung 36: Entscheidungsregel in Verbindung mit Entscheidungsmotiv nach Deci, Ryan (2000) (eigene Darstellung) _____ 162
Abbildung 37: Beeinflussung nach Entscheidungsebene (eigene Darstellung) __ 167
Abbildung 38: Übersicht der Konstruktion (eigene Darstellung) _____ 168
Abbildung 39: Tarifübersicht Flinkster-Lokal (Flinkster (2015))_____ 173
Abbildung 40: Tarifübersicht Scouter (Scouter (2015))_____ 175
Abbildung 41: Anschreiben zur Befragung _____ 180
Abbildung 42: Anmeldemonat zum Carsharing in 2015 (Teilnehmer, eigene Darstellung) _____ 181
Abbildung 43: Wohnlage, Haushaltsgröße, Einkommen der Teilnehmer (eigene Darstellung) _____ 182
Abbildung 44: Vergleich des Geschlechts von Teilnehmern und Einladungen (eigene Darstellung) _____ 183
Abbildung 45: Vergleich der Altersstruktur von Teilnehmern und Einladungen (eigene Darstellung) _____ 183
Abbildung 46: Wege zwischen Wohnort und Aktivitäten (eigene Darstellung) ___ 186
Abbildung 47: Verfügbarkeit und Nutzung von Angeboten vor der Anmeldung (eigene Darstellung) _____ 189
Abbildung 48: Einstellung der Teilnehmer zum Verkehrsangebot (eigene Darstellung) _____ 190

Abbildung 49: Wahrgenommene Einstellung relevanter Dritter zum Verkehrsangebot (eigene Darstellung) _____ 192
Abbildung 50: Korrelation der positiven eigenen und Dritten Einstellung (eigene Darstellung) _____ 193
Abbildung 51: Korrelation der negativen eigenen und Dritten Einstellung (eigene Darstellung) _____ 194
Abbildung 52: Menge, Dauer und Art von Verzögerungen während der Anmeldung (eigene Darstellung) _____ 195
Abbildung 53: Erstmalig von Carsharing gehört (Zeit vor Befragung, eigene Darstellung) _____ 196
Abbildung 54: Erstmalig von Carsharing gehört; nur Juni und Juli Anmeldungen (Zeit vor Befragung, eigene Darstellung) _____ 197
Abbildung 55: Carsharing erstmalig „als relevante Information“ wahrgenommen (eigene Darstellung) _____ 198
Abbildung 56: Dauer zwischen Informationswahrnehmung und Anmeldung (eigene Darstellung) _____ 199
Abbildung 57: Empfundene Schwierigkeit der Anmeldeentscheidung (eigene Darstellung) _____ 199
Abbildung 58: Gründe einer schweren Entscheidung (eigene Darstellung) _____ 200
Abbildung 59: Gründe für eine leichte Entscheidung (eigene Darstellung)_____ 201
Abbildung 60: Anzahl der Kriterien nach Aktivitäten bei der Nutzung eines Verkehrsangebots (eigene Darstellung) _____ 202
Abbildung 61: Top-Kriterien der Entscheidung für die Nutzung aus dem relevanten Optionsset (eigene Darstellung) _____ 203
Abbildung 62: Anzahl der Kriterien für die Anmeldeentscheidung und die Begründung ggü. Dritten (eigene Darstellung)_____ 204
Abbildung 63: Nennung der Top-Kriterien für die Anmeldung ggü. Begründung (eigene Darstellung) _____ 205
Abbildung 64: Entscheidung zur Anmeldung - Motivation, Zeitpunkt, Modus (eigene Darstellung) _____ 206
Abbildung 65: Nutzung von Carsharing als Ergänzung oder Ersatz zum bestehenden Verkehrsangebot (nach der Anmeldung, eigene Darstellung) _____ 209
Abbildung 66: Nutzung von Carsharing ist abhängig von (über alle Aktivitäten, eigene Darstellung) _____ 210

Abbildung 67: Nutzung von Carsharing ist abhängig von (nach Aktivitäten, eigene Darstellung) _____ 211
Abbildung 68: Unterschied der Entscheidungsdefinition (eigene Darstellung) ___ 220
Abbildung 69: Rekonstruktion des Entscheidungsvorgangs (eigene Darstellung) 222
Abbildung 70: Vergleich der Altersstruktur (eigene Darstellung und Berechnung) 225
Abbildung 71: Vergleich der Motive zum Carsharing 1998 vs. 2015 (eigene Darstellung, eigene Berechnung) _____ 226

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Reiss' 16 Motives (Reiss (2004):187, eigene Übersetzung, ohne Tiere) 39
Tabelle 2: Die zehn universellen Werte (eigene Übersetzung) nach Schwartz (1992) _____ 42
Tabelle 3: Beziehung zwischen Aktivitäten, Verkehrszweck und -motiven, Werten und Grundbedürfnissen (angelehnt an Schmitz (1994):107) _____ 44
Tabelle 4: Verbundene Entscheidungen (eigene Darstellung) _____ 141
Tabelle 5: Gründe für den Moment die Anmeldung zu realisieren (eigene Darstellung) _____ 208

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
ebd.	ebenda
et al.	und andere
ggü.	gegenüber
i. d. R.	in der Regel
Kfz.	Kraftfahrzeug
MIV	motorisierter Individualverkehr
n. a.	nicht anwendbar
o. g.	oben genannten
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
ÖV	öffentlicher Verkehr
PKM	Personenkilometer
PKW	Personenkraftwagen
rd.	rund
SDT	Self-Determination-Theory
TPB	Theory of Planned Behavior
u. a.	unter anderem
u. ä.	und ähnliche
u. v. m.	und viele mehr
z. B.	zum Beispiel
zzgl.	zuzüglich
vs.	versus

Literaturverzeichnis

Aarts, Dijksterhuis (2000a)	Aarts, H., Dijksterhuis A.: Habits as Knowledge Structures: Automaticity in Goal-Directed Behavior, in Journal of Personality and Social Psychology, 78, S. 53-63, 2000
Aarts, Dijksterhuis (2000b)	Aarts, H., Dijksterhuis A.: The Automatic Activation of Goal-Directed Behaviour: The Case of Travel Habit, in: Journal of Environmental Psychology, 20, S. 75-82, 2000
Aarts, Verplanken, van Knippenberg (1997)	Aarts, H., Verplanken, B., van Knippenberg A.: Habit and Information Use in Travel Mode Choices, in: Acta Psychologica, Vol. 96, Issues 1-2, S. 1-14,1997
Agarwal, Kickhöfer, Nagel (2015)	Agarwal, A., Kickhöfer, B., Nagel, K.: The Internalization of Congestion and Air Pollution Externalities: Evaluating Behavioral Impacts; submitted to IATBR 2015, URL: 18.9.2015: https://svn.vsp.tu-berlin.de/repos/public-svn/publications/vspwp/2015/15-13/
Aberle (2000)	Aberle, G.: Transportwirtschaft, 3. Auflage, München, Wien, Oldenburg, 2000
Aebli (1981)	Aebli, H.: Denken, das Ordnen des Tuns, Bd. 2. Denkprozesse, Stuttgart, 1981
Ajzen (1991)	Ajzen, I.: The Theory of Planned Behavior, in: Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, S. 179-211, 1991
Ajzen (2001)	Ajzen, I.: Nature and Operation of Attitudes, in: Annual Review of Psychology, 52, S. 27-58, 2001
Ajzen (2002)	Ajzen, I.: Residual Effects of Past on Later Behavior: Habituation and Reasoned Action Perspectives, in: Personality and Social Psychology Review, 6, S. 107-122, 2002
Ajzen, Fishbein (1974)	Ajzen, I., Fishbein, M.: Factors influencing intentions and the intention-Behavior Relationship, in: Human Relations, Vol. 27 (1), S. 1-15, 1974
Ajzen, Fishbein (1980)	Ajzen, I., Fishbein M: Understanding attitudes and predicting social behavior,New York, 1980
Anderson (1966)	Anderson, N. H.: Component ratings in impression formation, in: Psychonomic Science, Vol. 6, S. 279-280, 1966

Armitage, Conner (2000)	Armitage, C. J., Conner, M.: Attitudinal ambivalence: a test of three key hypothesis, in: Personality and Social Psychology Bulletin, 26, S. 1421-1432, 2000
Aronson, Wilson, Akert (2008)	Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M.: Sozialpsychologie, 6. Auflage, München, 2008
Atkinson, Raynor (1974)	Atkinson, J. W., Raynor, J. A.: Motivation and Achievement, Washington, 1974
Axhausen, Kowald (2015)	Axhausen, K. W., Kowald, M.: Social Networks and Travel Behaviour, 2015
Bamberg (1995)	Bamberg, S.: Wie bekommt man den / die Autonutzer / -nutzerin in den Bus? Probleme und Ergebnisse einer Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens im Kontext praktischer Verkehrsfragestellungen, in: Zeitschrift für Sozialpsychologie ,26, S. 243-262, 1995
Bamberg (1996)	Bamberg, S.: Habitualisierte PKW-Nutzung: Integration des Konstruktes „Habit“ in die Theorie des geplanten Verhaltens, in: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 27, S. 295-310, 1996
Bamberg (2000)	Bamberg, S.: The promotion of new behavior by forming an implementation intention - results from a field-experiment, in: Journal of Applied Social Psychology, 30, 9, S. 1903-1922, 2000
Bamberg (2004)	Bamberg, S.: Sozialpsychologische Handlungstheorien in der Mobilitätsforschung, in: Dalkmann, H., Lanzendorf, M., Scheiner, J. (Hrsg.): Verkehrsgenese, S. 51-70, Mannheim, 2004
Bamberg (2006)	Bamberg, S.: Travel Behavior? Results From a Theory-Driven intervention StudyIs a Residential Relocation a Good Opportunity to Change People's, in: Environment and Behavior, 38, 6, S. 820-840, 2006
Bamberg, Ajzen, Schmidt (2003)	Bamberg, S., Ajzen, I., Schmidt, P.: Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of the Past Behavior, Habit, Reasoned Action, in: Basic and Applied Social Psychology, 25, S. 175-187, 2003
Bamberg, Blömbaum, Hunecke (2007)	Bamberg, S., Blömbaum, A., Hunecke, M.: Social Context, Moral Norms and the Use of Public Transportation - Results from two field Studies in: Journal of Environmental Psychology, 27, S. 190-203, 2007
Bamberg, Schmidt (1993)	Bamberg, S., Schmidt, P.: Verkehrsmittelwahl – eine Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens, in: Zeitschrift für Sozialpsychologie, S. 25-37, 1993
Bamberg, Schmidt (1999)	Bamberg, S., Schmidt, P.: Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen – Ansätze zur Reduktion des motorisierten Individualverkehres in einer Kleinstadt, in: Umweltpsychologie. S. 24-31, 1999

Bargh, Chartrand (1999)	Barg, J. A., Chartrand, T. L.: The unbearable automaticity of being, in: American Psychology, 54, S. 462-479, 1999
Barker (1968)	Barker, R. G.: Ecological psychology, Stanford,1968
Beck (1986)	Beck, U.: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne, Frankfurt, 1986
Beck, Bonß, Lau (2004)	Beck, U., Bonß, W., Lau, C.: Entgrenzung erzwingt Entscheidung: Was ist neu an der Theorie der reflexiven Modernisierung?, in: Beck, U., Lau, C.: Entgrenzung und Entscheidung, Frankfurt, S. 13-65, 2004
Beckmann, Chlond, Kuhnimhof et al. (2006)	Beckmann, K. J., Chlond B., Kuhnimhof, T., von der Ruhren, S., Zumkeller, D.: Multimodale Verkehrsmittelnutzer im Alltagsverkehr – Zukunftsperspektive ÖV in: internationales Verkehrswesen (58), 04, S. 138-144, 2006
Hammer, Scheiner (2006)	Hammer, A., Scheiner, J.: Lebensstile, Wohnmillieus, Raum und Mobilität – Der Untersuchungsansatz von StadtLeben, in: Hunecke, M. (Hrsg.): StadtLeben – Wohnen, Mobilität und Lebensstil, Wiesbaden, S. 15-31, 2006
Berger, Luckmann (1977)	Berger, P., Luckmann, T.: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Frankfurt / Main, 1977
Bergson (1919)	Bergson, H.: Materie und Gedächtnis. Eine Abhandlung über die Beziehung zwischen Körper und Geist, Jena, 1919
Bentler, Speckart (1979)	Bentler, P. M., Speckart, G.: Models of attitude-behavior relations, in: Psychology Review, S. 452-464, 1979
Berlyne (1960)	Berlyne, D. E.: Konflikt, Erregung, Neugier. Zur Psychologie der kognitiven Motivation, Stuttgart, 1960
Betsch, Haberstroh, Molter et al. (2004)	Betsch, T., Haberstroh, S., Molter, B., Glöckner, A.: Oops, I did it Again - Relapse Errors in Routinized Decision Making, in: Organizational Behavior and Human Decision Processes, 93, S. 62-74, 2004
Beutler (2004)	Beutler, F.: Intermodalität, Multimodalität und Urbanibility. Visionen für einen nachhaltigen Stadtverkehr, WZB dp SP III 2004-107, Berlin, 2004
BeMobility (2011)	BeMobility: BeMobility – Berlin elektroMobil. Gemeinsamer Abschlussbericht des Projektkonsortiums, Berlin, 2011
BeMobility 2.0 (2015)	BeMobility: Erweiterte Integration von Elektromobilität in Berlin „BeMobility 2.0“. Gemeinsamer Abschlussbericht des Projektkonsortiums, Berlin, 2015
Bilsky, Koch (2000)	Bilsky, W. & Koch, M.: On the content and structure of values: Universals or methodological artefacts?, 2000, URL am 23.8.2015:

http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/psyifp/aebilsky/bilsky_koch_2000.pdf

Bittner (1992)

Blank, Musch, Pohl (2007) Blank, H., Musch, J. & Pohl, R. F. (Hrsg.): The hindsight bias [Sonderheft]. Social Cognition, 25(1), 2007

BMAS (2010) Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Statistisches Taschenbuch, Berlin, 2010, URL vom 24.8.2015: http://www.bmas.de/DE/Themen/Arbeitsmarkt/Arbeitsmarktstatistiken/statistisches-taschenbuch-2011.html

BMVBS (2009) Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: Verkehrspolitik, Berlin, 2009

BMVBS (2015) Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur: Politik für Mobilität und Modernität, Berlin, 2015
URL vom 25.8.2015: http://www.bmvbs.de/Verkehr-,1405.22720/Verkehrspolitik.htm

Boesch (1980) Boesch, E. E.: Kultur und Handlung, Bern, Stuttgart, Wien, 1980

Bohne (1960) Bohne: Zu guter Letzt. Historisch-kritische Gesamtausgabe in vier Bänden, 4, Wiesbaden/Berlin, 1960

Bohner (2002) Bohner, G.: Einstellungen, in: Stroebe, W., Jonas, K., Hewstone, M. (Hrsg.): Sozialpsychologie. Eine Einführung, Berlin/Heidelberg, 2002

Bonß, Kesselring, Weiß (2004) Bonß, W., Kesselring, S., Weiß, A.: Society on the move. Mobilitätspioniere in der Zweiten Moderne, in: Beck, U., Lau, C.: Entgrenzung und Entscheidung, Frankfurt, S. 258-281, 2004

Bossong, Johann (1981) Bossong, B.: Johann, G.: Die Vorhersage eines raum-zeitlich definierten Verhaltens nach dem Fishbein-Ajzen Modell, in: Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie, S. 175-184, 1981

Brandom (2004) Brandom, R. B.: The Pragmatist Enlightment (and its Problematic Semantics), in: European Journal of Philosophy 12, S.1-16, 2004

Brög, Erl (2003) Brög, W., Erl, E.: (Auto) Mobilität in Agglomerationen Dominiert das Auto die Mobilität, Alpacher Architekturgespräche, Alpach, 2003

Burn, Oskamp (1986) Burn, S. M., Oskamp, S.: increasing community recycling with persuasive communication and public commitment, Journal of Applied Social Psychology, 28 (8), 675-697, 1986

Canzler, Knie (1997) Canzler, W., Knie, A.: Möglichkeitsräume: Grundrisse einer modernen Mobilitäts- und Verkehrspolitik, Wien, 1997

Canzler, Knie (2009)	Canzler, W., Knie, A.: Automobilität 2.0 - Das vernetzte öffentliche Auto in urbanen Räumen: in Kommune, Forum für Politik, Ökonomie, Kultur 3/2009. 2009. URL vom 23.8.2015: http://www.oekonet.de/kommune/kommune-03-09/aauto.Htm
Cialdini, Reno, Kallgren (1990)	Cialdini, R. B., Reno, R. R., Kallgren, C. A.: A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places, in: Journal of Personality and Social Psychology, 58, S. 1015-1026, 1990
City:mobil (1999)	CITY:mobil (Hrsg.): Stadtverträgliche Mobilität: Handlungsstrategien für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung in Stadtregionen, Berlin, 1999
Dahrendorf (1977)	Dahrendorf, R.: Homo Sociologicus, Opladen, 15. Aufl., 1977
Dangschat, Segert (2011)	Dangschat, J. S., Segert, A.: Nachhaltige Alltagsmobilität – soziale Ungleichheit und Milieus, in: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, S. 55-73, 2011
DB (2011)	Deutsche Bahn AG: Geschäftsbericht 2010, Berlin, 2011
Deci, Ryan (2000)	Deci, E. L., Ryan, R. M.: The 'what' and 'why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior, in: Psychological inquiry, 11, S. 227-268, 2000
DESTATIS (2010)	Statistisches Bundesamt Deutschland: Verbraucherpreise für Mineralölprodukte 1950-2009 - Preisentwicklung für Normalbenzin, Wiesbaden, 2010
DESTATIS (2015)	Statistisches Bundesamt: Verdienste und Arbeitskosten, Reallohnindex und Nominallohnindex – 1. Vierteljahr 2015, Wiesbaden, 2015, URL vom 24.8.2015: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/VerdiensteArbeitskosten/ReallohnNetto/Reallohnindex.html
Dick (2004)	Dick, M.: Fahren –die unterschätze Erlebnisdimension des Verkehrs, in: Schiefelbusch, M. (Hrsg.) Erfolgreich Eventverkehre – Analyse und Fallstudien, S. 101-114, Mannheim, 2004
Dienel (2015)	Dienel, H.-L.: Transdisziplinarität, in Gerhold, L. et al (Hrsg.): Standards und Gütekriterien der Zukunftsforschung. Ein Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Wiesbaden, S. 71-83, VS 2015
Diederich (1977)	Diederich, H.: Verkehrsbetriebslehre, Wiesbaden, 1977
DLR (2015)	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Low Cost Monitor 1/2006 bis 1/2015 URL vom 23.8.15: http://www.dlr.de/fw/desktopdefault.aspx/tabid-2961/9753_read-19682/
Durkheim (1897)	Durkheim, E.: Le suicide: Étude de sociologie, Paris 1897 (Herkommer, S., Herkommer, H.: Der Selbstmord, Neuwied/Berlin, 8. Auflage, 2002)

Dwyner, Leeming, Cobern et al. (1998)	Dwyner, W. O., Leeming, F.C. ; Cobern, M. K., Porter, B. E., Jackson, J. M.: Critical review of behavioral intervention to preserve the environment: research since 1980, Environment and Behavior, 25(3), S. 275-321, 1998
Echterhoff (1991)	Echterhoff, W. Verkehrspsychologie: Entwicklung, Themen, Resultate, Köln, 1991
Eck, Stark (2009)	Eck, F., Stark, S.: Klimaschutz und Mobilität – Wie handelt der Bürger. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung, in: internationales Verkehrswesen, 61, S. 503-505, 2009
Eckhardt (2004)	Eckhardt, C. F.: Abschätzung der Marktchancen innovativer Verkehrsangebote für den Personenverkehr in Ballungsgebieten, Dissertation an der TU-Berlin, Berlin, 2004
Feess (1997)	Fees, E.: Mikroökonomie-Eine spieltheoretische und Anwendungsorientierte Einführung, Marburg, 1997
Festinger (1957)	Festinger, L.: Theorie der kognitiven Dissonanz, Bern / Stuttgart / Wien,1957
Festinger, Carlsmith (1959)	Festinger, L., Carlsmith, J. M.,:Cognitive Consequences of Forced Compliance, in: Journal of Abnormal and Social Psychology, 58, S. 203-210, 1959
Festinger, Walster (1964)	Festinger, L., Walster, E.: Post-Decision Regret and Decision-Reversal, in: Conflict, Decision, and Dissonance, Stanford, S. 101-112, 1964
Fichert (2007)	Fichert,F., Grandjot, H.: Aktuere, Ziele und instrumente, in: Knie, A. (Hrsg.): Handbuch Verkehrspolitik, S. 138-160, Wiesbaden, 2007
Fishbein, Ajzen (1975)	Fishbein, M., Ajzen, I.: Beliefs, attitude, intention, and behavior, Reading (Mass.), 1975
Flade (1994)	Flade, A.: Der Straßenverkehr aus Sicht von Schulkindern, in: Flade, A., Kalwitzki, K. P. (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 185-195, Weinheim, 1994
Flade (2007)	Flade, A.: Die sozialen Kosten des Verkehrs, in: Knie, A. (Hrsg.): Handbuch Verkehrspolitik, S. 491-509, Wiesbaden, 2007
Flinkster (2015)	URL vom 1.9.2015: https://www.flinkster.de/fileadmin/www.flinkster.de/redaktion/images/PDF/Preise%2BGebuehren/20140411_SG_Lokaltarif_Preisaenderung.pdf
Franke (2001)	Franke, S.: Car Sharing: Vom Ökoprojekt zur Dienstleistung, Berlin, 2001

Franke (2004)	Franke, S.: Die „neuen Multimodalen“, in: internationales Verkehrswesen, 56, S. 105-106, 2004
Franz (1984)	Franz, P.: Soziologie der räumlichen Mobilität. Eine Einführung, Frankfurt a. M., 1984
Franz (2004)	Franz, S.: Grundlagen des ökonomischen Ansatzes: Das Erklärungskonzept des Homo Oeconomicus, Working Paper, Potsdam, 2004
Frey, Stahlberg, Gollwitzer (1993)	Frey, D., Stahlberg, D., Gollwitzer P. M.: Einstellungen und Verhalten: Die Theorie des überlegten Handelns und die Theorie des geplanten Verhaltens, in: Frey, D.: Irle, M.: Kognitive Theorien, I., Bern, 1993
Fuchs (1976)	Fuchs, R.: Ansätze, Methoden und wissenschaftliche Grundlagen der Handlungsforschung, in: Thomas, A (Hrsg.): Psychologie der Handlung und Bewegung, Meisenheim, 1976
Gärling, Fujii (2009)	Gärling, T., Fujii, S.: Travel Behaviour Modification: Theories, Methods, and Programs, in: Kitamura, R., Yoshii, T., Yamamoto, T.: The Expanding Sphere of Travel Behaviour Research - Selected Papers from the 11th International Conference on Travel Behaviour Research, Bingley, 2009
Gehlen (2004)	Gehlen, A.: Urmensch und Spätkultur, 6., Frankfurt am Main, 2004
Gibbons (1990)	Gibbons,F.,G.: Self-Attention and Behavior: A Review and Theoretical Update in: Zanna, M. P., Advances in Experimental Social Psychology, 23, S. 249-295, 1990
Gibson (1982)	Gibson. J. J.: Wahrnehmung und Umwelt. Der ökologische Ansatz der visuellen Wahrnehmung, München, 1982
Gigerenzer (2008)	Gigerenzer, G.: Bauchentscheidungen: Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition, New York, 2008
Gingerenzer, Todd et al. (1999)	Gigerenzer, G., Todd, P. M., ABC Research Group (Hrsg.): Simple heuristics that make us smart, New York, 1999
Goldstein, Gigerenzer (2002)	Goldstein, D. G., Gigerenzer, G.: Models of ecological rationality: The recognition heuristic. Psychological Review, 109, S. 75-90, 2002
Goodwin (1977)	Goodwin, P. B.: Habit and Hysteresis in Mode Choice, in: Urban Studies, 14, S. 95-98, 1977
Gorr (1997)	Gorr, H.: Die Logik der individuellen Verkehrsmittelwahl: Theorie und Rationalität des Entscheidungsverhaltens im Personenverkehr, Gießen, 1997
Gossen (1889)	Gossen, H. H.: Entwickelung der Gesetze des menschlichen Verkehrs und der daraus fließenden Regeln für menschliches Handeln, Vieweg, Berlin, 1889

Graumann (1955)	Graumann, C. F.: Social Perception. Die Motivation der Wahrnehmung in neueren amerikanischen Untersuchungen, in: Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie, S. 605-661, 1955
Groß (1999)	Groß, S.: Mobilitätsverhalten von Jugendlichen. Folgen der Verkehrssozialisation, in: internationales Verkehrswesen, 51, S. 180-183, 1999
Hadril (2006)	Hadril, S.: Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich, Wiesbaden, 2006
Haddock, Zanna (1998)	Haddock, G., Zanna, M. P.: Assessing the Impact of Affective and Cognitive information in Predicting Attitudes towards Capital Punishment, in: Law and Human Behavior, 22, S. 325-339, 1998
Harloff (1994)	Harloff, H. J.: Die Bedeutung des Verkehrs für Mensch und Gesellschaft, in: Flade, A., Kalwitzki, K. P. (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 25-36, Weinheim, 1994
Harms (2003)	Harms, S.: Besitzen oder Teilen. Sozialwissenschaftliche Analysen des Carsharings, Zürich, 2003
Hautzinger, Knie, Wermuth (1997)	Hautzinger, H., Knie, A., Wermuth, M. (Hrsg.): Mobilität und Verkehr besser verstehen. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops am 5. und 6. Dezember 1996 in Berlin, WZB dp FS II 97-101, Berlin, 1997
Heine, Guski (1994)	Heine, W. -D., Guski, R.: Aspekte des Verkehrsverhaltens aus Sicher des ökologischen Ansatzes von J. J. Gibson, in: Flade, A., Kalwitzki, K. P. (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 65- 80, Weinheim, 1994
Held (1982)	Held, M.: Verkehrsmittelwahl der Verbraucher, Berlin, 1982
Hemmati-Weber (1993)	Hemmati-Weber, M.: Zivilisierung zum Corpus. Warum wir Naturzerstörung nicht erleben, in: Journal für Psychologie, S. 28-33, 1994
Herzberg, Mausner, Snyderman (1959)	Herzberg, F., Mausner, B., Snyderman, B. B.: The Motivation to Work, 2., New York, 1959
Hoffmann, Stolberg (2005)	Hoffmann, D., Stolberg, A.: Intermodi. Wirkungsbilanz Carsharing. Kundensegmentierung auf Basis von Mobilitätsorientierung und soziodemographischen Merkmalen: Beschreibung der Kundentypen
Homburg, Matthies (1998)	Homburg, A., Matthies, E.: Umweltpsychologie. Umweltkrise, Gesellschaft und Individuum, Weinheim, 1998
Huber (1982)	Huber, O.: Entscheiden als Problemlösen, Bern, 1982

Hull (1943)	Hull, C. L.: Principles of behavior: An introduction to behavior theory, New York, 1943
Hunecke (2000)	Hunecke, M.: Ökologische Verantwortung, Lebensstile und Umweltverhalten, Heidelberg, 2000
Hunecke, Blöbaum, Matthies, Höger (2001)	Hunecke, M., Blöbaum, A., Matthies, E., Höger, R.: Responsibility and environment- ecological norm orientation and external factors in the domain of travel choice behavior, in: Environment and Behavior, S. 829-852, 2001
Hunecke, Schweer (2004)	Hunecke, M., Schweer, I. R.: Der Behavior Setting-Ansatz als Methode zur Analyse sozialräumlicher Angebotsstrukturen, in: Dalkmann, H., Lanzendorf, M., Scheiner, L. (Hrsg.): Verkehrsgenese, S. 91-110, Mannheim, 2004
Ihde (2001)	Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik: Gesamtwirtschaftliche Aspekte und einzelwirtschaftliche Handhabung, München, 2001
Illetschko (1966)	Illetschko, L. L.: Transport-Betriebswirtschaftslehre, 2., Wien / New York, 1966
Irle (1975)	Irle, M.: Lehrbuch der Sozialpsychologie, Göttingen, 1975
Jeges (2014)	Jeges, O.: Generation Maybe. Die Signatur einer Epoche, Berlin, 2014
Jonas, Diehl, Bromer (1997)	Jonas, K., Diehl, M., Bromer, P.: Effects of attitudinal ambivalence on information processing and attitude-intention consistency, in: Journal of Experimental Social Psychology, 33, S. 190-210, 1997
Kaddoura, Nagel (2015)	Kaddoura, I., Nagel, K.: Activity-based computation of marginal noise exposure costs: Impacts for traffic management; submitted to TRB, 2015, URL: 18.9.2015: https://svn.vsp.tu-berlin.de/repos/public-svn/publications/vspwp/2015/15-13/
Kahle (1983)	Kahle, L. R.: Attitudes and Social Adaptation: A Person-Situation interaction Approach, London, 1983
Kahneman, Tversky (1979)	Kahneman, D., Tversky, A.: Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk, in: Econometrical, 47, 2, S. 263-292, 1979
Kahneman, Slovic, Tversky (1982)	Kahneman, D., Slovic, P., Tversky, A. (Hrsg.): Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases, New York, 1982
Kalwitzki (1994)	Kalwitzki, K. P., Verkehrsverhalten in Deutschland. Daten und Fakten, in: Flade, A., Kalwitzki, K. P. (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 15-25, Weinheim, 1994
Kalwitzki (1994b)	Kalwitzki, K-. P.: Einladung zur Änderung: Mobil ohne Auto, in: Flade, A., Kalwitzki, K. P. (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 239 -253, Weinheim, 1994

Katona (1976)	Katona, G.: Psychological Economics, New York, 1976
Katz (1960)	Katz, D.: The functional approach to the study of attitudes, in: Public Opinion Quarterly, S.163-204, 1960
Kaufmann (2002)	Kaufmann, V.: Re-thinking Mobility: Contemporary Sociology, Aldershot, 2002
Kaufmann (2011)	Kaufmann, V.: Rethinking the City, Abingdon / New York, 2011
Kearney, De Young (1996)	Kearney, A. R., Young, R.: Changing commuter travel behavior: Employer-initiated strategies, in: Environmental Systems, 24, S. 373-393, 1996
Kellerman (2006)	Kellerman, A.: Personal Mobilities, New York, 2006
Kellerman (2012)	Kellerman, A: Daily Spatial Mobilities. Physical and Virtual, Farnham, 2012
Kempf (1999)	Kempf, D. S.: Attitude formation from product trail: distinct roles of cognition and affect for hedonic and functional products, in Psychological Marketing, 16, S. 35-50, 1999
Knie (2007)	Knie, A.: Ergebnisse und Probleme sozialwissenschaftlicher Mobilitäts- und Verkehrsforschung, in: Knie, A. (Hrsg.): Handbuch Verkehrspolitik, S. 43-62, Wiesbaden, 2007
Krapp (2006)	Krapp, A.: Interesse, in D. Rost (Hrsg.): Handwörterbuch Pädagogische Psychologie, S. 280-291, Weinheim, 2006
Kritzinger, Schad (1997)	Kritzinger, S., Schad, H.: Bewußte Mobilität-Konkrete Chance oder brotlose Lyrik?, in: Schaufler (Hrsg.) Umwelt und Verkehr: Beiträge für nachaltige Politik, S. 47-53, München, 1997
Kuhm (1997)	Kuhm, K.: Moderne und Asphalt. Die Automobilisierung als Prozess technologischer Integration und sozialer Vernetzung, Pfaffenweiler, 1997
Landau (2003)	Landau Media AG: Die Deutsche Bahn AG und ihr Medienimage-Eine Studie anhand ausgewählter Publikationen im Zeitraum Januar 2002 bis Mai 2003, Berlin, 2003
Lewin (1963)	Lewin, K.: Feldtheorien in den Sozialwissenschaften. Bern, Stuttgart. 1963
Lewin (1969)	Lewin, K.: Grundzüge der topologischen Psychologie. Bern, Stuttgart. 1969
Lewin, Dembo, Festinger et al. (1944)	Lewin, K., Dembo, T., Festinger, L., Sears, P. S.: Level of aspiration, in: Hunt, J. (Hrsg.): Personality and the behavior of disorders, 1., New York, 1944
Liberman, Trope (1998)	Liberman, N., Trope, Y.: The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: a test of temporal

	construal theory, in: Journal of Personality and Social Psychology, 75, S. 5-18, 1998
Lindenberg (1985)	Lindenberg, S.: An assessment of the new political economy: Its potential for the social sciences and for sociology in particular, in: Sociological Theory, 3, S. 99-114, 1985
Lo, Breukelen, Peters et al. (2016)	Lo, S. H., van Breukelen, G. J. P., Peters, G. J. Y., Kok, G.: Commuting travel mode choice among office workers: Comparing an Extended Theory of Planned Behavior model between regions and organizational sectors, in: Travel Behaviour and Society, 4, S. 1-10, 2016
Lord, Lepper (1999)	Lord, C. G., Lepper, M. R.: Attitude representation theory, in: Advances in Experimental Social Psychology, 31, S. 265-343, 1999
Luhmann, Baecker (2002)	Luhmann, N., Baecker, D. (Hrsg.): Einführung in die Systemtheorie, Heidelberg, 2002
Mannheim (1928)	Mannheim, K.: Das Problem der Generationen, in: Kölner Vierteljahrzeitschrift für Soziologie, 7, S. 157-185, S. 309-330, 1928
Maslow (1987)	Maslow, A.: Motivation and Personality, 3. Auflage, Late, 1987, URL am 4.4.2010: http://faculty.spokanefalls.edu/InetShare /AutoWebs/kimt/maslow%20unmotiv%20beh.pdf
Markman, Brendl (2000)	Markman, A. B., Brendl, C. M.: The influence of goals on value and choice, in: The Psychology of Learning and Motivation, 39, S. 97-128, 2000
Mayring (2001)	Mayring, P.: Kombination und Integration qualitativer und quantitativer Analyse, Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research, 2(1), Art. 6, 2001 URL vom 25.8.2015: http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs010162.
McGregor, Newby-Clark, Zanna (1999)	McGregor, I., Newby-Clark, I. R., Zanna, M. P.: ”Remembering” dissonance: simultanous accessibility of inconsistent cognitive elements moderates epistemic discomfort, in: Cognitve Dissonance: Progress on Pivotal Theory in Social Psychology. Science Conference Series, Harmon-Jones, E. (Hrsg.): Mills, J., S. 325-353, 1999
Meffert, Bruhn (2009)	Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing: Grundlagen – Konzepte - Methoden, 6. Aufl., Wiesbaden, 2009
Merriman (2012)	Merriman, P.: Mobility, Space and Culture, Abingdon / New York, 2012
Meyer, Levin, Louviere (1979)	Meyer, R. J., Levin, I. P., Louviere J. J.: Functional analysis of Mode Choice, in: Transportation Research Record, S. 1-7, 1979

Michaels (1981)	Michaels, R. M.: Future transportation. Organisation of design process, in: Altmann, J., Wohlwill, J. F., Everett, P. (Hrsg.): Transportation and Behavior, S. 239- 271, New York, 1981
MID (2009)	DIW, INFAS: Mobilität in Deutschland Kurzbericht, Im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen, Berlin, 2009
Miller (1956)	Miller, G. A.: The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information, in: Psychological Review, 63, S. 81-97, 1956
Miller (2009)	Miller, E..: Integrated Urban Models: Theoretical Prospects, in: Kitamura, R., Yoshii, T., Yamamoto, T.: The Expanding Sphere of Travel Behaviour Research - Selected Papers from the 11th International Conference on Travel Behaviour Research, Bingley, 2009
Molt (1981)	Molt, W.: Zur Psychologie des Planens am Beispiel Straße als Verhaltensumwelt. Augsburger Arbeiten zur ökonomischen und ökologischen Psychologie, Augsburg, 1981
Molt (1990)	Molt, W.: Verkehrsmittelnutzung, in: Kurse, L., Graumann, C. F., Lantermann, E. D. (Hrsg.): Ökologische Psychologie, S. 555-559, München, 1990
Monheim, Monheim-Dandorfer (1990)	Monheim, H., Monheim-Dandorfer, R.: Straßen für alle - Analysen und Konzepte zum Stadtverkehr der Zukunft, Hamburg, 1990
Mosler (2001)	Mosler, H. -J.: Umweltschutz als kollektive Aktion und die Rolle von Solidarität, in: Bierhoff, W. H., Fechtenhauer, D. (Hrsg.): Solidarität, Konflikt, Umwelt und Dritte Welt, S. 231-250, Opladen, 2001
Mosler, Gutscher (1998)	Mosler, H. J., Gutscher, H.: Umweltpsychologische interventionsformen für die Praxis, Umweltpsychologie, 2, S. 64-79, 1998
Muheim (1998)	Muheim, P.: Carsharing der Schlüssel zur kombinierten Mobilität-Synthese. Bundesamt für Energie, Bern, 1998
Müller (1999)	Müller, H.: Habitualisiertes versus überlegtes Entscheiden bei der Verkehrsmittelwahl, in: Schlag, B. (Hrsg.): Empirische Verkehrspsychologie, Lengerich, 1999
MWV (2015)	Mineralölwirtschaftsverband e.V.: Monatliche Verbrauchspreise für Mineralölprodukte 2006-2015, Berlin, 2015, URL 25.8.2015: http://www.mwv.de/index.php/daten/statistiken-preise/?loc=9&jahr=2015
Neuberger (2002)	Neuberger, O.: Führen und führen lassen - Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung; mit zahlreichen Tabellen und Übersichten, 6., Stuttgart, 2002
Nisbett, Ross (1980)	Nisbett, R. E., Ross, L.: Human inference: Strategies and shortcomings of human judgment, Englewood Cliffs N. J., 1980

Norman, Shallice (1986)	Norman, D. A., Shallice, T.: Attention to Action: Willed and Automatic Control of Verbal Behavior, in: Davidson, R. J., Schwart, G. E., Shapiro, D. (Hrsg.): Consciousness and Self-Regulation, Advances in Research and Theory, 4, S. 1-18, New York, 1986
O'Farrel, Markham (1974)	O'Farrel, P., Markham, J.: Commuter perception of public transport work journeys, in: Environment and Planning, S. 79-100, 1974
Oettle (1976)	Goettle, K.: Verkehrsbetrieb und Verkehrsbetriebslehre, in: Grochla, E. /Wittmann, W. (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 4. Aufl., Stuttgart, S. 4150 - 4160, 1976
Orbell, Blair, Sherlock, Conner (2001)	Orbell, S., Blair, C., Sherlock, K., Conner, M.: The Theory of Planned Behavior and Extacy Use: Roles of Habit and Perceived Control over Taking versus Obtaining Substances, in: Journal of Applied Social Psychology, 31, S. 31-47, 2001
Osgood, Suci, Tannenbaum (1957)	Osgood, C. E., Suci, G. J.: Tannenbaum, P. H.: The measurement of meaning, Urbana, 1957
Ouelette, Wood (1999)	Ouelette, J. A., Wood, W.: Habit and intention in Everyday Life: The Multiple Processes by Which Past Behavior Predicts Future Behavior, in: Psychological Bulletin, 124, S. 54-74, 1999
Park, Lessing (1981)	Park, C. W., Lessing, V. P.: Familiarity and its Impact on Consumer Decision Biases and Heuristics, in: Journal of Consumer Research, 8, S. 223-231, 1981
Parsons (1960)	Parsons, T.: Authority, legitimation, and political action, in Parsons, T.: Structure and process in modern societies, New York, 1960
Parsons (1964)	Parsons, T.: Systematische Theorie in der Soziologie. Gegenwärtiger Stand und Ausblick, in: Rüschemeyer, D. (Hrsg.): Beiträge zur soziologischen Theorie, Neuwied, 1964
Parsons (1981)	Parsons, T.: Sozialstruktur und Persönlichkeitsentwicklung: Freuds Beitrag zur Integration von Psychologie und Soziologie, in: Parsons, T.: Sozialstruktur und Persönlichkeit, Frankfurt, 4., 1981
Payne, J. W. (1980)	Payne, J. W.: Information Processing Theory: Some concepts and methods applied to decision research, in: T. Wallsten (Hrsg.): Cognition processes in choice and decision behavior, Hillsdale, 1980
Pesch (1996)	Pesch, S.: Car Sharing als Element einer Lean Mobility im PKW-Verkehr, Düsseldorf, 1996
Petty, Jarvis (1996)	Petty, R. E., Jarvis, W. B. G.: An individual differences perspective on assessing cognitive processes: in: Schwarz, N. (Hrsg.): Sudman, S.: Answering Questions: Methodology for Determining Cognitive and Communicative Processes in Survey Research, 1996
Posner (1976)	Posner, M.I.: Kognitive Psychologie, München, 1976

Popper (1970)	Popper, K. R.: Die Logik der Sozialwissenschaften, in: Adorno, T. W. Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie, Berlin/Neuwied, S. 103-123, 1970
Praschl, Risser (1994)	Praschl, M., Risser, R.: Gute Vorsätze und Realität: Die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln am Beispiel Verkehrsmittelwahl, in: Flade A, (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 209-224, Weinheim, 1994
Preisendörfer, Diekmann (2000)	Preisendörfer, P., Diekmann, A.: Der öffentliche Personennahverkehr aus der Sicht der Bevölkerung: Mangelnde Informiertheit, Vorurteile und Fehleinschätzung der Fahrzeiten?, in: Umweltpsychologie, 4, S. 76-92, 2000
Priester, Petty (1996)	Priester, J. R., Petty, R. E.: The gradual threshold model of ambivalence: relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence, in: Journal of Personal Psychology, 71, S. 431-449, 1996
Pritzlaff (2006)	Pritzlaff, T.: Entscheiden als Handeln. Eine begriffliche Rekonstruktion, Frankfurt / New York, 2006
Pro Bahn (2013)	PRO BAHN e. V.: Entwicklung der Bahnpreise, Berlin, 2013, URL 23.8.2015: http://www.pro-bahn.de/fakten/fahrpreise.htm
Prose (1995)	Prose, F.: Soziales Marketing im Umweltbereich, in: Franz-Balsen, A., Apel, H. (Hrsg.): Professionalität und Psyche-Einsichten aus der Klimabildung, S. 40-50, Frankfurt am Main, 1995
Rammler (2001)	Rammler, S.: Mobilität in der Moderne – Geschichte und Theorie der Verkehrssozologie . Wissenschaftzentrum Berlin für Sozialforschung, Abteilung Organisation und Technikgenese, Berlin, 2001
Raux, Andan (1996)	Raux, C., Andan, O.: Residential Mobility and Daily Mobility, in: Stopher, P. R., Understandig Travel Behavior in an Era of Change, Oxford, 1996
Reckwitz (2004)	Reckwitz A.: Die Entwicklung des Vokabulars der Handlungstheorie: Von den zweck- und normorientierten Modellen zu den Kultur- und Praxistheorien, in: Gabriel, M. (Hrsg.): Paradigmen der akteurszentrierten Soziologie, S. 303-329, 2004
Reiss (2004)	Reiss, S.: Multifaceted nature of intrinsic motivation: The theory of 16 basic desires, in: Review of General Psychology, 8, S. 179-193, 2004
Riesman, Denney, Glazer (1958)	Riesman, D., Denney, R., Glazer, N.: Die einsame Masse – Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters. Hamburg, 1958
Rokeach (1973)	Rokeach, M.: The Nature of Human Values, New York, 1973
Rost (2005)	Rost, J: Differentielle Indikation und gemeinsame Qualitätskriterien als Probleme der Integration von qualitativen und quantitativen

	Methoden, Symposium: Qualitative und quantitative Methoden in der Sozialforschung: Differenz und/oder Einheit? 1. Berliner Methodentreffen Qualitative Forschung, Berlin, 2005 URL vom 25.8.2015: http://www.berlinermethodentreffen.de/material/2005/rost.pdf
Rumianek (1985)	Rumianek, D.: Sozialwissenschaftliche Aspekte der Entscheidungstheorie – Entwicklungslinien und Anwendungen entscheidungs- und spieltheoretischer Konzepte, Bielefeld, 1985
Samuelson, Zeckhauser (1988)	Samuelson, W., Zeckhauser, R.: Status quo bias in decision making, in: Journal of Risk and Uncertainty, S. 7-59, 1988
Schein (1980)	Schein, E. H.: Organisationspsychologie, Wiesbaden, 1980
Scheiner (2007)	Scheiner, J.: Verkehrsgeneseforschung,in: Knie, A. (Hrsg.): Handbuch Verkehrspolitik. S. 687-710, Wiesbaden, 2007
Schleusener (2001)	Schleusener, M.: Wettbewerbsorientierte Nutzenpreise. Preisbestimmung bei substituierbaren Verkehrsleistungen, Wiesbaden, 2001
Schmitz (1994)	Schmitz, B.: Mobilitätsmotive: Warum ist der Mensch mobil?, in: Flade A, (Hrsg.): Mobilitätsverhalten: Bedingungen und Änderungsmöglichkeiten aus umweltpsychologischer Sicht, S. 103 -112, Weinheim, 1994
Schönhammer (1997)	Schönhammer, R.: Psychologie von Verkehr und Mobilität., in: Dienel, H.L., Trischler, H.: Geschichte der Zukunft des Verkehrs, Frankfurt/New York, 1997, S.59-77
Schulze (1992)	Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft – Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt, 1992
Schwartz (1977)	Schwartz, S. H.: Normative influence on altruism, in: Advances in Experimental Social Psychology, 10, S. 221-279, 1977
Schwartz (1992)	Schwartz, S. H.: Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries, in: Advances in Experimental Social Psychology, S. 1-65, 1992
Schwartz, Bilsky (1987)	Schwartz, D. H., Bilsky, W.: Toward a Universal Psychological Structure of Human Values, in: Journal of Personality and Social Psychology, 3/1987, S. 550-562, 1987
Schwartz, Tessler (1972)	Schwartz, S. H., Tessler, R. C.: A test of a model for reducing measured attitude-behavior dependencies, in: Journal of Personality and Social Psychology, S. 225-23, 1972
Scouter (2015)	URL vom 1.9.2015: https://scouter.de/site/assets/files/1020/scouter_preisliste.pdf
Sheller (2011)	Sheller, M.: Mobility, sociopedia.isa, 2011

Sheller, Urry (2006a)	Sheller, M., Urry, J.: Introduction: Mobile Cities, Urban Mobilities, in: Sheller, M., Urry, J.: Mobile Technologies of the City, S. 1-19, Abingdon, 2006
Sheller, Urry (2006b)	Sheller, M., Urry, J.: The new mobilities paradigm, in: Environment and Planning A, 38, S. 207-226, 2006
Sia, Lord, Blessum (1997)	Sia, T. L., Lord, C. G., Blessum, K. A., Is a rose always a rose? The role of social category exemplar change in attitude stability and attitude-behavior consistency, in: Journal of Personality and Social Psychology, 72, S. 501-514, 1997
Simon (1955)	Simon, H. A.: A behavioral model of rational choice, in: Quarterly Journal of economics, S. 99-118, 1955
Simon (1993)	Simon, H. A., Homo rationalist. Die Vernunft im menschlichen Leben. Frankfurt, New York, 1993
Smith, Bruner, White (1956)	Smith, M. B., Bruner, J. S., White, R. W. Opinions and personality, New York, 1956
Stinger (1981)	Stinger, P.: Time, cost and other factors in inter-urban travel mode choice, in: Molt. W, Hartmann H. A., Stinger, P. (Hrsg.): Advances in economic psychology, Heidelberg, 1981
Stokols (2006)	Stokols, D.: Toward a science of transdisciplinary action research, American journal of community psychology, 38(1-2), 63-77, 2006 URL am 20.9.2015: https://webfiles.uci.edu/dstokols/Pubs/Toward%20a%20Science%20of%20TD%20Action%20Research_Stokols.pdf
Strack (2004)	Strack, M.: Sozialperspektivität. Theoretische Bezüge, Forschungsmethodik und wirtschaftspsychologische Praktikabilität eines beziehungsdiagnostischen Konstruktes, Göttingen, 2004
Sutton, French, Mitchel, et al. (2003)	Sutton, S., French, S. P., Hennings, S.J., Mitchell, J., Wareham, N. J., Griffin, S., Hardeman, W., Kinmonth, L.: Eliciting Salient Beliefs in Research on the Theory of Planned Behaviour: The Effect of Question Wording, in: Current Psychology, 22, S. 234–251, 2003
Tiemann (2005)	Tiemann, L.: Generationstheorien. Karl Mannheim und Heinz Bude im Vergleich, in: Vokus, 2, S. 31-49, 2005
Trichler, Dienel (1997)	Trischler, H., Dienel, H.-L.: Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Eine Einführung., in: Dienel, H.-L., Trischler, H.: Geschichte der Zukunft des Verkehrs, Frankfurt/New York, 1997, S. 11-40
Turner (1976)	Turner, R.: Rollenübernahme: Prozess versus Konformität, in: Auwärter, M., Kirsch, E., Schröter, M. (Hrsg.): *Seminar*: *Kommunikation*, Interaktion, Identität, Frankfurt, 1976
Tversky, Kahneman (1973)	Tversky, A., Kahneman, D.: Availability: A heuristic for judging frequency and probability, in: Cognitive Psychology, 42, S. 207-232, 1973

Tversky, Kahneman (1986)	Tversky, A., Kahneman, D.: Rational Choice and the Framing of Decisions, in: The Journal of Business, Vol. 59, S. 251-278, 1986
Tversky, Kahneman (1990)	Tversky, A., Kahneman, D.: Rational Choice and the Framing of Decisions, in: Schweers Cook, K., Levi, M. (Hrsg.): The Limits of Rationality, Chicago, 1990
Tversky, Kahneman (2005)	Tversky, A., Kahneman, D.: Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases, in: Bazerman, M. H. (Hrsg.): Negotiation, decision making and conflict management, Vol. 1-3, S. 251-258, 2005
Verplanken, Aarts, van Kippenberg (1997)	Verplanken, B., Aarts, H., van Knippenberg, A.: Habit, information, Acquisition, and the Process of Making Travel Mode Choices, in: European Journal of Social Psychology, 27, S. 539-560, 1997
Verplanken, Aarts, van Kippenberg, Moonen (1998)	Verplanken, B., Aarts, H., van Knippenberg, A., Moonen, A.: Habit versus Planned Behaviour: A Field Experiment, in: British Journal of Social Psychology, 37, S. 111-128, 1998
Urry (2000)	Urry, J.: Sociology beyond Societies – mobilities for the twenty-first century, London, 2000
Urry (2009)	Urry, J.: The Sociabilities of Travel, in: Kitamura, R., Yoshii, T., Yamamoto, T.: The Expanding Sphere of Travel Behaviour Research - Selected Papers from the 11th International Conference on Travel Behaviour Research, Bingley, 2009
Verron (1986)	Verron, H.: Verkehrsmittelwahl als Reaktion auf ein Angebot – Ein Beitrag der Psychologie zur Verkehrsplanung, Berlin, 1986
Vershofen (1940)	Vershofen, W.: Handbuch der Verbrauchsforschung, Berlin, 1940
ViZ (2014)	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur: Verkehr in Zahlen, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin, 2014
Voeth (2000)	Voeth, M.: Nutzenmessung in der Kaufverhaltensforschung, Die Hierarchische Individualisierte Limit Conjoint-Analyse (HILCA), in: Neue Betriebswirtschaftliche Forschung, 2000
Wason (1968)	Wason, P.: Reasoning about a rule. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 20, S. 273-281, 1968
Wehling (1998)	Wehling, P.: Verkehrsgeneseforschung: ein innovativer Ansatz zur Untersuchung von Verkehrsursachen, Subprojekt 4 des Forschungsverbundes City:mobil, Institut für Sozial-Ökologische Forschung GmbH, Freiburg, 1998
Westermann (1987)	Westermann, R: Strukturalistische Theoriekonzeption und empirische Forschung in der Psychologie, Hrsg.: Alberst, D. Pawlik, K., Stapf, K.-H., Stroebe, W., Berlin, Heidelberg, 1987

Wilger (2004)	Wilger, G, Mehrpersonen-Preisdiffernzierung-Ansätze zur optimalen Preisgestaltung für Gruppen, Wiesbaden, 2004
Wilson, Lindsey, Schooler (2000)	Wilson, T. D., Lindsey, S., Schooler T. Y.: A model of dual attitudes, in: Psychology Review, 107, S. 101-126, 2000
WiMobility (2016)	WiMobility: Wirkung von E-Car Sharing Systemen auf Mobilität und Umwelt in urbanen Räumen, Gemeinsamer Abschlussbericht, Berlin, München, 2016
Wittenbraker, Gibbs, Kahle (1983)	Wittenbraker, J., Gibbs, B. L., Kahle, L. R. Seat belt attitudes, habits, and behaviors: An adaptive amendment to the FISHBEIN model: in Journal of Applied Social Psychology, S. 406-421,1983
Wright (1975)	Wright, P.: Consumer choice strategies: simplifying vs. Optimizing, in: Journal of Marketing Research, S. 60-67, 1975
Yue, Lan, Yeh et al. (2014)	Yue, Y., Lan, T., Yeh, A.G.O., Li, Q.Q.: Zooming into individuals to understand the collective: A review of trajectory-based travel behaviour studies, in: Travel Behaviour and Society, 1, S. 69-78, 2014
Zängler (1999)	Zängler, T. W.: Mikroanalyse des Mobilitätsverhaltens in Alltag und Freizeit, Berlin, 1999
Zimbardo, Gerring (1999)	Zimbardo, P. H.: Gerrig, R. J.: Psychologie, Berlin / Heidelberg, 1999