

# Inhaltsübersicht

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Generelle Problematik.....	3
1.2 Spezifische Fragestellung.....	6
1.3 Aufbau des Buches.....	8
1.4 Für den eiligen Leser.....	10
<b>2. Mobilität und Verkehr – Trends und Probleme</b> .....	<b>11</b>
2.1 Begrifflicher Rahmen.....	13
2.2 Verkehrsmittelwahlen in der Schweiz.....	18
2.3 Ökologische und soziale Konsequenzen.....	21
<b>3. Innovative Mobilitätskonzepte als potentielle Problemlöser...</b>	<b>41</b>
3.1 Politische Handlungsstrategien.....	43
3.2 Innovationen im Mobilitätsbereich.....	54
3.3 Car Sharing als radikale Dienstleistungsinnovation.....	69
3.4 Forschungsempirische Fragen und Probleme.....	87
<b>4. Wer adoptiert das Car Sharing? Qualitative Vorstudie</b> .....	<b>97</b>
4.1 Methodologischer Hintergrund: Grounded Theory.....	99
4.2 Empirisches Vorgehen.....	102
4.3 Mobilitätsverhalten vor und nach Car Sharing-Beitritt.....	109
4.4 Wichtigkeit von Car Sharing-Angebot und persönlichem Lebenskontext.....	121
4.5 Einstellungen und Beitrittsgründe.....	132
4.6 Erfahrungen und Erfahrungsbewertung.....	142
4.7 Rahmenbedingungen für das Mobilitätsverhalten.....	148
4.8 Zusammenfassung.....	152
<b>5. Theoretische Analyse adoptionshemmender und -förderlicher Faktoren</b> .....	<b>157</b>
5.1 Autonutzungsrouninen als Hemmnisfaktoren.....	160
5.2 Rationale Wahlprozesse.....	171
5.3 Übergänge durch Kontextänderungen.....	184
<b>6. Wichtigkeit von Routinebrüchen: Quantitative Hauptstudie</b>	<b>199</b>
6.1 Forschungshypothesen.....	201
6.2 Empirisches Vorgehen.....	205
6.3 Informationsaufnahme und -suche.....	216
6.4 Routinestärke und Mobilitätsverhalten.....	223
6.5 Produktbewertung und Adoption.....	236
6.6 Werte / Umweltbewusstsein.....	258
6.7 Kontext und Kontextänderungen.....	267
6.8 Zusammenfassung.....	284

<b>7. Diskussion und Ausblick</b> .....	<b>289</b>
7.1 Ist Car Sharing eine „ökologische“ Innovation?.....	291
7.2 Theoretische Bedeutung.....	298
7.3. Praktische Relevanz.....	303
7.4 Ausblick.....	308
<b>Literatur</b> .....	<b>313</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>327</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>329</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Generelle Problematik.....	3
1.2 Spezifische Fragestellung.....	6
1.3 Aufbau des Buches.....	8
1.4 Für den eiligen Leser.....	10
<b>2. Mobilität und Verkehr – Trends und Probleme</b> .....	<b>11</b>
2.1 Begrifflicher Rahmen.....	13
2.1.1 Nachhaltige Entwicklung.....	13
2.1.2 Soziales Dilemma.....	15
2.1.3 Mobilität und Verkehr.....	16
2.2 Verkehrsmittelwahlen in der Schweiz.....	18
2.2.1 Modal Split und Personenkilometer.....	18
2.2.2 Entwicklung des Personenfahrzeugbestandes.....	20
2.3 Ökologische und soziale Konsequenzen.....	21
2.3.1 Energieverbrauch.....	22
2.3.2 Schadstoffemissionen.....	24
Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> ).....	24
Andere Schadstoffe.....	26
2.3.3 Flächenversiegelung und Städtebau.....	29
2.3.4 Abfälle.....	31
2.3.5 Gesundheit.....	32
2.3.6 Kosten.....	35
2.3.7 Zugänglichkeit und gesellschaftliche Bewertung.....	37
2.3.8 Graphische Zusammenfassung.....	39
<b>3. Innovative Mobilitätskonzepte als potentielle Problemlöser...</b>	<b>41</b>
3.1 Politische Handlungsstrategien.....	43
3.1.1 Strategieübersicht.....	43
3.1.2 Massnahmenakzeptanz.....	49
3.1.3 Innovationen als Verhaltensänderer.....	51
3.1.4 Politische Förderung von Innovationen.....	53
3.2 Innovationen im Mobilitätsbereich.....	54
3.2.1 Technologische Innovationen.....	54
3.2.2 Inkrementell und radikal neue Mobilitätsangebote.....	56
3.2.3 Adoption von Innovationen: Adoptorengruppen.....	60
3.2.4 Der Adoptionsprozess.....	63
3.3 Car Sharing als radikale Dienstleistungsinnovation.....	69
3.3.1 Was ist Car Sharing?.....	69
3.3.2 Ökologische und soziale Bewertung.....	72
Einfluss auf Autobesitz und Autonutzung.....	72
Marktpotential und Ökobilanz.....	74
Methodische Kritik.....	80
3.3.3 Verbreitung des Car Sharings in der Schweiz.....	84

3.4	Forschungsempirische Fragen und Probleme.....	87
3.4.1	<i>Methodische Probleme in der Erfassung der Adoptionsbereitschaft</i> .....	88
3.4.2	<i>Notwendigkeit eines neuen Forschungsansatzes</i> .....	93
<b>4.</b>	<b>Wer adoptiert das Car Sharing? Qualitative Vorstudie</b> .....	<b>97</b>
4.1	Methodologischer Hintergrund: Grounded Theory.....	99
4.1.1	<i>Modifikationen im eigenen Forschungskontext</i> .....	100
4.2	Empirisches Vorgehen.....	102
4.2.1	<i>Design und Stichprobe</i> .....	102
	<i>Rekrutierung und Datenerfassung</i> .....	104
	<i>Der Leitfaden</i> .....	104
	<i>Das Sample</i> .....	105
4.2.2	<i>Transkription und Kodierung</i> .....	106
4.3	Mobilitätsverhalten vor und nach Car Sharing-Beitritt.....	109
4.3.1	<i>Autobesitz und Autonutzung</i> .....	109
4.3.2	<i>Verhaltensroutinen vor Beitritt</i> .....	111
4.3.3	<i>Verhaltensroutinen nach Beitritt</i> .....	115
4.4	Wichtigkeit von Car Sharing-Angebot und persönlichem Lebenskontext.....	121
4.4.1	<i>Veränderte Lebenskontexte: Übersicht</i> .....	122
4.4.2	<i>Kontextänderungen: Autobesitzer vs. autolose Personen</i> .....	127
4.4.3	<i>Angebot oder Kontextänderung? Was kommt zuerst?</i> .....	131
4.5	Einstellungen und Beitrittsgründe.....	132
4.5.1	<i>Unsicherheiten</i> .....	132
4.5.2	<i>Beitrittsmotivationen</i> .....	135
4.5.3	<i>Einstellungen</i> .....	138
4.6	Erfahrungen und Erfahrungsbewertung.....	142
4.6.1	<i>Positive und negative Erfahrungen</i> .....	142
4.6.2	<i>Dissonanzreduktion</i> .....	145
4.7	Rahmenbedingungen für das Mobilitätsverhalten.....	148
4.7.1	<i>Informationsquellen</i> .....	148
4.7.2	<i>Wahrgenommene Verhaltenskontrolle</i> .....	149
4.7.3	<i>Einstellungen des sozialen Umfeldes</i> .....	150
4.8	Zusammenfassung.....	152
<b>5.</b>	<b>Theoretische Analyse adoptionshemmender und -förderlicher Faktoren</b> .....	<b>157</b>
5.1	Autonutzungsroutinen als Hemmnisfaktoren.....	160
5.1.1	<i>Definition von Routineverhalten</i> .....	160
	<i>Messen von Routinestärke</i> .....	164
5.1.2	<i>Auswirkungen starker Autonutzungsroutinen</i> .....	165
5.1.3	<i>Der Beitrag der Car Sharing-Organisationen</i> .....	169
5.1.4	<i>Zusammenfassung</i> .....	170

5.2	Rationale Wahlprozesse.....	171
5.2.1	<i>Definition rationaler Verbraucherwahl.....</i>	172
5.2.2	<i>Die Theorie geplanten Verhaltens.....</i>	176
5.2.3	<i>Car Sharing im Urteil von Autobesitzern.....</i>	180
5.2.4	<i>Zusammenfassung.....</i>	183
5.3	Übergänge durch Kontextänderungen.....	184
5.3.1	<i>Definition von Kontext.....</i>	185
5.3.2	<i>Kontextänderungen: Das NOA-Modell.....</i>	188
5.3.3	<i>Kontextänderungen als „Fensteröffner“.....</i>	194
5.3.4	<i>Zusammenfassung.....</i>	196
<b>6.</b>	<b>Wichtigkeit von Routinebrüchen: Quantitative Hauptstudie</b>	<b>199</b>
6.1	Forschungshypothesen.....	201
6.1.1	<i>Informationsaufnahme und -suche.....</i>	201
6.1.2	<i>Routinestärke und Mobilitätsverhalten.....</i>	202
6.1.3	<i>Produktbewertung und Adoption.....</i>	203
6.1.4	<i>Werte / Umweltbewusstsein.....</i>	204
6.1.5	<i>Kontext und Kontextänderungen.....</i>	204
6.2	Empirisches Vorgehen.....	205
6.2.1	<i>Das Sample.....</i>	206
6.2.2	<i>Der Fragebogen.....</i>	207
	<i>Verwendete Masse.....</i>	208
	<i>Der gewählte Zeithorizont.....</i>	212
6.2.3	<i>Repräsentativität und Einteilung der Zufallsstichprobe.....</i>	212
6.2.4	<i>Soziodemographische Beschreibung der Gruppen.....</i>	214
6.3	Informationsaufnahme und -suche.....	216
6.3.1	<i>Hypothesentests.....</i>	216
6.3.2	<i>Kommentar.....</i>	221
6.4	Routinestärke und Mobilitätsverhalten.....	223
6.4.1	<i>Hypothesentests.....</i>	223
6.4.2	<i>Korrespondenz der Masse.....</i>	225
6.4.3	<i>Routinenvergleich.....</i>	228
6.4.4	<i>Vergleich des Mobilitätsverhaltens.....</i>	229
6.4.5	<i>Verhaltensänderungen.....</i>	231
6.4.6	<i>Einsatz von Car Sharing-Fahrzeugen.....</i>	235
6.4.7	<i>Kommentar.....</i>	235
6.5	Produktbewertung und Adoption.....	236
6.5.1	<i>Vergleichbarkeit der Bezugswege.....</i>	237
6.5.2	<i>Hypothesentests.....</i>	238
6.5.3	<i>Vergleich der Einstellungen.....</i>	243
6.5.4	<i>Vergleich der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle.....</i>	249
6.5.5	<i>Einstellungs- und Kontrolländerungen.....</i>	249
6.5.6	<i>Vergleich subjektiver Normen.....</i>	253
6.5.7	<i>Kommentar.....</i>	255

6.6 Werte / Umweltbewusstsein.....	258
6.6.1 Hypothesentests.....	261
6.6.2 Wertevergleich.....	264
6.6.3 Werte und Einstellungen.....	265
6.6.4 Kommentar.....	266
6.7 Kontext und Kontextänderungen.....	267
6.7.1 Kodierung.....	267
6.7.2 Wichtigkeit von Kontextänderungen.....	271
6.7.3 Gründe für verändertes Autonutzungsverhalten.....	272
6.7.4 Hypothesentests.....	274
6.7.5 Kommentar.....	283
6.8 Zusammenfassung.....	284
<b>7. Diskussion und Ausblick.....</b>	<b>289</b>
7.1 Ist Car Sharing eine „ökologische“ Innovation?.....	291
7.1.1 Methodenwahl.....	292
7.1.2 Performanz der Masse.....	293
7.1.3 Ergebnisse.....	296
7.2 Theoretische Bedeutung.....	298
7.2.1 Umweltpsychologie: Einbezug von Kontextänderungen.....	299
7.2.2 Diffusionstheorie: Einbezug von Routinebrüchen.....	302
7.3. Praktische Relevanz.....	303
7.3.1 Marketing.....	304
7.3.2 Politik.....	305
7.3.3 Technologische Weiterentwicklungen.....	306
7.4 Ausblick.....	308
<b>Literatur.....</b>	<b>313</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>327</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>329</b>
Anhang 1: Gesprächsleitfaden für Gruppendiskussionen – Kurzversion.....	331
Anhang 2: Kategoriensystem zur explorativen Vorstudie.....	334
Anhang 3: Biographische Zusammenfassungen – 2 Beispiele.....	344
Anhang 4: Verteilung Kontextänderungen – Übersicht über alle Mobilitätsgruppen.....	348
Anhang 5: Fragebogenstatistik.....	350
Anhang 6: Fragebogen und Anschreiben an die Teilnehmenden.....	352
Anhang 7: Repräsentativität der Zufallsstichprobe.....	379
Anhang 8: Änderungen in der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle bezüglich Privatautos und öffentlichen Verkehrsmitteln.....	384
Anhang 9: Zusammenfassung Kontextänderungen.....	385