



REPORT 1: MOBILITÄTSVERHALTEN IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Gestaltung und erste Ergebnisse der Ausgangsbefragung

veröffentlicht von

**Kay Kohaupt-Cepera, Lotta Philippi, Sebastian Willen, Steffen Opolony,
Bijan Shahbaz Nejad, Marcus Handte**

Report Nr. 1/2026

Dortmund, Juli 2026

tu technische universität
dortmund

Gefördert vom:

Ministerium für Umwelt,
Naturschutz und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

INHALT

Abbildungsverzeichnis	2
Zusammenfassung	4
Summary	5
1. Einführung	6
2. Theoretischer Hintergrund	7
2.1 Erweitertes Modell des Mobilitätsverhaltens	
2.2 Modell nach Stein und Willen	
2.3 Anreizmechanismen	
2.4 Zielsetzung	
3. Fragebogendesign	14
3.1 Entwicklung	
3.2 Technische Umsetzung	
4. Verbreitung des Fragebogens	16
5. Rücklauf	26
5.1 Zahlen	
5.2 Herausforderungen	
6. Datenbereinigung	29
7. Beschreibung des Datensatzes	30
7.1 Soziodemografika	
7.2 Zugang zu Verkehrsmitteln	
7.3 Alltägliche Verkehrsmittelnutzung	
8. Fazit	43
Literaturverzeichnis	46
Anhang 1: Fragebogen	52

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: S. 8, Eigene Darstellung. Erweitertes Modell des Mobilitätsverhaltens.

Abbildung 2: S. 11, Modell zur Identifizierung von Handlungsroutinen im Mobilitätsverhalten (Eigene Darstellung).

Abbildung 3: S. 17, Zustellung der Flyer in verschiedenen Duisburger Bezirken (Eigene Darstellung).

Abbildung 4: S. 18, Eigene Darstellung, Flyer für die Umfrage (Vorder- und Rückseite).

Abbildung 5: S. 19, Eigene Darstellung, erstellt mit Datawrapper. Standorte der Bürger-Service-Stationen der Stadt Duisburg, basierend auf OSM-Daten (OpenStreetMap o.J.).

Abbildung 6: S. 20, Technische Universität Dortmund 2025. News-Beitrag auf der Homepage der Sozialforschungsstelle. Online verfügbar unter <https://sfs.sowi.tu-dortmund.de/aktuelles/news/2025/ihre-meinung-zaehlt-gemeinsam-die-mobilitaet-in-nrw-verbessern-2-55056/>, zuletzt geprüft am 04.05.2026.

Abbildung 7: S. 21, Technische Universität Dortmund 2025. LinkedIn Post der TU Dortmund. Online verfügbar unter <https://de.linkedin.com/school/tu-dortmund/>, zuletzt geprüft am 04.05.2026.

Abbildung 8: S. 22, The Radio Group Holding GmbH o.J.. Meldung im News-Feed von Antenne NRW. Online verfügbar unter: <https://antenne.nrw/nrw/deine-meinung-zaehlt-gemeinsam-die-mobilitaet-in-nrw-verbessern/>, zuletzt geprüft am 04.05.2026.

Abbildung 9: S. 23, Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) 2025. Banner auf der Website von Verkehr.NRW. Online verfügbar unter: <https://www.verkehr.nrw/>, zuletzt geprüft am 28.08.2025.

Abbildung 10: S. 24, Meta Platforms Ireland Limited o.J.. Instagram Werbung für die Befragung. Online verfügbar unter: <https://www.instagram.com/>, zuletzt geprüft am 08.09.2025.

Abbildung 11: S. 25, Nextbike GmbH o.J.. Banner über der Karte der Nextbike-App. Online verfügbar unter: <https://www.nextbike.de/de/>, zuletzt geprüft am 09.09.2025.

Abbildung 12: S.25, Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft. MEIN DUISBURG App.

Abbildung 13: S. 26, Eigene Darstellung. Auszug aus den Vorlesungsfolien.

Abbildung 14: S. 27, Eigene Darstellung. Entwicklung der Anzahl vollständiger Antworten.

Abbildung 15: S. 27, Eigene Darstellung. Aufteilung der Antworten auf die Kontaktwege (Stand 09.10.25).

Abbildung 16: S. 31, Eigene Darstellung. Kinder im Haushalt in verschiedenen Altersgruppen unter 18.

Abbildung 17: S. 32, Eigene Darstellung. Migrationshintergrund im Vergleich zu Daten des Mikrozensus (Statistisches Bundesamt 2025c) und Ergebnissen der Studie Mobilität in Deutschland (infas 2023a), kategorisiert.

Abbildung 18: S. 33, Eigene Darstellung, erstellt mit Datawrapper. Wohnorte der Teilnehmenden nach PLZ, 2-stellige Gebiete, basierend auf OSM-Daten (OpenStreetMap o.J.).

Abbildung 19: S. 33, Eigene Darstellung. Wohnlage der Teilnehmenden.

Abbildung 20: S. 34, Eigene Darstellung. Berufstätigkeit der Teilnehmenden.

Abbildung 21: S. 35, Eigene Darstellung. Verteilung des höchsten allgemeinen Schulabschlusses.

Abbildung 22: S. 36, Eigene Darstellung. Aufteilung des monatlichen Nettohaushaltseinkommens.

Abbildung 23: S. 37, Eigene Darstellung. Verfügbare Verkehrsmittel des Individualverkehrs am Wohnort.

Abbildung 24: S. 38, Eigene Darstellung. Verfügbare Tickets/Vergünstigungen/Abonnements für den ÖV am Wohnort.

Abbildung 25: S. 39, Eigene Darstellung. Gründe für monatliche Mobilitätsausgaben.

Abbildung 26: S. 41, Eigene Darstellung. Modal Split nach Wegezweck, kategorisiert.

Abbildung 27: S. 41, Eigene Darstellung. Hauptverkehrsmittel nach Wegezweck, kategorisiert.

Abbildung 28: S. 43, Eigene Darstellung. Allgemeine Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der eigenen Alltagsmobilität.

ZUSAMMENFASSUNG

Mobilität in urbanen Räumen steht zunehmend im Spannungsfeld zwischen notwendigen ökologischen Transformationen, begrenzten Verkehrskapazitäten und etablierten Alltagsroutinen. Obwohl in der Rhein-Ruhr-Region vielfältige Alternativen zum privaten Pkw vorhanden sind, bleibt dieser für viele Wege weiterhin das dominante Verkehrsmittel. Das Projekt ATMo² setzt hier an und zielt darauf ab, Reisende durch evidenzbasierte und individuelle Anreize dabei zu unterstützen, vorhandene Alternativen stärker in Betracht zu ziehen und informiertere Entscheidungen bei der Verkehrsmittelwahl zu treffen.

Der vorliegende Report beschreibt die Gestaltung der Ausgangsbefragung des Projekts sowie erste Ergebnisse. Die theoretische Grundlage hierfür bilden zwei sich ergänzende Modelle des Mobilitätsverhaltens, die einerseits subjektive Nutzenkalkulationen, Situationswahrnehmungen und Kontextfaktoren sowie andererseits Routinen, Mobilitätssozialisation, Werteorientierungen und soziale Normen berücksichtigen. Auf dieser Basis wurde ein mehrsprachiger Fragebogen entwickelt, der zentrale Dimensionen des Mobilitätsverhaltens, der Verkehrsmittelverfügbarkeit, der Präferenzen und möglicher Verhaltensänderungen erfasst. Die Befragung wurde über verschiedene Online- und Offline-Kanäle verbreitet. Insgesamt konnten 1.174 vollständige Antworten generiert werden; besonders erfolgreich waren dabei die Ausspielung über soziale Medien sowie über das Portal Verkehr.NRW.

Die ersten deskriptiven Ergebnisse zeigen eine Stichprobe, die hinsichtlich Alter, Bildungsabschluss und Haushaltseinkommen nach oben verzerrt ist und sich beabsichtigt räumlich deutlich auf Nordrhein-Westfalen konzentriert. Zugleich wird sichtbar, dass den Befragten häufig verschiedene Verkehrsmittel zur Verfügung stehen, der Pkw jedoch über die betrachteten Wegezwecke hinweg weiterhin das meist genutzte Hauptverkehrsmittel bleibt. Damit bestätigen die Ergebnisse die Relevanz eines Ansatzes, der nicht nur die objektive Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln, sondern auch Routinen, Wahrnehmungen, Präferenzen und soziale Kontextfaktoren in den Blick nimmt.

SUMMARY

Urban mobility is increasingly shaped by the tension between necessary ecological transformations, limited transport capacities and established everyday routines. Although a wide range of alternatives to the private car is available in the Rhine-Ruhr region, the car remains the dominant mode of transport for many trips. This is the starting point of the ATMo² project, which aims to support travelers in considering existing alternatives more strongly by means of evidence-based and individual incentives, enabling better-informed decisions regarding transport mode choice.

This report describes the design of the project's baseline survey and presents first results. Its theoretical foundation consists of two complementary models of mobility behavior, addressing subjective utility calculations, perceptions of situations and context factors on the one hand, and routines, mobility socialization, value orientations and social norms on the other. Based on these considerations, a multilingual questionnaire was developed to capture central dimensions of mobility behavior, transport availability, preferences and potential behavioral change. The survey was disseminated through several online and offline channels. In total, 1,174 complete responses were collected; dissemination via social media and the Verkehr.NRW portal proved particularly successful.

The first descriptive results show a sample biased towards higher age, educational attainment and household income, with an intended clear spatial concentration in North Rhine-Westphalia. At the same time, they indicate that respondents often have access to several transport options, while the private car remains the most used main mode of transport across the trip purposes considered. These results confirm the relevance of an approach that considers not only the objective availability of transport modes, but also routines, perceptions, preferences and social context factors.

1. EINFÜHRUNG

Der Verkehrssektor steht vor erheblichen Herausforderungen in Hinblick auf notwendig werdende Transformationen. Insbesondere in urbanen Gebieten wie der Rhein-Ruhr-Region liegt der Fokus dabei nicht nur auf Emissionen, sondern ebenfalls auf der begrenzten Kapazität einzelner Verkehrsmittel. Dabei hat der private Pkw trotz leichter Rückgänge noch immer den größten Anteil an den täglich zurückgelegten Wegen (Follmer 2025, S. 15). Diese Dominanz ist in urbanen Regionen zwar schwächer ausgeprägt als in ländlichen Räumen, sie ist aber dennoch vorhanden und das, obwohl gerade in Großstädten alternative Mobilitätsangebote oft in großer Zahl vorhanden sind. So ist beispielsweise zwischen 2017 und 2023 die Anzahl der Carsharing-Mitgliedschaften gerade in urbanen Regionen sichtbar gestiegen. Allerdings ist dabei auch zu beobachten, dass solche Alternativangebote häufig nur als Ergänzung zum vorhandenen privaten PKW genutzt werden, nicht zu dessen Substitution (Follmer 2025, S. 21).

Ein zentrales Ziel des Forschungsprojekts ATMo² besteht daher darin, Menschen zu motivieren, Alternativen zum Auto in Betracht zu ziehen – insbesondere jene Gruppen, die bisher wenig Affinität zum öffentlichen Verkehr zeigen. Dabei geht es nicht darum, den Besitz von Pkw oder ÖPNV-Tickets zu adressieren, sondern um ein Aufzeigen von Möglichkeiten auf Basis der persönlichen Mobilitätsgewohnheiten. Hier setzt ATMo² an: Das Projekt zielt darauf ab, Reisenden durch evidenzbasierte und individuelle Anreize eine besser informierte Entscheidung bei der Verkehrsmittelwahl zu ermöglichen. Dies kann beispielsweise ein Vorschlag für eine neue Route sein, ebenso aber Informationen zu möglichen alternativen Verkehrsmittelkombinationen.

Um diese Anreize effektiv gestalten zu können, ist zunächst eine fundierte Datengrundlage erforderlich, welche die Beantwortung folgender Fragen ermöglicht: Welche Faktoren beeinflussen das individuelle Mobilitätsverhalten? Wie sehen aktuelle Mobilitätsgewohnheiten und -bedarfe in der Rhein-Ruhr-Region im Detail aus? Welche Arten von Anreizen wirken auf unterschiedliche Nutzer:innen-Gruppen? Und welche Barrieren stehen einer Verhaltensänderung entgegen? Um diese Datenbasis auszubauen, wird nicht nur Literatur systematisch ausgewertet, sondern vor allem auch eine eigene Umfrage/ Befragungen durchgeführt und damit neue Daten generiert, die die Beantwortung der Forschungsfragen ermöglichen.

Dieser Report beschreibt die Gestaltung der Ausgangsbefragung des Projekts ATMo² und berichtet erste Ergebnisse. Dabei werden im Folgenden zunächst der sozialwissenschaftliche Hintergrund sowie relevante Vorarbeiten diskutiert. Anschließend folgt eine Darstellung der verwendeten Konstrukte

und Itembatterien, bevor schließlich auf die Konzeption und Details der Verteilung des Fragebogens eingegangen wird. Es folgen Ausführungen zum Rücklauf des Fragebogens sowie zu der stattgefundenen Datenbereinigung. Zuletzt werden erste (deskriptive) Ergebnisse der Ausgangsbefragung berichtet.

2. THEORETISCHER HINTERGRUND

Die Wahl des Verkehrsmittels ist Teil jenes Alltagsverhaltens, welches vornehmlich auf Routinen und Gewohnheiten basiert und daher nicht ausschließlich auf rationalem Kalkül beruht. Darüber hinaus führt die Untersuchung der Einstellungen, Werte und Präferenzen der Reisenden oft zu überraschenden Ergebnissen, da diese nur teilweise zur Vorhersage des tatsächlichen Verhaltens beitragen (Weyer und Hoffmann 2025). Dies zeigt sich etwa im Falle von Menschen, die gerne Fahrrad fahren, aber dennoch das Auto nehmen (beispielsweise, weil keine akzeptable Infrastruktur für Fahrräder an ihrem Wohnort zur Verfügung steht).

Im Rahmen des Projekts InnaMoRuhr, welches dem ATMo²-Projekt vorausging, wurden daher zwei Handlungsmodelle entwickelt, das erweiterte Modell des Mobilitätsverhaltens (Weyer und Hoffmann 2025) sowie das Modell für die Darstellung des Einflusses verkehrlicher und nicht-verkehrlicher Variablen auf die Verkehrsmittelwahl. Diese wurden nun für den Fokus des Projekts ATMo² weiterentwickelt und sollen so dazu beitragen, dass das Mobilitätsverhalten möglichst realitätsnah und sozialwissenschaftlich akkurat modelliert werden kann. Entsprechend dienen diese Modelle auch bei der Gestaltung der in diesem Report beschriebenen Befragung als theoretische Grundlage. Die in der Befragung verwendeten Konstrukte wurden folglich so ausgewählt, dass sie mit den in den Modellen postulierten Einflussfaktoren auf das Mobilitätsverhalten in Einklang stehen.

2.1 ERWEITERTES MODELL DES MOBILITÄTSVERHALTENS

Um das manifeste Mobilitätsverhalten zu erklären und Ansatzpunkte für mögliche Veränderungen zu identifizieren, nehmen Weyer und Hoffmann einen Ansatz der analytischen Soziologie als Grundlage, nämlich den der subjektiven Nutzenkalkulation (Esser 2000, S. 250). Sie folgen damit der Annahme dieses theoretischen Bezugsrahmens, dass menschliches Alltagshandeln systematisch als Ergebnis subjektiv rationaler Entscheidungsprozesse verstanden werden kann (vgl. Weyer und Hoffmann, S. 369).

Der Ansatz der subjektiven Nutzenkalkulation sieht Entscheidungen als eine Wahl zwischen verschiedenen Handlungsalternativen, wobei angenommen wird, dass Menschen in der Regel jene Option bevorzugen, die – aus ihrer

subjektiven Perspektive – den größten Nutzen bietet oder ihre individuellen Bedürfnisse am besten erfüllt. Dabei ist Nutzen nicht ausschließlich monetär zu verstehen; auch soziale Faktoren wie Anerkennung innerhalb einer Gruppe oder die Einhaltung bestimmter Normen können eine entscheidende Rolle spielen – beispielsweise bei der Entscheidung für eine umweltfreundliche Reiseoption (vgl. Weyer und Hoffmann 2024, S. 370).

Im Gegensatz zu klassischen Rational-Choice-Modellen nutzt die Nutzenkalkulation hier zwei zentrale Komponenten: die individuellen Präferenzen sowie die subjektive Definition der Situation. Die Präferenzen bestimmen, worauf Reisende besonderen Wert legen, also etwa auf Schnelligkeit, Komfort oder Kosten. Die subjektive Definition der Situation wird dann vor allem durch die individuelle Abschätzung geprägt, mit welcher Wahrscheinlichkeit bestimmte Ziele durch den Einsatz bestimmter Mittel erreicht werden können. Der Nutzen einer Handlungsoption (also die „subjective expected utility“, SEU) ergibt sich folglich aus dem Produkt individueller Zielpräferenzen („utility“) und den subjektiv wahrgenommenen Wahrscheinlichkeiten („probabilities“), diese Ziele mit einer bestimmten Handlung zu erreichen. Beispielsweise könnte dies die wahrgenommene Wahrscheinlichkeit sein, einen bestimmten Weg mit dem Fahrrad schnell zurücklegen zu können (Weyer und Hoffmann 2024).

Dieser Ansatz erlaubt es nicht nur, individuelle und subjektiv geprägte Entscheidungen systematisch abzubilden, sondern zeigt auch auf, warum unterschiedliche Akteure in vergleichbaren Situationen – etwa bei der Wahl zwischen Fahrrad oder Auto für den Weg zur Universität – verschiedene Entscheidungen treffen können (vgl. Weyer und Hoffmann 2024, S. 371).

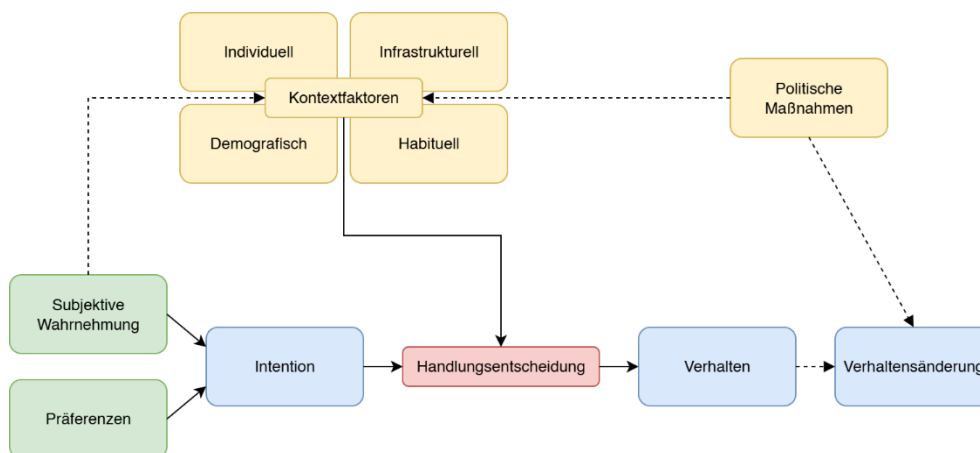


Abbildung 1: Erweitertes Modell des Mobilitätsverhaltens (Eigene Darstellung, vgl. Weyer und Hoffmann 2025)

Abbildung 1 zeigt eine empirisch geprüfte Version des erweiterten Modells des Mobilitätsverhaltens (auch xMooBe – Extended Model of Mobility Behavior, Weyer und Hoffmann 2025). Bei diesem wird zunächst mithilfe der SEU-Formel (subjective expected utility; Esser 2000) die individuelle Verhaltensintention errechnet (welche im linken blauen Kästchen zu sehen ist). Diese wird, wie zuvor beschrieben, durch die subjektive Situationsdefinition und die individuellen Präferenzen (jeweils in Grün) geprägt. Die Verhaltensintention bestimmt dann in Kombination mit einer Reihe Kontextfaktoren (in Gelb links) die Handlungsentscheidung. Kontextfaktoren können einerseits subjektiv (wie im Falle persönlicher Einstellungen oder Gewohnheiten) sein. Andererseits sind auch objektive Kontextfaktoren (wie etwa die vorhandene ÖPNV-Infrastruktur) relevant.

Ein Ziel war es, für die Modellierung der Handlungsentscheidung ein Set an Variablen zu wählen, welches in Befragungen von Reisenden erhoben werden kann. Wird zusätzlich das tatsächlich erfolgte Mobilitätsverhalten erhoben (mittleres blaues Kästchen), kann anschließend die theoretisch günstigste Mobilitätsoption mit der tatsächlich gewählten verglichen werden. Dies erlaubt einen Rückschluss darauf, welchen Einfluss die Kontextfaktoren auf das jeweilige Verhalten haben. Hieraus lassen sich dann (mittels rechnerischer Experimente, Simulation oder Realversuchen) politische Maßnahmen (rechts in Gelb) eruieren, welche in den jeweiligen Fällen zu einer Änderung des Mobilitätsverhaltens (rechts in Blau) führen könnten. Auf diese Weise soll die Lücke zwischen Einstellungen und Verhalten (Attitude-Behavior-Gap) empirisch fassbar und überwindbar gemacht werden. Dies erscheint allein deshalb sinnvoll, da die Verwendung nachhaltiger Mobilitätsalternativen von den Reisenden in vielen Fällen sogar präferiert würde, andere Faktoren jedoch dafür verantwortlich sind, dass diese Alternativen dann nicht gewählt werden (Weyer und Hoffmann 2025).

Im Kontext des Projekts Atmo² soll dieses Modell folglich vor allem dazu verwendet werden, zu ermitteln, welche Kontextfaktoren bei welchen Personengruppen am häufigsten dazu führen, dass das bevorzugte Verhalten vom tatsächlichen Verhalten abweicht. Hierauf basierend sollen dann Anreizmechanismen entwickelt werden, die diese Personengruppen gezielt ansprechen und deren individuelle Situationswahrnehmung dahingehend verändern, dass eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens erzielt werden kann.

2.2 MODELL ZUR IDENTIFIZIERUNG VON HANDLUNGSROUTINEN IM MOBILITÄTSVERHALTEN

„Der Mensch ist ein Gewohnheitstier.“ Übereinstimmend mit neueren Diskursen in der Verkehrs- und Mobilitätsforschung betont die sozialwissenschaftlich orientierte empirische Forschung für die Verkehrsmittelwahl neben objektiven Opportunitäten und Restriktionen zunehmend den Stellenwert von Routinen, Kultur, Milieus und den darin auffindbaren sozialen Normen und Werten (Manderscheid 2022; Rammert 2024; Schwedes et al. 2023; Graf 2025). Für die Erklärung von sich gefestigten Verhaltensmustern ist daher in Betracht zu ziehen, dass die alltägliche Verkehrsmittelwahl nicht vollumfänglich durch ein Nutzenkalkül charakterisiert werden kann, sondern durch internalisierte und überindividuelle Faktoren moderiert wird. So ist aus empirischer Perspektive insbesondere für Fahrten zur Arbeit und zum Einkaufen sowie für in der Freizeit zurückgelegte Wege bekannt, dass diese von Alltagsroutinen geprägt sind, die nicht rein individueller Natur sind, sondern gesellschaftlich strukturiert sein dürften (Graf 2025; Schonfelder und Axhausen 2016; Wilhoit 2017). Es kann davon ausgegangen werden, dass das individuelle Handeln des Akteurs in dessen soziale Situation eingebettet ist. Aus diesem Grunde gilt es, zwischen der Definition der Situation eines außenstehenden Beobachters und der Definition der Situation des handelnden Akteurs zu kontrastieren.

Um routiniertes Handeln bei der Verkehrsmittelwahl erfassen und verstehen zu können, beruft sich dieses Forschungsmodell auf theoretische Erklärungsansätze des Model of Frame Selection (Esser 2011; Kroneberg 2011). Nach dem Model of Frame Selection (MFS) bettet sich die Handlung - in diesem Fall die Nutzung eines Verkehrsmittels - in ein mentales Modell der Situation ein. Basierend auf dieser individuellen Definition der Situation, auch Frame genannt, resultiert letztendlich die Handlung (Esser 2001). Solche individuellen Deutungsschemata orientieren sich an typischen Erfahrungen in der Vergangenheit, der Sozialisation und der Internalisierung über Verstärkungslernen (Esser 2018). Im Vorfeld einer Handlung definiert der Akteur zunächst die vorliegende Situation, wie beispielsweise die anstehende Fahrt zur Arbeitsstätte. Bei einer sich alltäglich wiederholenden Handlung gerät dann das Verkehrsmittel in den Vordergrund, welches am stärksten mental präsent ist. Aufbauend auf diesen beiden vorherigen Schritten erfolgt dann die Ausführung der Handlung, also der Antritt der Fahrt, die in diesem Falle eher einer Routine entspricht.

Die Verinnerlichung solcher mentalen Modelle kann erklären, warum aus einer zur Verfügung stehenden Menge alternativer Handlungsoptionen nicht immer eine eindeutig rationale Verkehrsmittelentscheidung hervorgeht. Wesentlich

ist hier gemäß des MFS der Modus der Informationsverarbeitung. Erfolgt diese im automatisch-spontanen Modus (as-Modus), wird die Alternative gewählt, die mental am stärksten aktiviert ist und damit den höchsten „Match“ aufweist (Kroneberg 2011). Im Gegensatz zu einer tatsächlich getroffenen Entscheidung liegt dieser kein bewusster Abwägungsprozess zugrunde, sodass hier hinsichtlich der Wahl des Verkehrsmittels von einer Handlungsroutine gesprochen werden kann. Kommt es nun aber zu starken Veränderungen innerhalb des routinierten Ablaufs, wie beispielsweise der plötzlichen Nicht-Nutzbarkeit des gewohnten Verkehrsmittels, kann sich ein sogenannter *Mismatch* einstellen, in dessen Folge sich alternative Handlungsoptionen mental aktivieren und bisherige automatische Handlungsroutinen aufgebrochen werden (Kroneberg 2011). Ein eintretender Mismatch macht einen Wechsel vom automatisch-spontanen Modus in den reflexiv-kalkulierenden Modus (rc-Modus) wahrscheinlich (Esser 2018). Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass Verkehrsmittelalternativen miteinander verglichen und die Entscheidung in einem Prozess der Reflexion getroffen wird (Kroneberg 2011). Um nun Anreize für die Wahl alternativer Verkehrsmittel zu generieren und damit bewusst einen Mismatch in der wahrgenommenen Situation erzeugen zu können, setzt sich das nachfolgende Forschungsmodell zum Ziel, Handlungsroutinen im Mobilitätsverhalten zu erkennen und zu erklären.

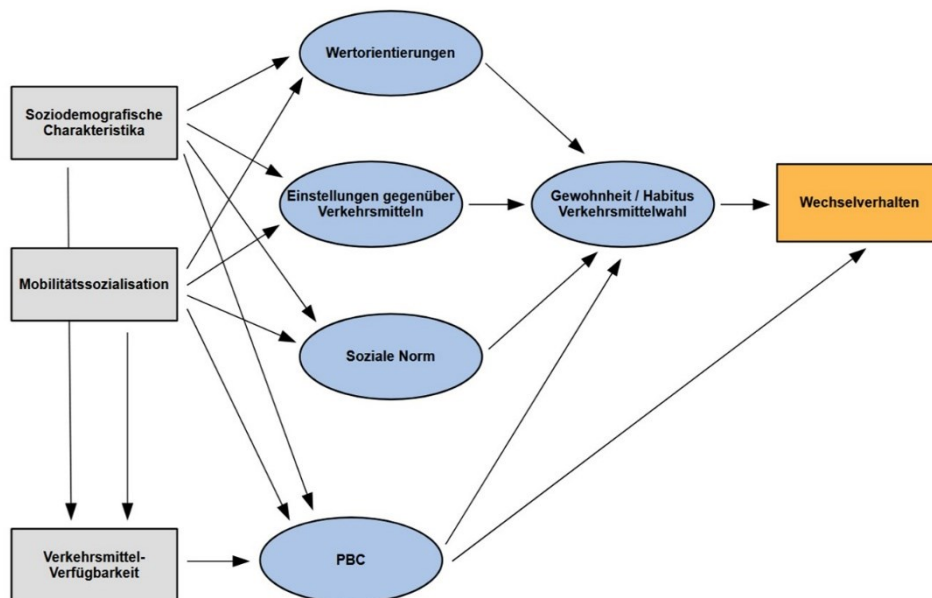


Abbildung 2: Modell zur Identifizierung von Handlungsroutinen im Mobilitätsverhalten (Eigene Darstellung)

Individuelle Deutungsschemata für die Definition der Situation in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl ergeben sich aus gesellschaftlichen, milieu- oder kulturell

spezifischen Konventionen und Erwartungen. Ferner unterliegen sie subjektiven Wahrnehmungen und Präferenzen, während internalisierte Werte als generalisierbare kognitiv-emotionale Ordnungsschemata zu verstehen sind (Esser 1999). Für die Erklärung verinnerlichter mentaler Modelle, die eine Entscheidungsfindung im automatisch-spontanen Modus vermuten lassen, umfasst das Forschungsmodell daher den Einfluss internalisierter Werteorientierungen, Einstellungen gegenüber einzelnen Verkehrsmitteln sowie einer mit dem Mobilitätsverhalten verbundenen sozialen Norm. Wiederum bestimmt werden diese durch ihrerseits vorgelagerte, erklärende Merkmale wie die Soziodemografie und die erlebte Mobilitätssozialisation. Ergänzt wird die individuelle Definition der Situation durch die Annahme, dass die Verfolgung von Handlungsrouninen stark von der Einschätzung getragen wird, eine bestimmte Handlung auch ausführen zu können, womit auch die wahrgenommene Verhaltenskontrolle (PBC) (Ajzen 1991) ein wesentlicher Bestandteil individueller mentaler Modelle darstellt. Das Zusammenspiel ebendieser Wertvorstellungen, Einstellungen gegenüber Verkehrsmitteln, normativer Verpflichtungen und der Selbstüberzeugung, ein bestimmtes Verhalten auch umsetzen zu können, erweist sich hier als entscheidend für die Identifizierung von Handlungsrouninen hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl.

2.3 ERWEITERTE ANREIZMECHANISMEN

Wenn Anreizmechanismen eingesetzt werden sollen, um Mobilitätsentscheidungen zu beeinflussen, empfiehlt es sich zunächst zu reflektieren, an welcher Stelle sie im Rahmen von Mobilitätsentscheidungen überhaupt ansetzen können. Anlehnend an die Unterscheidung aus dem letzten Abschnitt zwischen dem rational kalkulierenden und dem automatisch-spontanen Modus können Anreizmechanismen nämlich je nach ihrer Ausgestaltung an verschiedenen Punkten angreifen.

Einfache Nudges im Sinne Thalers und Sunsteins (2009), also beispielsweise eine vereinfachte oder um zusätzliche Informationen angereicherte Darstellung von Entscheidungsoptionen, versuchen Entscheidungen bereits im automatisch-spontanen Modus zu beeinflussen. Hier soll die Wahrnehmung der Situation folglich derart verändert werden, dass die darauffolgende Handlung intuitiv verändert wird, ohne dass eine größere Abwägung verschiedener Faktoren notwendig wird (vgl. Jakubowski 2018; Kohaupt-Cepera 2025).

Wie im letzten Abschnitt ersichtlich wurde, stellen Routinen hierbei jedoch ein maßgebliches Problem dar, da diese die Offenheit für Anreize dieser Art schlicht verhindern und folglich dazu führen können, dass die zuvor routinierten Handlungen dennoch weiter ausgeführt werden.

Aus diesem Grund empfiehlt es sich, eine Unterscheidung zwischen einfachen Nudges und erweiterten Anreizmechanismen vorzunehmen. Diese sind hinsichtlich ihrer grundlegenden Funktionsweise den einfachen Nudges ähnlich, setzen jedoch gezielt am rational kalkulierenden Modus an, also an jenen Punkten, an denen Entscheidungen reflektiert und neu getroffen werden müssen. Sie sollen daher nicht möglichst subtil intuitiv berücksichtigt werden, sondern dazu motivieren, eine möglicherweise bereits routinierte Entscheidung neu abzuwägen.

Daher beinhalten erweiterte Anreizmechanismen in der Regel nicht nur eine Vereinfachung bereits vorhandener Informationen, sondern zielen speziell darauf ab, die Menge der verfügbaren Entscheidungsoptionen zu erweitern. Dies kann beispielsweise dadurch erfolgen, dass die subjektive Nutzenkalkulation der Entscheidenden durch eine an ihre Präferenzen angepasste Darstellung vorgeschlagener Alternativen beeinflusst wird. Ebenso können individuelle Werteorientierungen und Einstellungen gegenüber einzelnen Verkehrsmitteln adressiert oder durch Vergleiche neue soziale Normen impliziert werden.

In diesem Report sei dies vor allem zum grundsätzlichen Verständnis der Zielsetzung erwähnt. Tiefere theoretische Details sowie die datenbasierte Entwicklung der erweiterten Anreizmechanismen im Projekt ATMo² sollen jedoch vornehmlich Gegenstand des nächsten Reports sein.

2.4 ZIELSETZUNG

Wie die letzten Abschnitte zeigen, unterscheiden sich die beiden präsentierten Verhaltensmodelle maßgeblich hinsichtlich ihrer Perspektive auf Mobilitätsverhalten und Mobilitätsentscheidungen. Das erweiterte Modell des Mobilitätsverhaltens nimmt vor allem die subjektive Wahrnehmung der Mobilitätssituation, hierfür relevante Kontextfaktoren und die daraus resultierende Nutzenkalkulation in den Fokus, die schließlich zur Mobilitätsentscheidung führt. Das Modell zur Identifizierung von Handlungsrouninen im Mobilitätsverhalten konzentriert sich seinem Namen entsprechend stärker auf die Mobilitätssozialisation, soziodemografische Charakteristika und daraus resultierende Wertorientierungen, die die Handlungen der Handelnden im Vorfeld ihrer Mobilitätsentscheidung prägen und so zu dieser hinführen.

Wie anschließend beschrieben wurde, ergeben sich aus diesen unterschiedlichen Betrachtungsweisen ebenso verschiedene Ansatzpunkte für mögliche Anreizmechanismen. Diese können theoretisch sowohl im automatisch-spontanen als auch im rational kalkulierenden Modus ansetzen, wobei gerade das Vorhandensein möglicher Routinen Letzteres

aussichtsreicher erscheinen lässt. Insgesamt wird hierdurch deutlich, dass sich beide Modelle funktional ergänzen und bei genauer Betrachtung einen guten Überblick darüber liefern, welche Daten erhoben werden müssen, um ein entsprechendes Bild des individuellen Mobilitätsverhaltens zeichnen zu können.

Die Zielsetzung des nachfolgend beschriebenen Fragebogendesigns war es daher, die in diesem Abschnitt beschriebenen Überlegungen zu berücksichtigen und die für beide Modelle erforderlichen Daten in einen Fragebogen zu integrieren, um eine möglichst vollständige Erhebung des Mobilitätsverhaltens sowie verschiedener Mobilitätstypen in der Erhebungsregion zu ermöglichen.

3. FRAGEBOGENDESIGN

3.1 ENTWICKLUNG

Bei der Entwicklung des Fragebogens konnte das Projektteam teilweise auf die Vorerfahrungen aus dem InnaMoRuhr-Projekt zurückgreifen. Im Zuge dessen wurden im Jahr 2021 alle rund 120.000 Angehörigen der drei Ruhr-Universitäten (Dortmund, Bochum, Duisburg-Essen) zu einer Befragung bezüglich ihres Mobilitätsverhaltens sowie ihrer Präferenzen und Bedarfe eingeladen, wodurch 10.782 vollständige Antworten gesammelt werden konnten (Weyer 2022). Hierdurch konnte gerade im Hinblick auf die Erhebungsregion ein spezifischer Einblick darauf gewonnen werden, welche Skalen und Konstrukte über generelle Maßgaben hinaus für die Erhebung des Mobilitätsverhaltens dienlich sein könnten.

Der Fragebogen wurde daraufhin intern in mehreren Iterationen entwickelt und optimiert. Dafür wurden zwei interne Pretests mit unbeteiligten Mitarbeitenden der involvierten Institute durchgeführt. Diese konnten in einer dafür vorbereiteten Version des Fragebogens detailliertes Feedback geben, welches dann gesammelt in die Weiterentwicklung des Fragebogendesigns einfluss. Zusätzlich notierten alle Testpersonen die von Ihnen benötigte Zeit zum Ausfüllen des Fragebogens. Dadurch sollte eine möglichst genaue Schätzung der realen Bearbeitungszeit erreicht werden, um diese im späteren Verlauf an die tatsächlichen Befragten kommunizieren zu können. Unter den Testpersonen ergab sich eine Median-Beantwortungszeit von rund 30 Minuten.

Insgesamt beinhaltete der Fragebogen 59 Fragen zu folgenden Konstrukten¹:

- Ausbildung und Wohnsituation
- Mentale Verfügbarkeit

¹ Der vollständige Fragebogen findet sich im Anhang.

- Ausstattung mit Verkehrsmitteln
- Nutzung von (Mobilitäts)Apps
- Wege Arbeit / Ausbildung / Schule, Einkauf, Freizeit
- Bewertungen
- Präferenzen
- Verhaltensänderung und Zahlungsbereitschaft
- ÖV- und IV-Infrastruktur
- TA und PBC
- Soziale Normen und Wertvorstellungen
- Mobilitätsausgaben
- Soziodemografika

Gerade im Bereich der Einstellungsvariablen, wie der Technikaffinität (vgl. z.B. Weyer und Cepera 2022) oder der Perceived Behavioral Control (Hunecke et al. 2022), der sozioökologischen Norm (Klößner und Blöbaum 2010) sowie der Schwartz Werteskala SVS (Schmidt et al. 2007) wurde zum Zwecke der Vergleichbarkeit der Ergebnisse Wert auf die Verwendung etablierter Skalen gelegt. Zudem wurde der Fragebogen als Mischung klassischer Fragebatterien und anderer innovativer Erhebungsinstrumente gestaltet.

So wurde beispielsweise die Abfrage des aktuellen Mobilitätsverhaltens bewusst simplifiziert und als zweistufiges Abfrageverfahren der Verkehrsmittel bei Wegen zur Arbeit, zur Ausbildung sowie zu Einkäufen beziehungsweise Freizeitbeschäftigungen umgesetzt. Die Fragen zur Verhaltensänderung und der damit verbundenen Zahlungsbereitschaft wurden von eigens hierfür gestalteten Comics begleitet, die die den Befragten präsentierten Zukunftsszenarien anschaulich illustrieren sollten (siehe Anhang). Auf diese Weise sollte erreicht werden, dass sich möglichst viele Befragte in die präsentierten Szenarien hineinversetzen und so ihre eigene Bereitschaft, diese zu nutzen, fundierter bewerten konnten. Die Zahlungsbereitschaft selbst wurde dann gemäß der Methode nach van Westendorp (1976) erhoben.

3.2 TECHNISCHE UMSETZUNG

Nach Festlegung der relevanten Konstrukte und Items wurde der Fragebogen in LimeSurvey programmiert. Mithilfe der Software wurde im Anschluss auch die Auspielung an die Befragten vorgenommen. Dabei wurden die Zwischenergebnisse in regelmäßigen Abständen überprüft, um bei Bedarf weitere Maßnahmen zur Verbesserung des Rücklaufs ergreifen zu können.

Die schon beschriebenen Comics zur anschaulicheren Präsentation der vorgeschlagenen fiktiven Szenarien im Konstrukt *Verhaltensänderung und*

Zahlungsbereitschaft (Q29 und Q33; siehe Anhang) wurden mit Software der ADOBE-Creative Cloud eigens für den Fragebogen erstellt.

Da der Fragebogen an eine möglichst breite Schnittmenge der Bevölkerung Nordrhein-Westfalens ausgespielt werden sollte, wurde eine Präsentation in mehreren Sprachen beschlossen. Laut Statistischem Bundesamt sind die beiden meistgesprochenen Sprachen in Deutschland Deutsch und Türkisch (Statistisches Bundesamt 2025d), weswegen der Fragebogen in diese Sprachen vollständig übersetzt wurde. Zusätzlich wurde der Fragebogen auch auf Englisch übersetzt, um zusätzlich eine universelle Sprache anbieten zu können. Die deutsche Ausgangsversion wurde dafür zunächst maschinell mithilfe von DeepLPro übersetzt und anschließend manuell korrigiert. Die türkische Version wurde hierzu von einer externen Muttersprachlerin korrigiert, da die Sprachkenntnisse des Projektteams hierfür nicht hinreichend waren. Während die DeepL-Übersetzung ins Englische qualitativ sehr gut war, erwies sich die türkische Version als stark überarbeitungsbedürftig.

Die Verbreitung des Fragebogens war über verschiedene Kanäle geplant (siehe Kapitel 4). Um dabei nachvollziehen zu können, über welchen Weg die teilnehmende Person auf die Umfrage aufmerksam geworden ist, wurde der Fragebogen für jeden Kanal über einen separaten Link ausgespielt.

4. VERBREITUNG DES FRAGEBOGENS

Um möglichst viele Menschen verschiedener Bevölkerungsgruppen für die Befragung zu erreichen, wurde ein multimedialer Ansatz verfolgt und eine Kombination aus diversen Verbreitungswegen gewählt. Dabei wurde darauf geachtet, Gruppen, die bisher wenig Affinität zum öffentlichen Verkehr zeigen, gezielt zu adressieren, beispielsweise per Radio sowie über das Web-Portal Verkehr.NRW.

Für die verschiedenen Verteilungswege wurden jeweils geeignete Partner:innen akquiriert. Außerdem wurden die Text- und Grafikelemente an die genutzten Medien sowie für die verschiedenen Kooperations-Partner:innen angepasst und individualisiert zur Verfügung gestellt.

Den Startpunkt des Befragungszeitraumes markierte die Flyer-Verteilung durch einen beauftragten Dienstleister in verschiedenen Duisburger Bezirken (Details hierzu finden sich in den folgenden Steckbriefen). Über die vergleichsweise lange Laufzeit vom 14.07. bis 30.09.2025 hinweg wurden weitere Verbreitungswege sukzessive hinzugenommen. Dadurch sollte eine dauerhafte mediale Präsenz erreicht und möglichen negativen Auswirkungen durch die NRW-Schulferien (Juli-August) entgegengewirkt werden.

Als Anreiz zur Teilnahme an der Umfrage konnten die Befragten an einem Gewinnspiel teilnehmen, bei dem mehrere Sachpreise verlost werden sollen (1x Top-Smartphone, 1x Samsung Galaxy Watch, 1x Paar kabellose Kopfhörer, 10x Mobilitätsgutschein zur freien Verwendung bei zahlreichen Anbietern in NRW).

Im Folgenden sind alle Verbreitungswege des Fragebogens steckbriefartig dokumentiert:

FLYER

Art des Mediums: offline / Druck

Partner:innen: externer Dienstleister für die Zustellung

Zielgruppen: Bewohnende von Duisburger Stadtbezirken

Sprachen: deutsch, englisch, türkisch

Als offline-Verbreitungsweg wurden Flyer gewählt. Insgesamt wurden 100.000 Exemplare gedruckt, von denen 90.000 Stück durch einen externen Dienstleister in mehreren Duisburger Stadtbezirken in Briefkästen zugestellt wurden (siehe Abb. 3). Damit auch Personen an der Befragung teilnehmen, bei denen eine erhöhte Autonutzung vermutet werden kann, wurde bei der Auswahl der PLZ-Bezirke bevorzugt auf Gebiete außerhalb des Stadtzentrums zurückgegriffen. Ferner wurde das deutliche soziale und wirtschaftliche Gefälle zwischen den Stadtteilen berücksichtigt.

PLZ	Ortsteil	Anzahl
47053	Dellviertel	4300
47059	Kaßlerfeld, Neuenkamp	3500
47139	Beeck, Beeckerwerth	6300
47166	Alt-Hamborn, Bruckhausen, Obermarxloh	10600
47178	Alt-Walsum, Overbruch, Vierlinden	9600
47179	Aldenrade, Fahrn, Wehofen	8900
47228	Bergheim, Hochemmerich	6900
47229	Friemersheim	5500
47239	Rumeln-Kaldenhausen	5000
47249	Buchholz, Wanheim-Angerhausen	9000
47259	Huckingen, Hüttenheim, Mündelheim, Ungelsheim	9500
47269	Großenbaum, Rahm	7200
47279	Bissingheim, Wedau	3700

Abbildung 3: Zustellung der Flyer in verschiedenen Duisburger Bezirken (Eigene Darstellung)

Die Flyer sind im handlichen A6-Format gestaltet, wobei alle drei verfügbaren Sprachen aufgenommen wurden und jeweils mit einem eigenen QR-Code auf die online-Teilnahme an der Umfrage verweisen (siehe Abb. 4). Zusätzlich wurde ein Hinweis auf den Weblink zur Umfrage hinzugefügt, um auch Menschen, denen QR-Codes nicht geläufig sind, eine Möglichkeit zu geben, die Umfrage online zu finden.

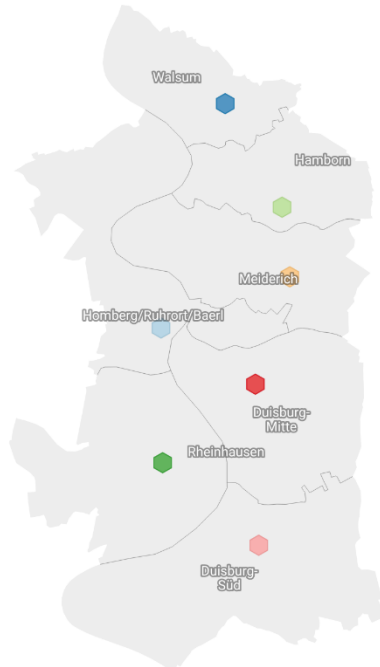


Abbildung 4: Flyer für die Umfrage (Vorder- und Rückseite) (Eigene Darstellung)

Die übrigen 10.000 Flyer wurden von Mitarbeiter:innen des Projekts auf verschiedenen Wegen verteilt: So erfolgte eine Verteilung in mehreren Stadtteilen Dortmunds (Mengede, Eving, Asseln), im Umfeld der TU Dortmund selbst, sowie in Witten. Außerdem wurden in Zusammenarbeit mit der Stadt Duisburg Flyer in Bürger-Service-Stationen der Stadtbezirke Rheinhausen, Duisburg Mitte, Duisburg Süd, Homberg/Ruhrort/Baerl, Walsum, Hamborn und Meiderich ausgelegt. In den Service-Stationen Rheinhausen und Hamborn erklärten sich Mitarbeiter:innen bereit, die Flyer aktiv an Kund:innen zu verteilen. Die Standorte der Kooperationspartner können der Abbildung 5 entnommen werden.

Standorte der Bürger-Service-Stationen der Stadt Duisburg

■ Bürger-Service Homberg/Ruhrort/Baerl
 ■ Bürger-Service Walsum
 ■ Bürger-Service Hamborn
 ■ Bürger-Service Rheinhausen
 ■ Bürger-Service Duisburg Süd
 ■ Bürger-Service Duisburg Mitte
 ■ Bürger-Service Meiderich/Beeck



Kartenmaterial: OSM - Erstellt mit Datawrapper

Abbildung 5: Standorte der Bürger-Service-Stationen der Stadt Duisburg, basierend auf OSM-Daten (OpenStreetMap o.J.) (Eigene Darstellung erstellt mit Datawrapper)

EIGENE WEBSITES

Art des Mediums: online / Websites

Partner:innen: -

Zielgruppen: Besucher:innen der Websites; Menschen anderer Verbreitungskanäle, die an weiteren Informationen interessiert sind

Sprachen: deutsch

Auf der eigens für das Projekt erstellten Website (<https://atmo2.de/>) waren umfangreiche Informationen zum ATMo²-Projekt zu finden, die über die unmittelbar in den Verbreitungswegen geteilten Informationen hinausgingen, beispielsweise zu den Projektbeteiligten sowie dem Projektverlauf. So wurde etwa auf dem Flyer auf die Website verwiesen, sodass sich Interessierte eigenständig weitere Informationen einholen konnten. Unter der Rubrik „Aktuelles“ wurde zudem auf der Website ein Beitrag mit der Einladung zur Teilnahme an der Umfrage veröffentlicht. Dafür wurde ein Bild ähnlich des Flyers im passenden Format für WordPress erstellt. Zudem bestand die Möglichkeit, direkt über die Website an der Umfrage teilzunehmen. Der

ATMo² Report 1: Gestaltung Ausgangsbefragung

entsprechende Link wurde in allen drei verfügbaren Sprachen auf der Seite eingebunden.

Auch auf mehreren TU-zugehörigen Websites (wie der Website der Sozialforschungsstelle und der Website der Seniorprofessur Nachhaltige Mobilität) wurde ein News-Beitrag mit Link zur Teilnahme am Fragebogen veröffentlicht. Hierfür wurde ebenfalls ein Bild im passenden Format für Typo3 erstellt. Das Bild ist nur mit deutschem Text verfügbar, während die News-Beiträge auch ins Englische übersetzt wurden.



Abbildung 6: News-Beitrag auf der Homepage der Sozialforschungsstelle (Technische Universität Dortmund 2025)

SOCIAL-MEDIA KANÄLE DER TU DORTMUND

Art des Mediums: online / versch. Social-Media-Plattformen

Partner:innen: Hochschulkommunikation der TU Dortmund

Zielgruppen: Abonent:innen der jeweiligen Kanäle, Nutzer:innen der jeweiligen Plattformen

Sprachen: deutsch, englisch

In Kooperation mit der Abteilung Hochschulkommunikation der TU Dortmund wurden Postings für die Social-Media Kanäle der TU Dortmund auf Instagram,

Facebook, LinkedIn und Bluesky entwickelt. Auch hierfür wurde vom Projektteam jeweils passendes Bild- und Textmaterial zur Verfügung gestellt, welches als Grundlage für die Postings diente und von der Hochschulkommunikation weiterentwickelt und angepasst wurde.

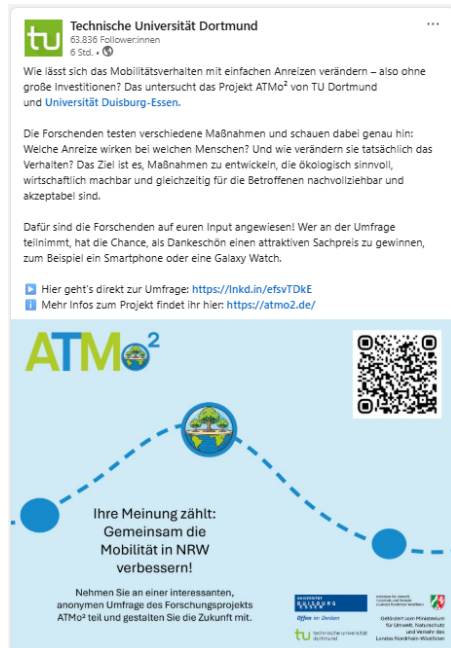


Abbildung 7: LinkedIn Post der TU Dortmund (Technische Universität Dortmund 2025)

RADIO

Art des Mediums: online und offline / Radio, News-Feed und Websites, versch. Social-Media Plattformen

Partner:innen: Radio Hagen, Radio Oberhausen, Radio Mülheim, Radio Ennepe-Ruhr und Antenne NRW

Zielgruppen: Radio-Hörer:innen, insbesondere Autofahrende

Sprachen: Deutsch

Der Verbreitungsweg via Radio schien besonders aufgrund der Exposition während des Autofahrens eine spannende Option, um gezielt Autofahrende anzusprechen und zur Teilnahme zu bewegen. Den Radiosendern wurden Pressemappen mit geeigneten Textbausteinen sowie Bild- und Tonmaterial für eine Veröffentlichung zur Verfügung gestellt. Alle gewonnenen Projektpartner:innen erwähnten die Befragung in Live-Sendungen und in ihrem online News-Feed; ein Sender veröffentlichte zusätzlich temporäre Postings (Storys) in Social-Media-Kanälen; zwei Sender veröffentlichten kurze Einsprecher, die vorab für die Live-Sendungen aufgenommen wurden.

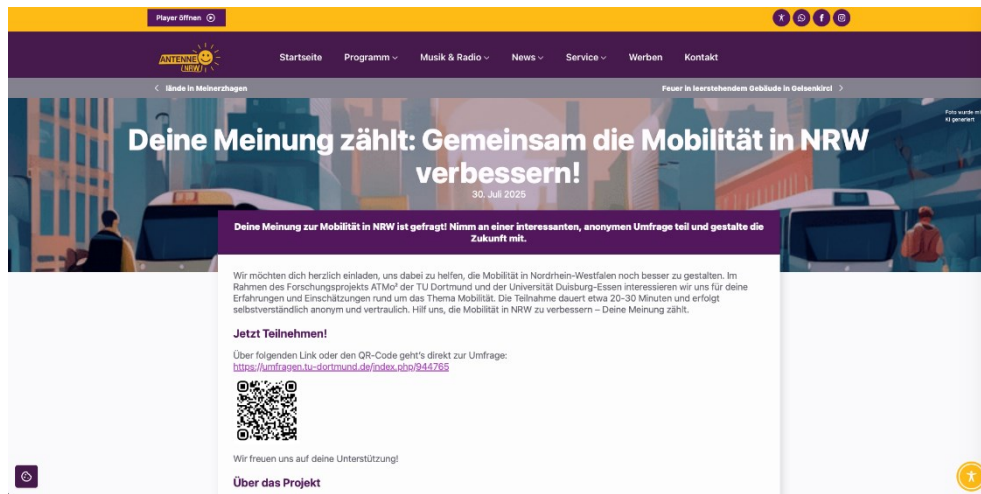


Abbildung 8: Meldung im News-Feed von Antenne NRW (The Radio Group Holding GmbH o.J.)

VERKEHR.NRW

Art des Mediums: online / Web-Portal, App, LinkedIn

Partner:innen: Mobidrom.NRW

Zielgruppen: Nutzer:innen von Verkehr.NRW, insbesondere Autofahrende

Sprachen: Deutsch

In Zusammenarbeit mit der Landesagentur NRW.Mobidrom wurde Content für die Website und App von Verkehr.NRW entwickelt. Dort wurde zunächst auf der Hauptseite ein Banner mit Hinweis auf die laufende Umfrage gezeigt, sodass alle Besucher:innen der Seite hierauf aufmerksam gemacht wurden. Bei Anklicken des Banners konnten dann weitere Informationen abgerufen und an der Umfrage teilgenommen werden. Zusätzlich teilte NRW.Mobidrom auch auf ihrer LinkedIn-Präsenz einen Hinweis auf die laufende Befragung.

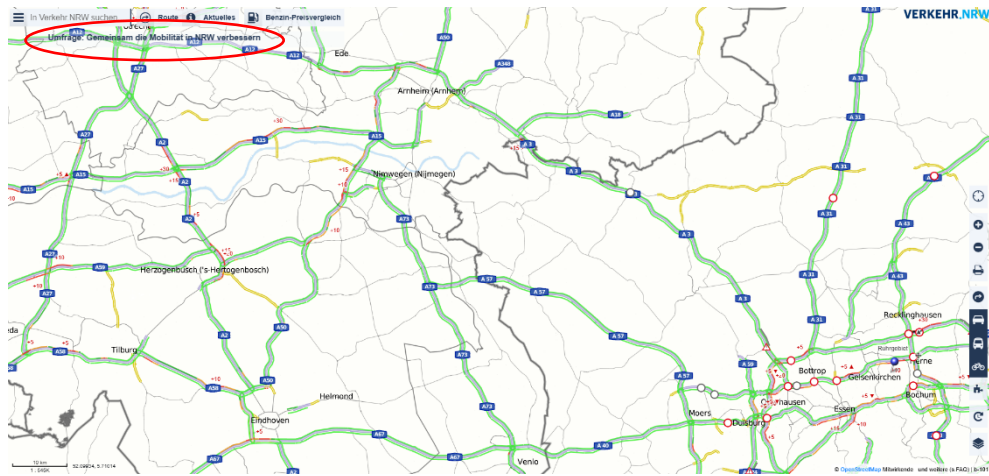


Abbildung 9: Banner auf der Website von Verkehr.NRW (Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) 2025)

INSTAGRAM-WERBUNG

Art des Mediums: online / App, Website

Partner:innen: keine (bezahlte Dienstleistung von Meta Ltd.)

Zielgruppen: Nutzer:innen von Instagram über 18 in NRW, bevorzugt Autofahrende

Sprachen: Deutsch

Als Ergänzung zu den beschriebenen Kooperationen wurde eine Werbeanzeige auf der Plattform Instagram geschaltet. Diese wurde über eine Laufzeit von 15 Tagen (08.09. bis 22.09.) insgesamt 107.762 Nutzer:innen angezeigt, welche über einen Link direkt zur Umfrage gelangen konnten. Auf diese Weise sollte einerseits der Rücklauf generell erhöht werden und andererseits ein Publikum angesprochen werden, welches nicht über die übrigen Kontaktwege erreichbar ist. Nach welchen Mechanismen Meta Ltd. die Adressierung der zuvor spezifizierten Nutzer:innengruppe vornimmt, macht das Unternehmen nicht transparent. Somit ist auch eine kritische Hinterfragung dieser Mechanismen an dieser Stelle nicht möglich.



Abbildung 10: Instagram Werbung für die Befragung (Meta Platforms Ireland Limited o.J.)

NEXTBIKE

Art des Mediums: online / App, Website

Partner:innen: Nextbike

Zielgruppen: Nutzer:innen von Nextbike, Fahrradfahrende

In Zusammenarbeit mit Nextbike wurde Content für die Nextbike-App entwickelt. So wurde deren Nutzer:innen zunächst ein Banner in der generellen Karte angezeigt, von welchem man wiederum zu weiteren Informationen sowie der Teilnahme an der Umfrage gelangen konnte. Auf diese Weise konnte auch eine speziell fahrradaffine Gruppe adressiert werden, um die Diversität des Samples weiter zu erhöhen.



Abbildung 11: Banner über der Karte der Nextbike-App (Nextbike GmbH o.J.)

STADT DUISBURG / MEIN DUISBURG-APP

Art des Mediums: online / App

Partner:innen: Stadt Duisburg

Zielgruppen: Nutzer:innen der MEIN DUISBURG-App

Sprachen: Deutsch

Durch Zusammenarbeit mit der Stadt Duisburg erschien der Aufruf zur Teilnahme an der Umfrage in der MEIN DUISBURG-App an zwei Zeiträumen (11.07.2025 – 31.07.2025 und 23.09.2025 – 19.10.2025) als Push-Nachricht. Darüber hinaus waren die Informationen auch als generelle Nachricht dargestellt, sodass auch außerhalb dieser Zeitpunkte der Fragebogen über die App erreichbar war. Die Kooperation mit der Stadt Duisburg war dabei vor allem aufgrund der hohen Autonutzung (PTV Transport Consult 2024) und Diversität der Stadtbevölkerung interessant.

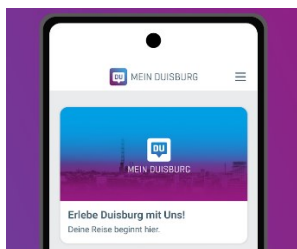


Abbildung 12: MEIN DUISBURG App (Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft)

LEHRVERANSTALTUNGEN

Art des Mediums: offline / Präsentation

Partner:innen: -

Zielgruppen: Studierende der Universität Duisburg-Essen

Sprachen: Deutsch

Forschungsprojekt - Umfrage

- Forschungsprojekt ATMo²
 - Anreizmechanismen für nachhaltige Mobilität
 - Website: <https://atmo2.de/>
- Aufruf zu einer Umfrage
 - Mobilitätsverhalten in Nordrhein-Westfalen
 - Anonymer Fragebogen (20-30 Minuten)
 - Dankeschön für Unterstützung → Teilnahme am Gewinnspiel
- Umfrage: <https://umfragen.tu-dortmund.de/index.php/531396>
- Vielen Dank für Ihre Unterstützung!



Einführung in die Programmierung
Organisatorisches



Abbildung 13: Auszug aus den Vorlesungsfolien (Eigene Darstellung)

Zur weiteren Verbreitung der Umfrage wurden Lehrveranstaltungen des Informatik-Lehrstuhls Networked Embedded Systems (NES) an der Universität Duisburg-Essen genutzt. Dies erfolgte sowohl in kleineren Veranstaltungen als auch in der Erstsemestervorlesung „Einführung in die Programmierung“ mit mehr als 1000 Studierenden. Dabei wurden zum einen Informationen über das Forschungsprojekt ATMo² vorgestellt und zum anderen zur Teilnahme an der Umfrage aufgerufen, indem ein Link sowie ein QR-Code in die Lehrmaterialien integriert wurden. Abbildung 13 zeigt einen Auszug aus den Vorlesungsmaterialien mit den zuvor genannten Informationen. Da diese den Studenten auch nach den Veranstaltungen zur Verfügung gestellt wurden, konnten die Informationen zur Umfrage auch zu einem späteren Zeitpunkt eingesehen werden.

5. RÜCKLAUF

Der Rücklauf der Befragung wurde gesondert nach den einzelnen Verbreitungswegen protokolliert. Auf diese Weise konnte die Effektivität der jeweiligen Methoden evaluiert werden. Zudem konnten so während der laufenden Befragung Maßnahmen zur gezielten Steigerung des Rücklaufs ergriffen werden.

5.1 ZAHLEN

Die Befragung lief insgesamt über einen Zeitraum von etwas mehr als drei Monaten: So wurde die erste Verbreitungsmaßnahme, die Verteilung der Flyer in der Kalenderwoche 29, also vom 14. bis 18.07.25, durchgeführt. Die Bewerbung auf den eigenen Websites der beteiligten Partner:innen sowie die Bewerbung durch die kontaktierten Radiosender sowie die erste Veröffentlichung in der MEIN DUISBURG-App folgten kurz darauf. Das Laufzeitende wurde nach interner Abstimmung des Projektteams vom 30.09. auf den 31.10. verschoben.

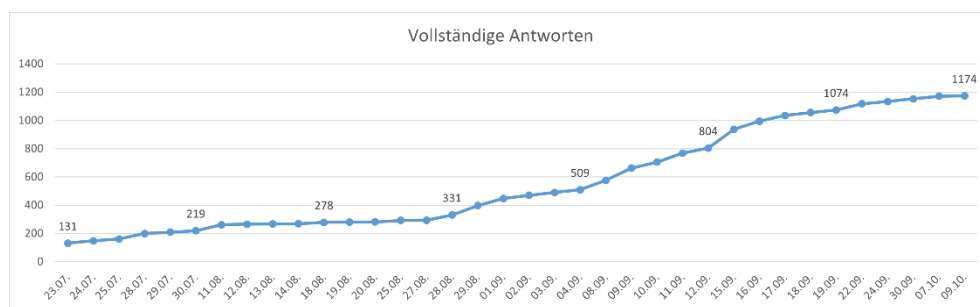


Abbildung 14: Entwicklung der Anzahl vollständiger Antworten (Eigene Darstellung)

Abbildung 14 zeigt die Entwicklung der vollständigen Antworten im zeitlichen Verlauf. Dabei ist deutlich zu sehen, dass zwischen dem Start der Umfrage Mitte Juli und Ende August nur rund 350 vollständige Antworten aufgezeichnet werden konnten. Daraufhin wurden seitens des Projektteams weitere Maßnahmen zur Verbreitung der Befragung beschlossen, welche Anfang September starteten. Konkret wurden vor allem die Social-Media-Werbung, die Hinweise auf der Verkehrsplattform Verkehr NRW sowie die Werbung in der App des Bikesharing-Anbieters Nextbike und die Auslagen in den Bürgerämtern jeweils zeitverzögert gestartet, um den Zulauf über einen längeren Zeitraum steigern zu können. Damit konnte die projektinterne Zielsetzung von 1000 vollständigen Antworten bereits zu diesem Zeitpunkt übertroffen werden.

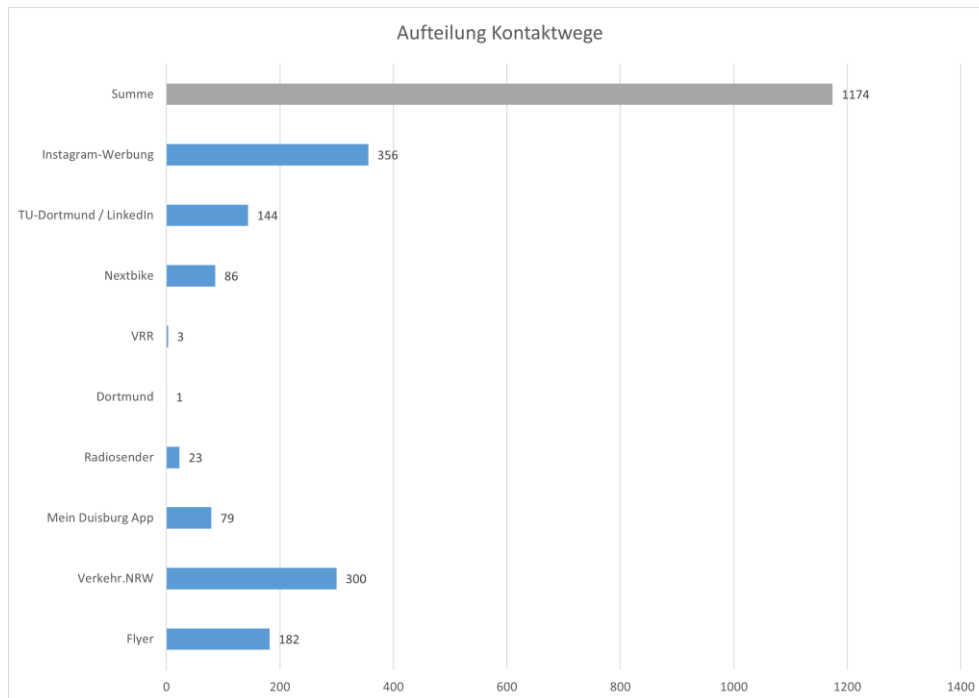


Abbildung 15: Aufteilung der Antworten auf die Kontaktwege (Stand 09.10.25) (Eigene Darstellung)

Insgesamt wurden bis Befragungsende 1174 vollständige Antworten über neun verschiedene Kontaktwege erfasst. Wie Abbildung 15 zeigt, waren die Rücklaufquoten, die über die Instagram-Werbung (30,3% aller Antworten) sowie über Verkehr.NRW (25,6%) generiert werden konnten, am höchsten. Zusammen machen diese bereits 55,9% der Antworten aus.

Mit 99,5% hat die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden die Umfrage auf Deutsch ausgefüllt. 0,4% nutzen die englische und 0,2% die türkische Version (Sprache bei Start des Ausfüllens, n=1111). Die niedrigen Quoten der Antworten auf Englisch und Türkisch stellen folglich aufgrund des Aufwandes die Sinnhaftigkeit von Übersetzungen in folgenden Umfragen in Frage.

5.2 HERAUSFORDERUNGEN

Die Rückverfolgung der einzelnen Kontaktwege stellte eine Herausforderung dar. Um die Antworten den jeweiligen Kontaktwegen zuordnen zu können, wurden verschiedene QR-Codes erstellt, die auf unterschiedliche Versionen desselben Fragebogens führten. Die auf diese Weise getrennt erfassten Daten mussten nach Abschluss der Umfrage mit zusätzlichen Herkunftsvariablen zur Kennzeichnung des Kontaktweges versehen und anschließend wieder synthetisiert werden.

Dies war vor allem deshalb herausfordernd, da LimeSurvey technisch bedingt unterschiedliche Anzahlen von Variablen erstellt, je nachdem, ob bestimmte

Freitextfelder ausgefüllt wurden oder nicht. Hieraus resultierte eine disparate Anzahl von Variablen in den verschiedenen Teildatensätzen, sodass diese nicht ohne Weiteres konkateniert werden konnten.

Entsprechend wurde eigens für den Zweck der Datensynthese ein Skript entwickelt, das zunächst die maximal vorkommende Anzahl an Variablen in den verschiedenen Datensätzen ermittelte, anschließend die fehlenden Variablen in den betroffenen Teildatensätzen ergänzte und so die Eignung der Datensätze für die abschließende Konkatenation sicherstellte.

Die Datensätze einiger Teilnehmender mussten manuell dem Link der Stadt Duisburg zugeordnet werden, damit die Teilnehmenden nicht fälschlicherweise dem Verteilungsweg der Flyer zugeordnet werden. Dies war nur möglich, da die Verteilung der Flyer durch den Dienstleister zu diesem Zeitpunkt noch nicht begonnen hatte.

6. DATENBEREINIGUNG

Um die Antworten des Fragebogens im Rahmen statistischer Verfahren analysieren zu können, ist eine vorherige Datenbereinigung notwendig. Die hier dafür genutzten Verfahren werden im Folgenden beschrieben.

In der Umfrageforschung ist sogenanntes „Straightlining“ ein bekanntes Phänomen. Das Antwortverhalten der Befragten zeichnet sich hier dadurch aus, dass sie Fragen innerhalb eines Frageblocks nicht adäquat beantworten, sondern lediglich nach einem bestimmten Muster angekreuzt werden und die Frageinhalte hier nicht ausschlaggebend sind (Jandura 2017). Im Ergebnis wird in der Matrix-Tabelle des Frageblocks (Itembatterie) bei allen Fragen die gleiche Antwortspalte gewählt, wie z.B. stets die mittlere Kategorie. Diese invaliden Angaben können die Datenqualität jedoch erheblich beeinträchtigen und sollten für spätere Analysen aus der Befragung aussortiert werden. Hinweise für ein schnelles Durchklicken einzelner Itembatterien finden sich neben dem Vorliegen fehlender Varianz vor allem in der Befragungszeit, die bei Onlineumfragen als systemische Variable zur Verfügung steht.

Um nun das Vorliegen eines möglichen „Straightlinings“ im Antwortverhalten erkennen zu können, wurden jene Itembatterien genauer analysiert, die aus mehr als drei zu beantwortenden Fragen bestehen. In der Summe trifft dies auf 16 Frageblöcke zu. Hat nun eine Person innerhalb einer dieser Itembatterien in Reihe angekreuzt, so weist der Intra-individual Response Variability (IRV) einen Wert von 0 auf. Mittels einer Zählvariable kann ermittelt werden, wie häufig Befragte einzelne Itembatterien in Reihe angekreuzt haben. Die ermittelte Spannweite reicht dabei von 0 bis 5, wobei lediglich 6 Personen einen Wert von 5 aufweisen. Da auch die Bearbeitungszeit für das Ausfüllen des Fragebogens

keine Auffälligkeiten zeigt, können im Ergebnis keine gravierenden Fälle von „Straightlining“ festgestellt werden. Zu beachten ist allerdings, dass bei Vorliegen eines fehlenden Wertes innerhalb einer Itematterie keine Berechnung der Intra-individual Response Variability (IRV) erfolgen kann. Daher soll in einem zweiten Schritt auch die personenbezogene Verteilung fehlender Werte genauer betrachtet werden.

Bei der Analyse fehlender Werte ist zunächst zu differenzieren zwischen systemfehlenden Werten und einer bewussten Antwortverweigerung. Bei systemfehlenden Werten werden schlichtweg keine Werte bei einzelnen Fragen angegeben, bei der bewussten Antwortverweigerung wird explizit eine Kategorie wie „Weiß nicht“ oder „keine Angabe“ gewählt. Bei Addition beider Missingtypen betrug die Spannweite hier 0 bis 116 fehlende Werte pro Datensatz. Erfolgt die Definition des Extremwertes auf Höhe der dritten Standardabweichung, so weisen 0,3 % der Befragten eine Anzahl fehlender Werte von größer 30 auf. Bei einem Extremwert auf Höhe der zweiten Standardabweichung beträgt diese 23, was 4,6 % der Fälle entspricht. Orientiert man sich hingegen an der Rangverteilung und stuft den Extremwert oberhalb des dritten Quartils und des eineinhalbfachen des Interquartilabstandes ein, so weisen 7,2 % der Fälle einen Wert von größer 15 auf. Durch die Annahme dieser strengsten Kategorie werden 86 Fälle als Unit-Nonresponse gewertet und folglich aus dem Datensatz ausgeschlossen. Bei genauerer Betrachtung deren Bearbeitungszeit für das Ausfüllen des Fragebogens zeigt sich zudem, dass ein hoher Anteil fehlender Werte eng mit einer kurzen Befragungszeit im Zusammenhang steht, was die Notwendigkeit der Anwendung dieses strengen Kriteriums bekräftigt.

Durch die Anwendung der beschriebenen Verfahren der Datenbereinigung verringerte sich die Anzahl der vollständigen Antworten von 1174 auf 1111 vollständige verwertbare Datensätze. Aufgrund der noch immer hohen Antwortzahl ist dieser Umstand für die Verwertbarkeit und Qualität der erhobenen Daten nicht ausschlaggebend.

Zusätzlich zu der Bereinigung ganzer Datensätze mussten vereinzelt auch einzelne Antworten bereinigt werden, bzw. ungültige Werte definiert werden.

7. BESCHREIBUNG DES DATENSATZES

Im Folgenden werden einige deskriptivstatistische Ergebnisse des Fragebogens berichtet sowie anhand passender Vergleichsdaten eingeordnet. Dafür wurden vor allem Daten des Statistischen Bundesamtes aus dem Mikrozensus sowie Daten aus der repräsentativen Mobilitätsstudie *Mobilität in Deutschland (MiD)* aus dem Jahre 2023, die vom Bundesministerium für Verkehr (BMV) beauftragt und durch das Institut für angewandte

Sozialwissenschaft infas erhoben wird (infas o.J.), herangezogen. Vereinzelt waren auch Vergleiche zum Mobilitätspanel 2022/23 möglich.

7.1 SOZIODEMOGRAFIKA

Mit einem mittleren Alter von 52 Jahren sind die Befragten älter als im Bundesschnitt von 44,9 Jahren (Statistisches Bundesamt 2025a). Insgesamt nahmen Menschen im Alter von 17 bis 82 Jahren an der Befragung teil. Die Verteilung der Geschlechter ist mit 51,4% männlichen, 47,9% weiblichen sowie 0,7% diversen Teilnehmenden annähernd ausgeglichen.

Von den Befragten leben mit 43,4% die meisten Personen in einem 2-Personen-Haushalt (Median=2), was sich mit Ergebnissen der Studie *Mobilität in Deutschland* sowie dem *Mobilitätspanel* (2022) deckt (infas 2023e; Ecke et al. 2023). 24,3% lebt rund ein Viertel alleine, während insgesamt Haushaltsgrößen mit bis zu 11 Personen angegeben wurden. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung leben weniger Teilnehmende alleine (vgl. 42,3% (Statistisches Bundesamt 2026b) und mehr Teilnehmende in 2-Personen-Haushalten (32,8% (ebd.)). Dabei lebt mit knapp 80% der mit Abstand größte Anteil der Befragten in einem Haushalt ohne Kinder. Diese Angabe deckt sich mit Angaben zur Gesamtbevölkerung (vgl. ebd.). Bei den verschiedenen abgefragten Altersgruppen zeigt sich, dass die Menge derjenigen, die angeben, mit Kindern dieses Alters im Haushalt zu leben, mit der Altersgruppe leicht ansteigt (siehe Abb. 16).

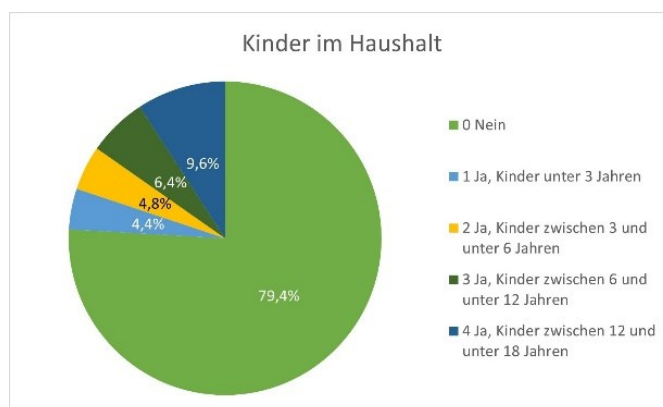


Abbildung 16: Kinder im Haushalt in verschiedenen Altersgruppen unter 18 (Eigene Darstellung)

Mit 87,4% gaben mit Abstand die meisten Befragten an, dass sowohl sie als auch beide Elternteile in Deutschland geboren sind, sie also keinen Migrationshintergrund haben. Dabei liegt der Wert zwar höher als entsprechende Vergleichswerte aus dem Mikrozensus sowie aus der Studie *Mobilität in Deutschland* (Statistisches Bundesamt 2025c; infas 2023a), die Verteilung der Angaben ähnelt sich aber doch recht deutlich mit den Vergleichswerten (siehe Abb. 17). Unter die Angabe, im Ausland geboren zu

sein, fällt hier sowohl die Angabe "Meine Eltern und ich sind im Ausland geboren" (3,8%), als auch die Angabe "Ich bin selbst im Ausland, aber meine Eltern in Deutschland geboren", die mit lediglich 0,1% der Befragten jedoch unerheblich ausfällt. Insgesamt lässt sich aus dem Vergleich schließen, dass an der Befragung weniger Menschen mit Migrationshintergrund teilgenommen haben, als es im Vergleich zur Gesamtbevölkerung übereinstimmend wäre.

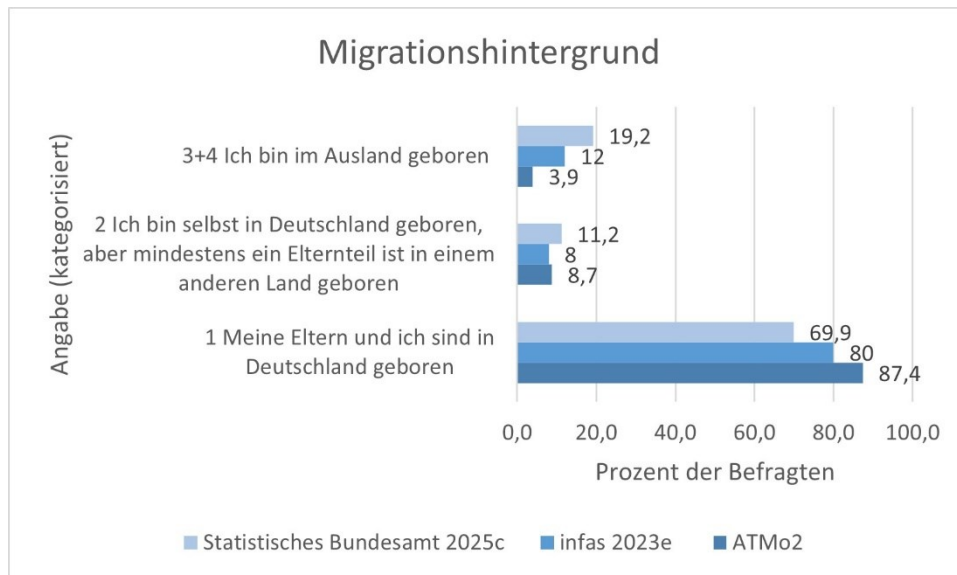


Abbildung 17: Migrationshintergrund im Vergleich zu Daten des Mikrozensus (Statistisches Bundesamt 2025c) und Ergebnissen der Studie Mobilität in Deutschland (infas 2023a), kategorisiert (Eigene Darstellung)

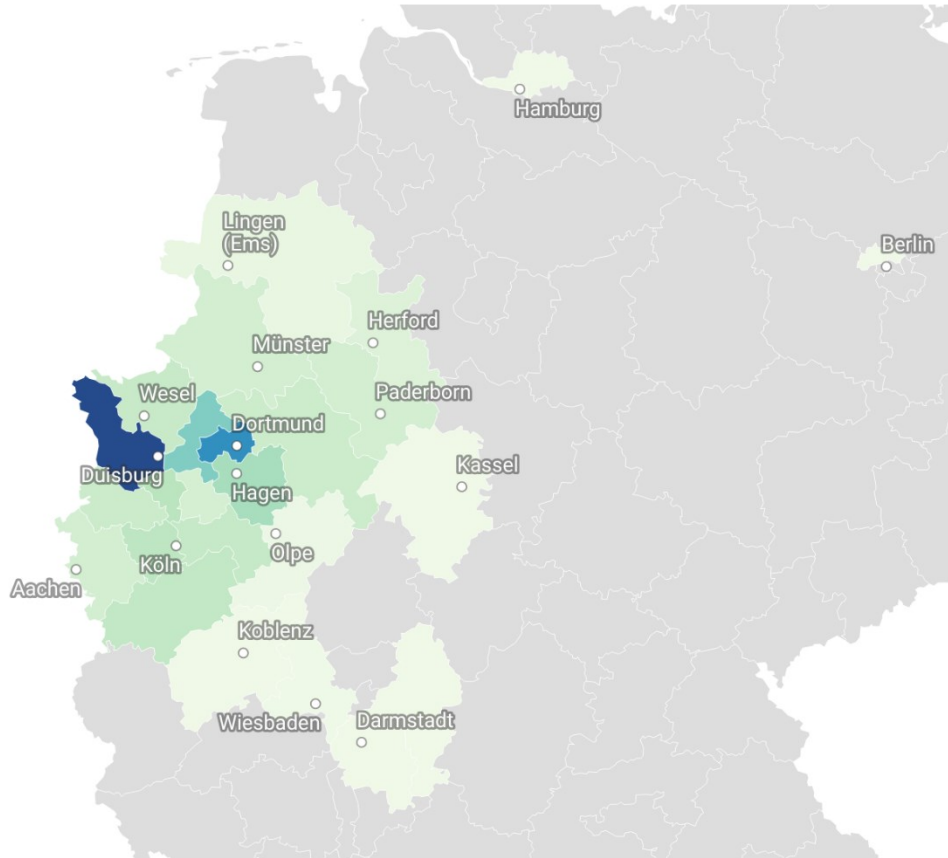
Die Teilnehmenden gaben an, im Schnitt etwa 1,7 der acht in Deutschland meistgesprochenen Sprachen (deutsch, englisch, türkisch, russisch, arabisch, polnisch, rumänisch, ukrainisch) fließend zu beherrschen. Mit Abstand am häufigsten sind dabei Deutsch (99,8%) und Englisch (69,0%) vertreten. Quoten von 1-2% erreichten Türkisch, Polnisch und Russisch.

Die meisten Teilnehmenden wohnen in Duisburg (N=314, 28,6%), gefolgt von Dortmund/Bochum (N=198, 18,0%) und Essen/Gelsenkirchen (N=96, 8,7%). Insgesamt lässt sich eine Akkumulation der Antworten aus NRW beobachten (siehe Abb. 18). Diese lässt sich dadurch begründen, dass ein Großteil der Verbreitung der Umfrage in Duisburg und Dortmund stattgefunden hat (siehe Kap. 4). Einzelpersonen gaben als Wohnort außerdem an NRW angrenzende PLZ-Gebiete in Niedersachsen, Hessen und Rheinland-Pfalz, sowie Berlin und Hamburg an. Dabei wurden ausschließlich die ersten beiden Ziffern der PLZ betrachtet, weswegen die Zuordnung der PLZ zu Städten/Gemeinden/Kreisen nicht in allen Fällen trennscharf möglich ist (Statistisches Bundesamt 2025b). Dabei gaben die Befragten in absteigender Reihenfolge am häufigsten an, in Vorstadt- oder Stadtrandlage zu wohnen (42%), in der Innenstadt (27,5%), im

Vorort (16,2%) und am seltensten im ländlichen Raum (14,2%) (N=1111; siehe Abb. 19).

Teilnehmende nach PLZ

2-ziffrig



Map data: OSM • Created with Datawrapper

Abbildung 18: Wohnorte der Teilnehmenden nach PLZ, 2-stellige Gebiete, basierend auf OSM-Daten (OpenStreetMap o.J.) (Eigene Darstellung erstellt mit Datawrapper)

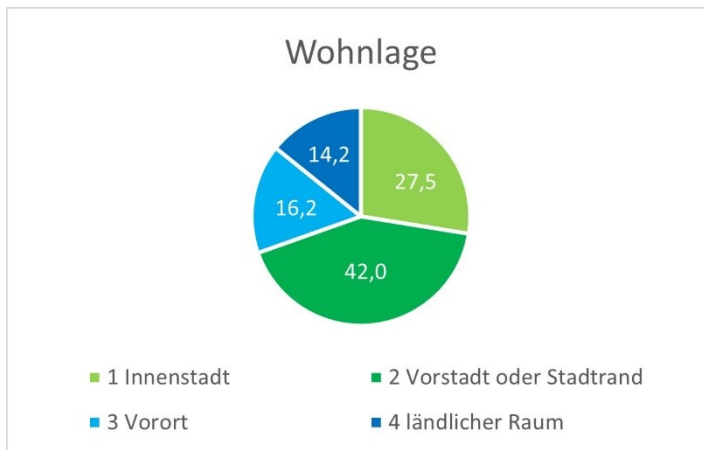


Abbildung 19: Wohnlage der Teilnehmenden (Eigene Darstellung)

Mit 70,6% Befragten sind die meisten Befragten entweder berufstätig oder in Ausbildung. Etwa jede fünfte Person befindet sich im Ruhestand, ist haushaltsführend, erwerbslos, etc. (20,1%). 9% gaben an, zu studieren. Die mit Abstand am wenigsten vertretene Gruppe sind Schüler:innen mit nur 0,3%. (N=1093; siehe Abb. 20) Im Vergleich zu Angaben aus der Studie Mobilität in Deutschland fällt auf, dass der Anteil der Berufstätigen / sich in Ausbildung Befindlichen sowie der Studierenden höher ausfällt (infas 2023g). Der Anteil der Befragten, die zur Schule geht, und der im Ruhestand / haushaltsführend/ erwerbslos etc. ist, fällt hingegen niedriger aus als im Vergleich (infas 2023g).

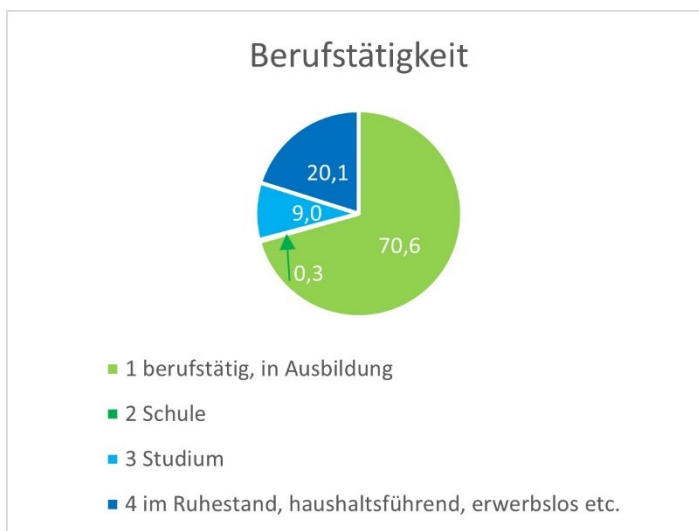


Abbildung 20: Berufstätigkeit der Teilnehmenden (Eigene Darstellung)

Hinsichtlich des Schulabschlusses fällt im Vergleich zur Gesamtbevölkerung auf, dass dieser unter den Befragten insgesamt deutlich nach „oben“ hin verzerrt ist: während 5% 2022 keinen allgemeinbildenden Schulabschluss hatten (Statistisches Bundesamt et al. 2024), ist der Anteil unter den Befragten

mit 0,2% zu vernachlässigen (siehe Abb. 21). Auch die Anteile derjenigen mit Hauptschulabschluss / Volksschulabschluss (ATMo²: 3,7% vs. Gesamtbevölkerung: 26% (Statistisches Bundesamt et al. 2024)) sowie Realschulabschluss / mittlerer Reife (ATMo²: 12,1% vs. Gesamtbevölkerung: 24% (Statistisches Bundesamt et al. 2024)) sind unter den Befragten deutlich kleiner als im Vergleich. Dahingegen macht der Anteil derjenigen Befragten, die über eine Allgemeine bzw. Fachhochschulreife verfügen, mit addierten 83,8% mehr als doppelt so viel aus wie der Anteil derselbigen an der Gesamtbevölkerung mit 37% (Statistisches Bundesamt et al. 2024).

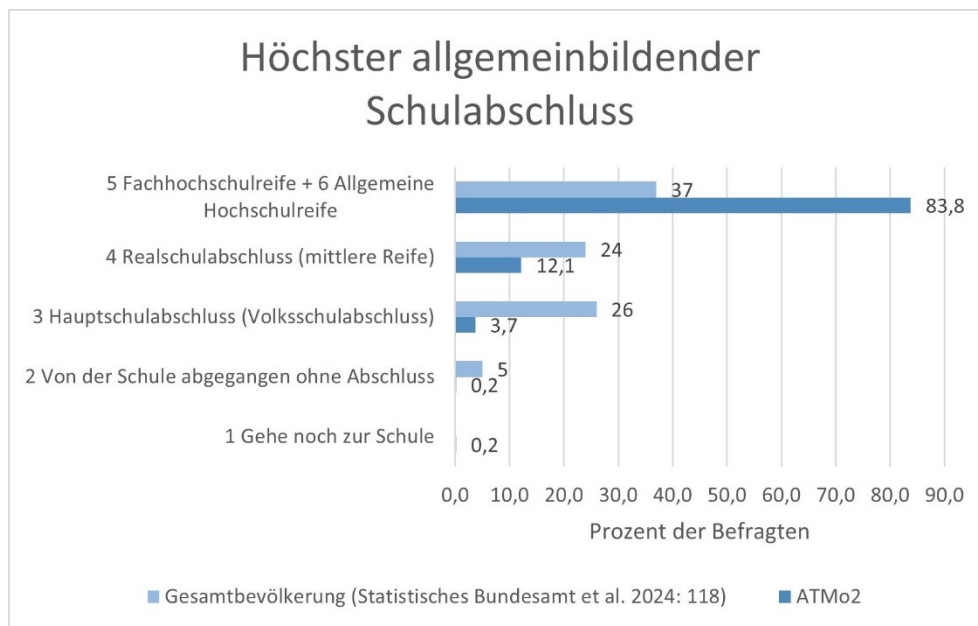


Abbildung 21: Verteilung des höchsten allgemeinen Schulabschlusses (Eigene Darstellung)

Bei der Verteilung des monatlichen Nettohaushaltseinkommens stechen diejenigen mit 5.000 Euro und mehr deutlich heraus: 28,9% der Befragten gaben dies an (siehe Abb. 22). Alle anderen Haushaltseinkommensgruppen sind mit 11% abwärts deutlich seltener vertreten, sodass der Median ebenfalls bei 5.000 Euro und mehr liegt. Damit verfügen die Befragten über ein deutlich höheres Haushaltseinkommen als in der Gesamtbevölkerung: der Mikrozensus ergibt für 2025 ein durchschnittliches Nettohaushaltseinkommen von 3.191 Euro, der Median liegt bei 4.003 Euro (Statistisches Bundesamt 2026a). Das bestätigt auch ein Abgleich mit den Ergebnissen der MID-Studie, bei dem das monatliche Nettohaushaltseinkommen im Jahr 2023 mit im Durchschnitt 3.754 Euro zwar auch höher lag als in der Gesamtbevölkerung, aber trotzdem deutlich unterhalb des Ergebnisses der ATMo²-Umfrage liegt (infas 2023f).

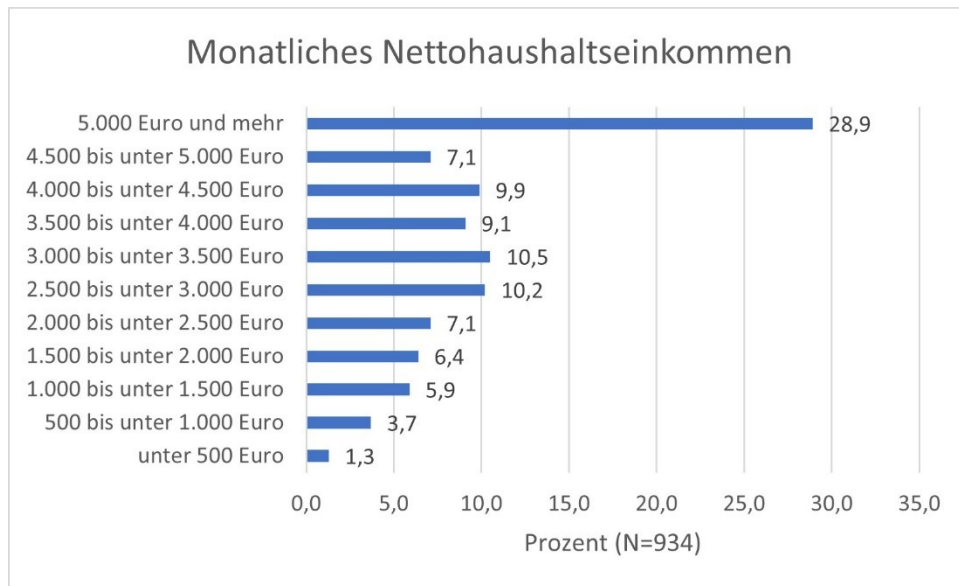


Abbildung 22: Aufteilung des monatlichen Nettohaushaltseinkommens (Eigene Darstellung)

7.2 ZUGANG ZU VERKEHRSMITTELN

Verkehrsmittelverfügbarkeit

Den Befragten stehen im Schnitt 2,3 verschiedene Verkehrsmittel des Individualverkehrs an ihrem Wohnort zur Verfügung (N=1104, Mehrfachantwort bei Prozent der Fälle = 225,5%). Mit 73,9% ist das Verbrenner-Auto das Verkehrsmittel, das den meisten Menschen zur Verfügung steht. In vergleichbaren Studien ergaben sich mit 88% (MIT) und 77,8% (MOP) höhere Werte für die Verfügbarkeit des Pkw (infas 2023d; Ecke et al. 2023). Dies könnte daran liegen, dass die Verfügbarkeit von Verbrennerautos, Hybriden (7,1%) und E-Autos (14,3%) getrennt erfasst wurde. Summiert man diese Werte, kommen wir auf eine generelle Pkw-Verfügbarkeit von 95,3% innerhalb unserer Stichprobe, die deutlich höher liegt als die Ergebnisse der vergleichbaren Studien. Das Fahrrad folgt dann mit 68,4% Verfügbarkeit. Die Verfügbarkeit des Fahrrades ergab in denselben Referenz-Studien mit 67% (MIT) und 70% (MOP) sehr ähnliche Werte (infas 2023h; Ecke et al. 2023). Lediglich 2,8% der Befragten steht keins dieser Verkehrsmittel regelmäßig zur Verfügung (siehe Abb. 23).

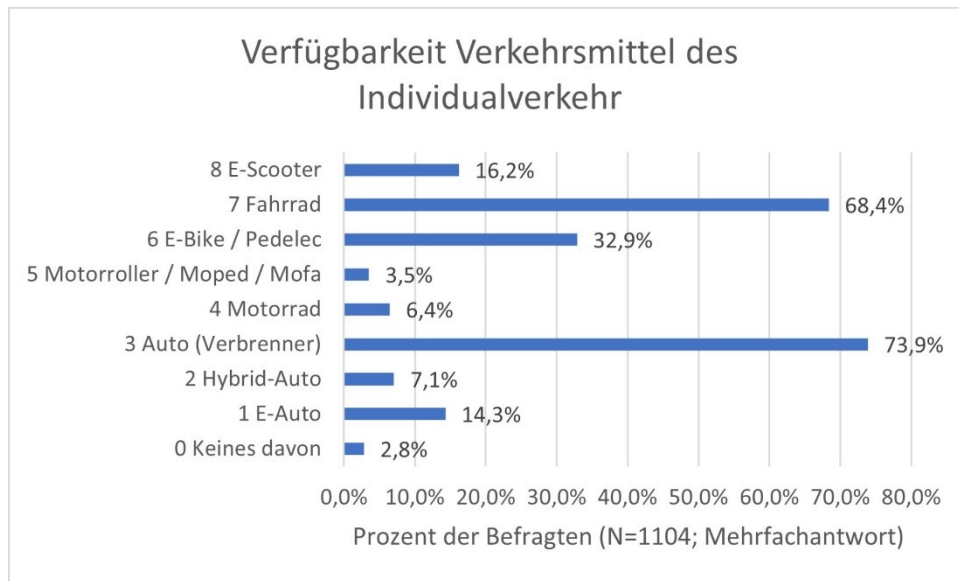


Abbildung 23: Verfügbare Verkehrsmittel des Individualverkehrs am Wohnort (Eigene Darstellung)

Mit 82,4% der Befragten ist auf den Großteil ein privater Pkw auf den eigenen Namen oder den Namen eines anderen Haushaltsmitgliedes zugelassen (N=1105), was sich mit den Ergebnissen der Studie *Mobilität in Deutschland* nahezu deckt (infas 2023i). Dabei gab mit 88,7% die überwiegende Mehrheit der Befragten an, keinen Dienstwagen zu nutzen. Diejenigen, die über einen Dienstwagen verfügen, gaben mehrheitlich an, diesen sowohl für berufliche als auch private Zwecke zu nutzen (N=1101, Mehrfachantwort bei Prozent der Fälle = 105,4%). Von den Befragten, deren Haushalt über einen Pkw verfügt (88,4%), gaben 67,6% an, den Pkw auf privatem Grund (z.B. Garage, Innenhof, etc.) zu parken. Dahingegen gaben 35,5% an, den Pkw auf öffentlichem Grund (z.B. Straßenrand, öffentlicher Parkplatz etc.) abzustellen. Von etwa 15% werden beide Optionen des Parkens genutzt (N=1099, Mehrfachantwort bei Prozent der Fälle = 114,7%).

Bei der Betrachtung der Verfügbarkeit von Tickets bzw. Vergünstigungen oder Abonnements für den ÖV zeigt sich, dass den Befragten im Schnitt 1,2 verschiedene Vergünstigungen oder Abos zur Verfügung stehen. Mit 50% hat dabei jede zweite befragte Person keinerlei Vergünstigung oder Abo (siehe Abb. 24). Knapp 40% haben eine Zeitkarte für den ÖV und knapp jeder:r Fünfte eine BahnCard der DB. Über Bike- und Carsharing-Abonnements verfügen mit jeweils knapp 5% die wenigsten Befragten. Im Vergleich dazu gaben lediglich 20% der Befragten des Mobilitätspanels an, eine Zeitkarte für den ÖV zu besitzen (Ecke et al. 2023).

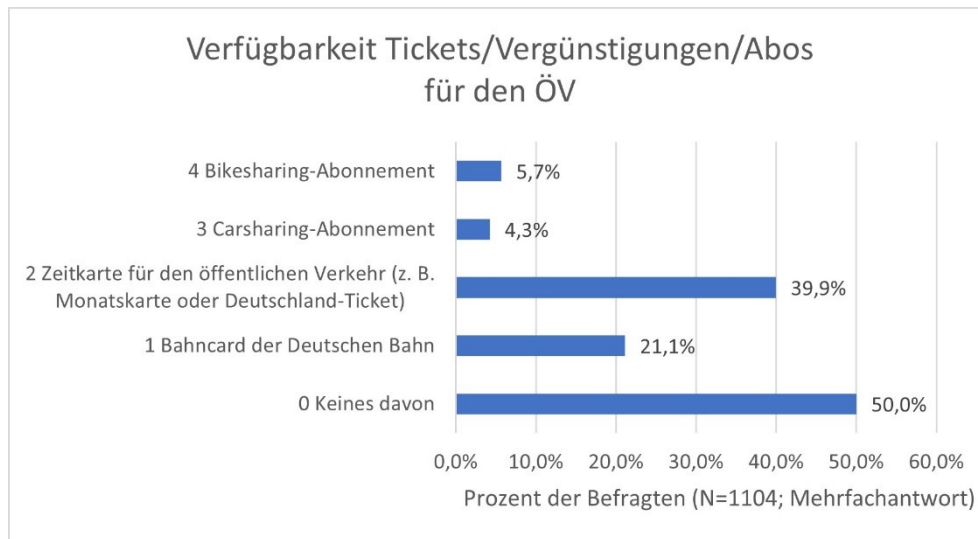


Abbildung 24: Verfügbare Tickets/Vergünstigungen/ Abonnements für den ÖV am Wohnort (Eigene Darstellung)

Persönliche Zugangsvoraussetzungen

Mit 95,8% der Befragten gab die überwiegende Mehrheit der Befragten an, einen Pkw-Führerschein zu besitzen (N=1101). Damit liegt der Anteil nochmals deutlich höher als er in der Studie *Mobilität in Deutschland* aus dem Jahr 2023 erhoben wurde – dort liegt der Anteil an Personen mit Pkw-Führerschein bei 87% (infas 2023b). Auch das Ergebnis des Mobilitätspanels von 2022 liegt mit 91% darunter (Ecke et al. 2023).

Insgesamt gaben 7,2% der Befragten an, aufgrund einer Krankheit, Behinderung bzw. sonstigen physischen oder psychischen Einschränkung nicht in der Lage zu sein, eines oder mehrere Verkehrsmittel ohne fremde Hilfe bzw. Hilfsmittel nutzen zu können (keine Einschränkungen=92,8%). Die Einschränkungen sind dabei annähernd gleichmäßig auf das Zu-Fuß-Gehen, das Fahrrad, öffentliche Verkehrsmittel und das Auto verteilt. In der Studie *Mobilität in Deutschland* (2023) war der Anteil der Personen mit Mobilitätseinschränkungen mit 14% etwa doppelt so hoch (infas 2023c).

Mobilitätsausgaben

Im Median gaben die Befragten an, im Monat etwa 50-100 Euro für ihre Mobilität auszugeben. Die Spannweite ist dabei groß: während 15% angaben, dass sie Kosten von unter 50 Euro tragen, gaben 3,7% an, dass sich ihre Mobilitätskosten auf monatlich über 400 Euro belaufen. Dabei wurde im Schnitt angegeben, monatlich Mobilitätsausgaben in zwei verschiedenen Bereichen zu haben. Sprit- bzw. Ladekosten wurden dabei mit 71,8% mit Abstand am häufigsten angegeben (siehe Abb. 25). Es folgen Ausgaben für Abonnements im öffentlichen Nahverkehr (41,1%), Parkgebühren (38,3%) und

Ausgaben für Einzelfahrten im ÖPNV (23,2%). Sonstige Mobilitätsausgaben, z.B. für Taxen, Fahrten mit Mikromobilitätsangeboten und Leasinggebühren, wurden mit einstelligen Prozentwerten deutlich seltener angegeben. 3,8% der Befragten gaben an, dass sie keine der vorgeschlagenen Mobilitätsausgaben monatlich betreffe.

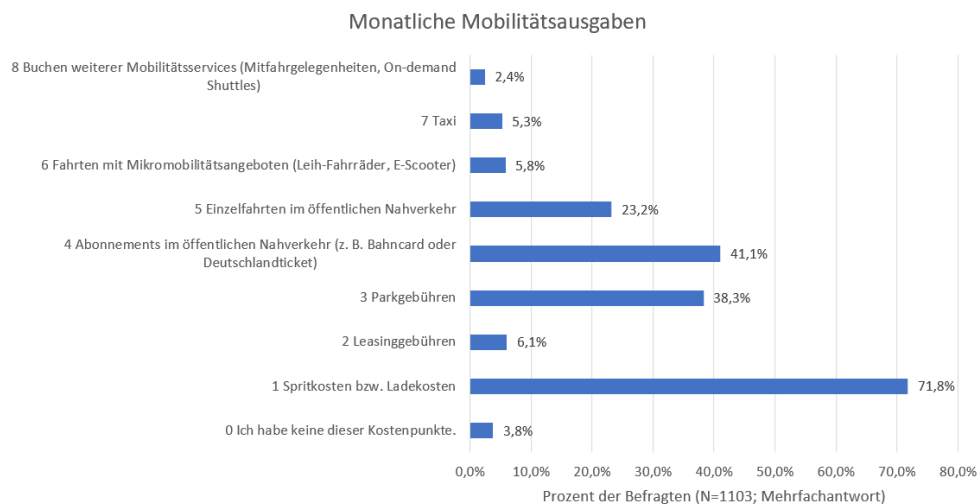


Abbildung 25: Gründe für monatliche Mobilitätsausgaben (Eigene Darstellung)

7.3 ALLTÄGLICHE VERKEHRSMITTELNUTZUNG

Erhebungsmethodik

In dem Fragebogen wurde die alltägliche Verkehrsmittelnutzung der Befragten getrennt nach verschiedenen Wegezwecken erfasst: für Wege zu Arbeit/Ausbildungsstätte/Schule, für Wege zum öffentlichen Einkauf und auf Wegen der Freizeitgestaltung.

Dabei wurde jeweils in einem Mehrfachantwortset mit 14 möglichen Angaben nach genutzten Verkehrsmitteln auf diesen Wegen gefragt, also der Modal Split erhoben (Q17, Q19, Q21). Dabei wurde explizit nicht eine Anzahl von Wegen und deren Verteilung auf die verschiedenen Verkehrsmittel erhoben oder eine zeitliche Auswertung der Fortbewegung in verschiedenen Verkehrsmitteln erhoben, so wie es in anderen Mobilitätsstudien üblich ist (vgl. z.B. *Mobilität in Deutschland* (infas o.J.), *Mobilitätspanel* (Ecke et al. 2023)). Es wurde hier also lediglich nach der grundsätzlichen Nutzung der Verkehrsmittel gefragt.

Bei der Interpretation der im Folgenden beschriebenen statistischen Ergebnisse muss Folgendes beachtet werden: Weil die Befragten mehrere Verkehrsmittel auswählen konnten (Mehrfachantwortset), ergeben sich hier auch Prozentwerte über 100%. Insgesamt ergeben sich für die drei verschiedenen Wegezwecke unterschiedliche Summen der Fälle, wie sie in der

Legende in Abb. 26 aufgeführt sind: Bei den Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule ergibt sich ein Gesamtwert von 214,9%, auf Einkaufswegen 187,6% und auf Freizeitwegen 332,7%. Damit ein Vergleich des Modal Split zwischen den Wegezwecken möglich wird, müssen die Prozentangaben/die Ergebnisse im Diagramm in Relation zur Angabe der Prozent der Fälle insgesamt betrachtet werden. Außerdem geben die Summenwerte der Fälle Aufschluss darüber, wie viele Verkehrsmittel von den Befragten für einen Wegezweck insgesamt ausgewählt wurden, also wie multimodal sich die Befragten fortbewegen.

Die verschiedene Verkehrsmittelnutzung von Personen auf Wegen lässt sich im Allgemeinen drei verschiedenen Modalitäten zuordnen (FGSV 2021). *Multimodalität* beschreibt die generelle Nutzung von verschiedenen Verkehrsmitteln innerhalb eines bestimmten Zeitraums. Der Begriff *Intermodalität* bedeutet hingegen, dass auf einem einzigen Weg mehrere Verkehrsmittel miteinander kombiniert bzw. aneinandergeschaltet genutzt werden, um zum Ziel zu gelangen.

Ergänzend zu der Erhebung des Modal Split wurde in der Befragung für dieselben Wegezwecke ergänzend auch nach dem Hauptverkehrsmittel gefragt (Q18, Q20, Q22). Hier standen den Befragten dieselben Verkehrsmittel zur Auswahl wie bei der Auswahl des Modal Split, von denen dann allerdings nur eins gewählt werden konnte (kein Mehrfachantwortset).

Durch die große Anzahl der wählbaren Verkehrsmittel ergibt sich eine sehr detaillierte Auffächerung nach verschiedenen Verkehrsmitteln. Um diese übersichtlicher darzustellen, wurden die Verkehrsmittel anschließend in Kategorien zusammengefasst (siehe Abb. 26/27). Dafür wurde sich einer Systematik bedient, die auch schon im Vorgängerprojekt InnaMo-Ruhr genutzt wurde (Weyer 2022) und diese leicht angepasst.

Ergänzend wurde für die Wege zu Arbeit/Ausbildungsstätte/Schule auch die Dauer des Weges in Minuten erhoben (Q18a) sowie nach der aktuellen Zufriedenheit mit der eigenen Alltagsmobilität gefragt (Q23).

Ergebnisse

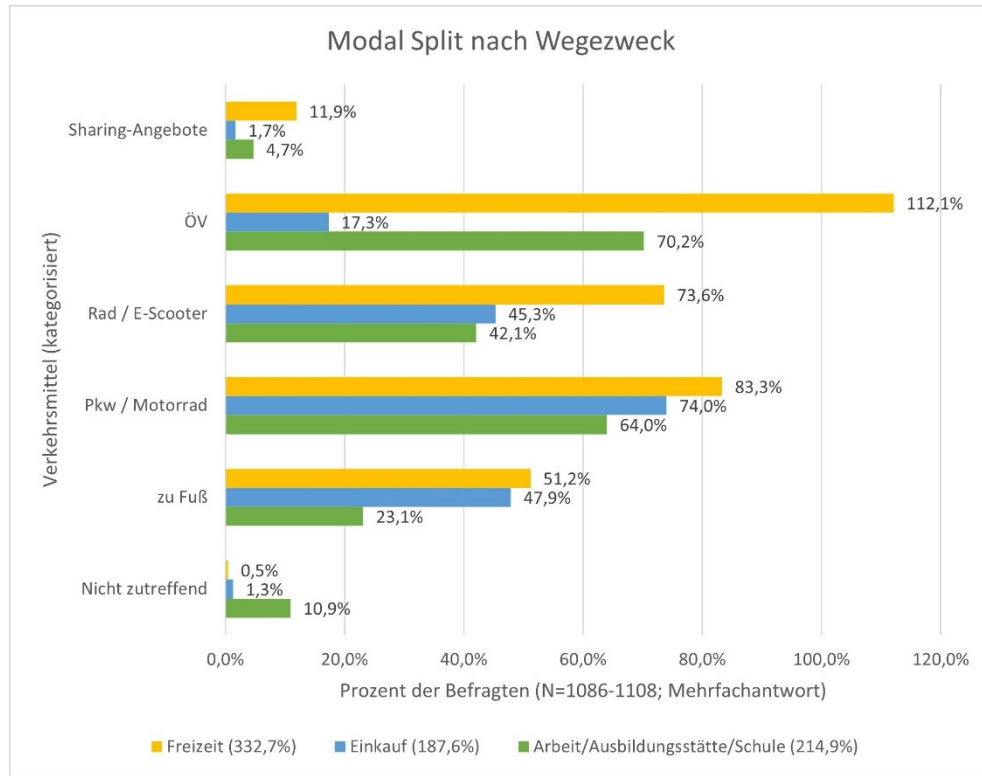


Abbildung 26: Modal Split nach Wegezweck, kategorisiert (Eigene Darstellung)

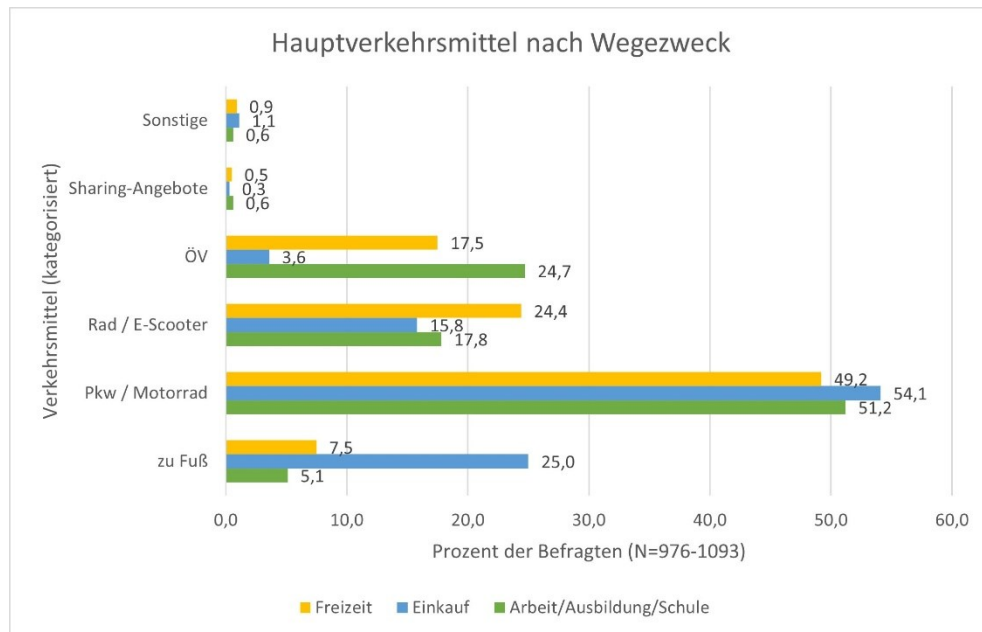


Abbildung 27: Hauptverkehrsmittel nach Wegezweck, kategorisiert (Eigene Darstellung)

Bei der Betrachtung des Modal Split auf Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule fällt auf, dass der Anteil des ÖV mit 70,2% den höchsten Anteil ausmacht und

damit vor dem des Pkws/Motorrades mit 64,0% liegt (siehe Abb. 26). Es folgt der Anteil der Radfahrenden/E-Scooter mit 42,2% vor den Zu-Fuß-Gehenden mit 23,1%. Auch wenn der Anteil des ÖV am Modal Split der insgesamt genutzten Verkehrsmittel überwiegt, zeigt sich in den Ergebnissen zum hauptsächlich genutzten Verkehrsmittel auf Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule doch eine Dominanz des Pkw/Motorrads: etwa die Hälfte aller Befragten (51,2%) gibt diese als Hauptverkehrsmittel an (siehe Abb. 27). Den ÖV nutzt etwa ein Viertel als Hauptverkehrsmittel, gefolgt vom Rad/E-Scooter mit 17,8%. Im Median brauchen die Befragten 30 Minuten für ihren Weg zu Arbeit/Ausbildung/Schule, wobei sich insgesamt Wege im Rahmen von keiner Zeit zur Arbeit, wo die Menschen vermutlich im Homeoffice arbeiten, bis zu 8 Stunden zeigen.

Auf Einkaufswegen werden Pkw/Motorrad mit 74,0% von knapp drei Vierteln aller Befragten genutzt (siehe Abb. 26). Der Fußverkehr und das Rad/E-Scooter liegen beide bei etwa 45%, während der ÖV auf Einkaufswegen nur von 17,3% der Teilnehmenden als genutztes Verkehrsmittel angegeben wurde. Pkw/Motorrad stellen hierbei auch das Hauptverkehrsmittel der meisten Befragten dar (54,1%) (siehe Abb. 27). Ein Viertel geht auf Einkaufswegen hauptsächlich zu Fuß und 15,8% nutzen Rad/E-Scooter als Hauptverkehrsmittel. Der ÖV wurde hier von 3,6% der Befragten ausgewählt.

Bei den Freizeitwegen sticht der ÖV mit einem Wert von 112,1% der Befragten, die diesen angeben zu nutzen, deutlich hinaus (siehe Abb. 26). Pkw/Motorrad und Rad/E-Scooter werden mit Anteilen um die 80% ebenfalls häufig genutzt. Das zu Fuß gehen liegt mit einem Anteil von 51,2% dahinter. Aus der Befragung des hauptsächlich genutzten Verkehrsmittels auf Freizeitwegen geht hervor, dass der Pkw mit 49,2% am höchsten liegt (siehe Abb. 27). In absteigender Reihenfolge folgen das Rad/E-Scooter (24,4%), der ÖV (17,5%) sowie das Zu Fuß gehen (7,5%).

Im Vergleich der jeweiligen Anteile der genutzten Verkehrsmittel (Modal Split) nach Wegezweck fällt insgesamt auf, dass Sharing-Angebote über alle Wegezwecke hinweg mit Abstand am wenigsten genutzt werden (siehe Abb. 26). Das meistgewählte Verkehrsmittel auf Einkaufswegen sind Pkw/Motorrad, auf Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule sowie auf Freizeitwegen hingegen der ÖV.

Bei der Betrachtung des Hauptverkehrsmittels ergibt sich im Unterschied dazu ein deutlich monotoneres Bild zwischen den einzelnen Wegewecken: Bei allen Wegezwecken stellt Pkw/Motorrad das Hauptverkehrsmittel dar (siehe Abb. 27). Der ÖV, Rad/E-Scooter sowie das zu Fuß gehen bewegen sich bei deutlich niedrigeren Anteilen im mittleren Bereich. Hier fallen besonders Differenzen der Einkaufswege im Vergleich zu Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule sowie

Freizeitwegen auf: Auf Einkaufswegen wird der ÖV deutlich seltener als Hauptverkehrsmittel genutzt als auf Wegen anderer Zwecke, der Fußverkehr wurde hingegen deutlich häufiger als Hauptverkehrsmittel angegeben. Sharing-Angebote sowie andere Verkehrsmittel werden für alle Wegezwecke nur äußerst selten genutzt.

Bei der Betrachtung der Gesamtwerte der Fälle fällt auf, dass auf Freizeitwegen mit knapp 3,3 Verkehrsmitteln pro Person die meisten verschiedenen Verkehrsmittel genutzt werden, die Multimodalität ist auf Freizeitwegen insofern am höchsten (siehe Abb. 26). Mit im Schnitt 2,1 verschiedenen genutzten Verkehrsmitteln auf Wegen zu Arbeit/Ausbildung/Schule ist die Multimodalität hier etwas niedriger. Auf Einkaufswegen sind die Befragten mit ca. 1,9 verschiedenen genutzten Verkehrsmitteln am wenigsten multimodal unterwegs. Zu intermodalem und monomodalem Mobilitätsverhalten kann dabei aufgrund des Fragebogen-Designs keine Aussage getroffen werden.

Im Median gaben die Teilnehmenden an, eher zufrieden mit ihrer Alltagsmobilität zu sein (siehe Abb. 28).

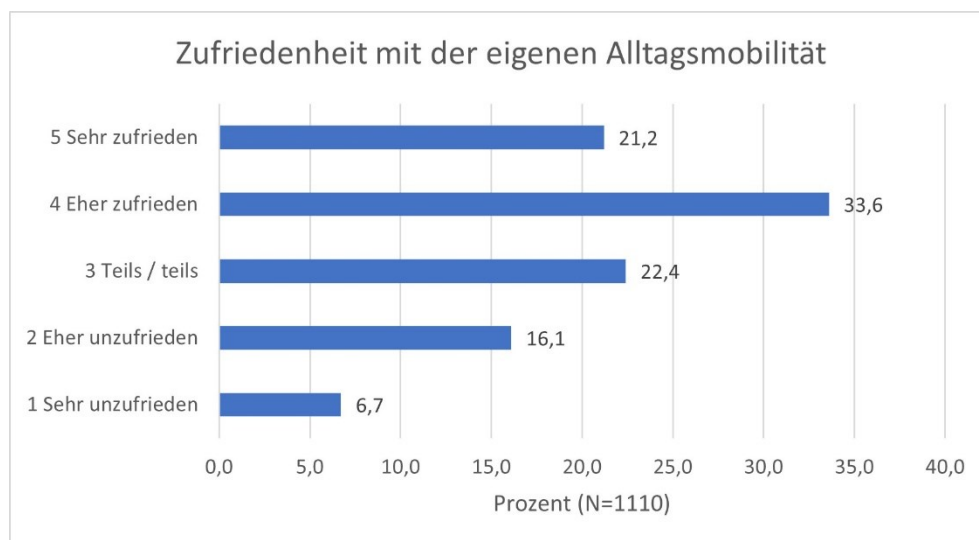


Abbildung 28: Allgemeine Zufriedenheit der Teilnehmenden mit der eigenen Alltagsmobilität (Eigene Darstellung)

8. FAZIT

Den eingangs beschriebenen Herausforderungen des Verkehrssektors soll im Projekt ATMo² durch die Entwicklung evidenzbasierter und individueller Anreizmechanismen begegnet werden. Dabei steht nicht allein die Frage im Mittelpunkt, welche Verkehrsmittel den Reisenden objektiv zur Verfügung stehen, sondern vor allem, wie Mobilitätsentscheidungen unter den Bedingungen alltäglicher Routinen, subjektiver Situationswahrnehmungen, individueller Präferenzen und sozialer Kontextfaktoren zustande kommen. Ziel

des Projekts ist es daher, Reisende dabei zu unterstützen, vorhandene Alternativen zum privaten Pkw stärker in Betracht zu ziehen und besser informierte Entscheidungen bei der Verkehrsmittelwahl zu treffen.

Um hierfür eine geeignete empirische Grundlage zu schaffen, wurden im theoretischen Teil dieses Reports zunächst zwei sich ergänzende Modelle des Mobilitätsverhaltens vorgestellt: Das *Erweiterte Modell des Mobilitätsverhaltens* sowie das *Modell zur Identifizierung von Handlungsroutinen im Mobilitätsverhalten*. Während ersteres vor allem die subjektive Nutzenkalkulation und den Einfluss verschiedener Kontextfaktoren auf die Mobilitätsentscheidung in den Blick nimmt, fokussiert Letzteres stärker routinierte Handlungen, Mobilitätssozialisation, Wertorientierungen und soziale Normen. Beide Modelle wurden bei der Entwicklung des Fragebogens berücksichtigt und dienen damit als Grundlage für die Auswahl der erhobenen Konstrukte.

Darauf aufbauend wurde im Sommer 2025 eine umfassende Ausgangsbefragung durchgeführt. Durch die mehrsprachige Ausspielung des Fragebogens sowie die Kombination verschiedener online und offline genutzter Verbreitungswege konnte eine Anzahl von 1111 vollständigen und nach Datenbereinigung verwertbaren Antworten generiert werden. Damit liegt eine belastbare Datengrundlage vor, die nicht nur erste deskriptive Auswertungen ermöglicht, sondern auch für die weiteren Analysen im Projekt ATMo² zentral sein wird. Die Verbreitungsstrategie erwies sich dabei insgesamt als erfolgreich, wenngleich sich die einzelnen Kontaktwege hinsichtlich ihres Beitrags zum Rücklauf deutlich unterschieden.

Die ersten deskriptiven Ergebnisse zeigen, dass die Stichprobe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in mehreren Dimensionen verzerrt ist. Die Befragten sind im Durchschnitt älter, verfügen häufiger über höhere Schulabschlüsse, höhere Haushaltseinkommen und weisen seltener einen Migrationshintergrund auf. Aufgrund der gewählten Verbreitungswege der Umfrage zeigt sich zudem, wie beabsichtigt, eine Akkumulation der Antworten aus NRW, mit Duisburg und Dortmund als Spitzenreiter. Diese Verzerrungen sind bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen, mindern jedoch nicht den Wert der Befragung als umfangreicher projektspezifischer Ausgangsdatensatz.

Es fällt auf, dass den Befragten im Durchschnitt eine vergleichsweise breite Auswahl verschiedener Verkehrsmittel zur Verfügung steht. Dennoch bleibt der Pkw für alle betrachteten Wegezwecke das am häufigsten genannte Hauptverkehrsmittel. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass auch andere Verkehrsmittel genutzt werden und sich insbesondere auf Freizeitwegen eine hohe Multimodalität beobachten lässt.

Während der ÖV auf Arbeits- und Freizeitwegen von den meisten Befragten grundsätzlich genutzt wird, wird dieser auf Einkaufswegen seltener genutzt, während Fußwege dort eine vergleichsweise größere Rolle spielen. Diese Befunde verdeutlichen, dass die Verfügbarkeit alternativer Verkehrsmittel allein nicht ausreicht, um diese als Hauptverkehrsmittel zu nutzen.

Damit bestätigt die Ausgangsbefragung eine zentrale Annahme des Projekts: Mobilitätsverhalten ist nicht allein als Ergebnis objektiver Angebotsstrukturen zu verstehen, sondern wird wesentlich durch Routinen, Bewertungen, Präferenzen und situative Wahrnehmungen geprägt. Gerade hierin liegt der Ansatzpunkt für die im Projekt ATMo² zu entwickelnden erweiterten Anreizmechanismen. Diese müssen nicht nur über Alternativen informieren, sondern so gestaltet sein, dass sie an den konkreten Mobilitätsgewohnheiten und Entscheidungssituationen unterschiedlicher Nutzer:innen-Gruppen ansetzen.

In den folgenden Reports sollen die hier zunächst deskriptiv dargestellten Ergebnisse weiter vertieft und stärker mit den theoretischen Modellen des Projekts verknüpft werden. Dabei wird insbesondere zu klären sein, welche Mobilitätstypen sich auf Grundlage der erhobenen Daten identifizieren lassen, welche Barrieren einer Veränderung des Mobilitätsverhaltens entgegenstehen und welche Formen von Anreizen für welche Gruppen besonders geeignet erscheinen. Zudem werden die Entwicklung der geplanten Anwendung für die Nutzer:innen sowie die darauf bezogenen Geschäfts- und Anreizmechanismen weiter ausgeführt. Der vorliegende Report bildet damit den Ausgangspunkt für die weitere empirische und konzeptionelle Arbeit im Projekt ATMo².

LITERATURVERZEICHNIS

Ajzen, Icek (1991): The theory of planned behavior. In: *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50 (2), S. 179–211. DOI: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.

Ecke, L.; Vallee, J.; Chlond, B.; Vortisch, P. (2023): Deutsches Mobilitätspanel (MOP) – Wissenschaftliche Begleitung und Auswertungen Bericht 2022/2023: Alltagsmobilität und Fahrleistung. Online verfügbar unter https://mobilitaetspanel.ifv.kit.edu/downloads/Bericht_MOP_22_23.pdf.

Esser, Hartmut (1999): Soziologie Bd. 1. Situationslogik und Handeln Hartmut Esser. Frankfurt/Main: Campus-Verl. (Soziologie, spezielle Grundlagen / Hartmut Esser ; Bd. 1).

Esser, Hartmut (2000): Soziologie. Spezielle Grundlagen. Band 3: Soziales Handeln. Frankfurt/M.: Campus.

Esser, Hartmut (2001): Soziologie : spezielle Grundlagen / Hartmut Esser. 6 Sinn und Kultur. Frankfurt/Main: Campus-Verl. (Soziologie, spezielle Grundlagen / Hartmut Esser ; Bd. 6).

Esser, Hartmut (2011): Das Modell der Frame-Selektion. Eine allgemeine Handlungstheorie für die Sozialwissenschaften? In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie/Sonderhefte* 50, S. 45–62.

Esser, Hartmut (2018): Sanktionen, Reziprozität und die symbolische Konstruktion einer Kooperations-„Gemeinschaft“. In: *Zeitschrift für Soziologie* 47 (1), S. 8–28. DOI: 10.1515/zfsoz-2018-1001.

Follmer, Robert (2025): Mobilität in Deutschland – MiD Kurzbericht. Studie von infas, DLR, IVT und infas 360 im Auftrag des Bundesministers für Digitales und Verkehr (FE-Nr. VB600001). Bonn, Berlin. Online verfügbar unter www.mobilitaet-in-deutschland.de.

Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) (2021): Multi- und Intermodalität: Hinweise zur Umsetzung und Wirkung von Maßnahmen im Personenverkehr. Teilpapier 1: Definitionen. Aktualisierte Ausgabe 2021. Hg. v. Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV). Online verfügbar unter https://www.fgsv.de/fileadmin/Gremien/AK_1.2.8/Teilpapier_1_Definitionen.pdf, zuletzt geprüft am 07.04.2026.

Graf, Anne (2025): Akzeptanz multimodaler Mobilität. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Hunecke, Marcel; Heppner, Holger; Groth, Sören (2022): Fragebogen zu psychologischen Einflussfaktoren der Nutzung von Pkw, ÖPNV und Fahrrad (PsyVKN). In: *Diagnostica* 68 (1), S. 3–13. DOI: 10.1026/0012-1924/a000277.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (o.J.): Herzlich Willkommen bei Mobilität in Deutschland (MiD). Online verfügbar unter <https://www.mobilitaet-in-deutschland.de/>, zuletzt geprüft am 03.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023a): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Migrationshintergrund. Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 02.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023b): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Führerscheinbesitz - Pkw. Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 14.02.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023c): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Mobilitätseinschränkung ja/nein. Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 14.02.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023d): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Pkw-Verfügbarkeit als Fahrer oder Mitfahrer (einschließl. Carsharing), unabhängig vom Stichtag. Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 03.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023e): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Haushalte (Deutschland), Haushaltsgröße (Ø). Online verfügbar unter : <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 26.02.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023f): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Haushalte (Deutschland), monatliches HH-Nettoeinkommen [Euro] (Ø). Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 02.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023g): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Tätigkeit der Person (differenziert). Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 02.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023h): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Personen (Deutschland), Verfügbarkeit funktionstüchtiges normales Fahrrad (ohne Elektroantrieb). Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 03.03.2026.

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH (infas) (2023i): Mobilität in Deutschland. Mobilität in Tabellen (MIT 2023). Basis: Haushalte (Deutschland), Auto im HH ja/nein. Online verfügbar unter <https://mobilitaet-in-tabellen-2023.bast.de/view.html>, zuletzt geprüft am 14.02.2026.

Jakubowski, Peter (2018): Nudging in der digitalen Stadt. In: *BBSR-Analysen Kompakt* (3).

Online verfügbar unter

https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/analysen-kompakt/2018/ak-03-2018-dl.pdf?__blob=publicationFile&v=5.

Jandura, Olaf (2017): Fake Data? In: Patrick Rössler und Constanze Rossmann (Hg.): *Kumulierte Evidenzen. Replikationsstudien in der empirischen Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 207–223. Online verfügbar unter

https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-18859-7_10#citeas.

Klöckner, Christian A.; Blöbaum, Anke (2010): A comprehensive action determination model: Toward a broader understanding of ecological behaviour using the example of travel mode choice. In: *Journal of Environmental Psychology* 30 (4), S. 574–586. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.03.001.

Kohaupt-Cepera, Kay (2025): Anreizmechanismen als Mittel zur Änderung des Mobilitätsverhaltens. In: Heike Proff (Hg.): *New Players in Mobility*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 623–638.

Kroneberg, Clemens (2011): *Die Erklärung sozialen Handelns. Grundlagen und Anwendung einer integrativen Theorie*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Manderscheid, Katharina (2022): *Soziologie der Mobilität*. Bielefeld: UTB; transcript (utb Soziologie, 5581).

OpenStreetMap (o.J.): Urheberrecht und Lizenz. Online verfügbar unter <https://www.openstreetmap.org/copyright>, zuletzt geprüft am 02.04.2026.

Proff, Heike (Hg.) (2024): *Next Chapter in Mobility. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint Springer Gabler.

Proff, Heike (Hg.) (2025): *New Players in Mobility*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

PTV Transport Consult (2024): Abschlussbericht Mobilitätskonzept Duisburg. Online verfügbar unter <https://www.duisburg.de/microsites/pbv/verkehr/mobilitaetskonzept/mobilitaetskonzept.php.media/31733/Abschlussbericht.pdf>.

Rammert, Alexander (2024): Mobilitätsplanung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Rössler, Patrick; Rossmann, Constanze (Hg.) (2017): Kumulierte Evidenzen. Replikationsstudien in der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Schmidt, Peter; Bamberg, Sebastian; Davidov, Eldad; Herrmann, Johannes; Schwartz, Shalom H. (2007): Die Messung von Werten mit dem "Portraits Value Questionnaire". In: *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 38 (4), S. 261–275. DOI: 10.1024/0044-3514.38.4.261.

Schonfelder, Stefan; Axhausen, Kay W. (2016): Urban rhythms and travel behaviour. Spatial and temporal phenomena of daily travel. Unter Mitarbeit von Kay W. Axhausen. London, New York: Routledge (Transport and society). Online verfügbar unter <https://www.taylorfrancis.com/books/9781315548715>.

Schwedes, Oliver; Rammert, Alexander; Daubitz, Stephan; Hoor, Maximilian (2023): Mobilität und Verkehr: LIT Verlag.

Statistisches Bundesamt (2025d): 77 % der Bevölkerung sprechen zu Hause ausschließlich Deutsch. Zahl der Woche Nr. 08 vom 18. Februar 2025. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2025/PD25_08_p002.html?templateQueryString=sprache, zuletzt aktualisiert am 18.02.2025, zuletzt geprüft am 02.09.2025.

Statistisches Bundesamt (2025a): Bevölkerung nach dem Gebietsstand und Durchschnittsalter 1990 bis 2024. Zahl aus dem Berichtsjahr 2024. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerungsstand-gebietsstand-werte-basis-2022.html?nn=1413078>, zuletzt aktualisiert am 20.06.2025, zuletzt geprüft am 13.02.2026.

Statistisches Bundesamt (2025b): Daten aus dem Gemeindeverzeichnis Postleitregionen mit regionaler Zugehörigkeit nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte. Gebietsstand: 31.12.2024. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/21-postleitregionen.html>, zuletzt geprüft am 13.02.2026.

Statistisches Bundesamt (2026a): Statistischer Bericht Gemeinschaftsstatistik zu Einkommen und Lebensbedingungen (Mikrozensus-

Unterstichprobe zu Einkommen und Lebensbedingungen) Erstergebnisse 2025. Tabellenblatt 12241-02: Komponenten des Haushaltseinkommens nach Haushaltstyp, Deutschland, Erstergebnisse 2025, Zahlen unter verfügbares Einkommen (Nettoeinkommen). Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Lebensbedingungen-Armutgefaehrdung/_inhalt.html#_1wyfwzf7s, zuletzt aktualisiert am 03.02.2026, zuletzt geprüft am 13.02.2026.

Statistisches Bundesamt (2025c): Statistischer Bericht Mikrozensus - Bevölkerung nach Migrationshintergrund Erstergebnisse 2024. Tabellenblatt 12211-01: Eckzahlen zur Bevölkerung im Jahr 2024 nach Migrationsstatus und ausgewählten Merkmalen, Zahlen nach Privathaushalten insgesamt. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Publikationen/Downloads-Migration/statistischer-bericht-migrationshintergrund-erst-2010220247005.html>, zuletzt geprüft am 02.03.2026.

Statistisches Bundesamt (2026b): Statistischer Bericht Mikrozensus - Haushalte und Familien Endergebnisse 2024. Tabellenblatt 12211-01: Hauptwohnsitzhaushalte im Jahr 2024 nach ausgewählten Merkmalen und Gebietsstand, Haushaltsgröße / Zahl der Kinder unter 18 Jahren im Haushalt. Online verfügbar unter https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/_inhalt.html#_4hxc3hix2, zuletzt aktualisiert am 30.01.2026, zuletzt geprüft am 13.02.2026.

Statistisches Bundesamt et al. (2024): Sozialbericht 2024. Ein Datenreport für Deutschland. Abb. 17: Allgemeinbildender Schulabschluss der Bevölkerung nach Altersklassen 2022 — in Prozent. Online verfügbar unter https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/Sozialbericht_2024_bf_k2.pdf, zuletzt geprüft am 13.02.2026.

Thaler, Richard H.; Sunstein, Cass R. (2009): Nudge. Improving decisions about health, wealth, and happiness. Rev. and expanded ed., with a new afterword and a new chapter. New York, NY: Penguin.

van Westendorp, Peter H. (Hg.) (1976): NSS Price Sensitivity Meter (PSM)—A new approach to study consumer perception of prices (139167).

Weyer, Johannes (2022): Mobilitätspraktiken und Mobilitätsbedarfe. Ergebnisse einer Befragung von Angehörigen der UA-Ruhr-Universitäten. Unter Mitarbeit von Technische Universität Dortmund.

Weyer, Johannes; Cepera, Kay (2022): Vertrauen in digitale Technik. Der Einfluss mobiler Apps auf die Bereitschaft zur Verhaltensänderung. In: *Zeitschrift für Soziologie* 51 (6), S. 373–395. DOI: 10.1515/zfsoz-2021-0028.

Weyer, Johannes; Hoffmann, Sebastian (2024): Modellierung des Mobilitätsverhaltens. Ein soziologisches Modell zur Erklärung von Alltagsmobilität. In: Heike Proff (Hg.): *Next Chapter in Mobility. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint Springer Gabler, S. 367–382.

Weyer, Johannes; Hoffmann, Sebastian (2025): Bridging the attitude-behaviour gap: An explanation of travel mode choice using analytical sociology. In: *PloS one* 20 (10), e0330073. DOI: 10.1371/journal.pone.0330073.

Wilhoit, Elizabeth D. (2017): 'My drive is my sacred time': commuting as routine liminality. In: *Culture and Organization* 23 (4), S. 263–276. DOI: 10.1080/14759551.2017.1341518.

ANHANG 1: FRAGEBOGEN

**GRUPPE/KONSTRUKT:
AUSBILDUNG UND
WOHNSITUATION**

Q01: Bitte geben Sie an, ob Sie berufstätig oder in einer beruflichen Ausbildung sind, zur Schule gehen oder studieren.

- 1 Ich bin berufstätig bzw. in einer beruflichen Ausbildung
- 2 Ich gehe zur Schule
- 3 Ich studiere
- 4 Ich bin im Ruhestand, haushaltsführend, erwerbslos etc.
- 99 Keine Angabe

Q02: Wo würden Sie die Lage Ihrer Wohnung / Ihres Hauses am ehesten einordnen?

- 1 Eher in der Innenstadt
- 2 Eher in der Vorstadt bzw. am Stadtrand
- 3 Eher in einem Vorort
- 4 Eher im ländlichen Raum
- 99 Keine Angabe

**GRUPPE/KONSTRUKT:
MENTALE VERFÜGBARKEIT**

Q03: Sind Ihnen folgende Verkehrsmittel bekannt?

- 1 Öffentlicher Personennahverkehr (Bus, Bahn)
 - 1 Nein
 - 2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen
 - 3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt
 - 4 Ja, würde ich gern ausprobieren
 - 5 Ja, bereits genutzt
 - 6 Ja, nutze ich regelmäßig

- 99 Keine Angabe
- 2 Car-Sharing (Pkw, die befristet genutzt werden können)
 - 1 Nein
 - 2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen
 - 3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt
 - 4 Ja, würde ich gern ausprobieren
 - 5 Ja, bereits genutzt
 - 6 Ja, nutze ich regelmäßig
 - 99 Keine Angabe
- 3 Bike-Sharing (Fahrräder, die befristet genutzt werden können)
 - 1 Nein
 - 2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen
 - 3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt
 - 4 Ja, würde ich gern ausprobieren
 - 5 Ja, bereits genutzt
 - 6 Ja, nutze ich regelmäßig
 - 99 Keine Angabe
- 4 E-Scooter-Sharing (E-Scooter, die befristet genutzt werden können)
 - 1 Nein
 - 2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen
 - 3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt
 - 4 Ja, würde ich gern ausprobieren
 - 5 Ja, bereits genutzt
 - 6 Ja, nutze ich regelmäßig
 - 99 Keine Angabe
- 5 On-demand-Shuttles (Rufbusse, die auf Bestellung verkehren und den ÖPNV ergänzen)
 - 1 Nein
 - 2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

6 Mitfahrgelegenheiten, die per App buchbar sind

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

7 Pkw mit Elektro- oder Wasserstoffantrieb

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

Q04: Ist Ihnen folgende Mobilitätsinfrastruktur bekannt?

1 Radschnellwege

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

2 Fahrradparkhäuser

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

3 Park & Ride-Angebote

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

4 Bike & Ride-Angebote

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

5 Mobilitätsapps, die Angebote verschiedener Anbieter kombinieren und so durchgehende Verbindungen ermöglichen

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

6 Öffentliche Ladestationen für Elektroautos

1 Nein

2 Ja, aber möchte ich nicht nutzen

3 Ja, aber nicht weiter damit beschäftigt

4 Ja, würde ich gern ausprobieren

5 Ja, bereits genutzt

6 Ja, nutze ich regelmäßig

99 Keine Angabe

Q05: Wie häufig haben Sie in letzter Zeit darüber nachgedacht,

...

1 ... ein anderes Verkehrsmittel für die Fahrt zu Ihrer Arbeitsstätte / Ausbildungsstätte zu nutzen?

- 0 Nie
- 1 Selten
- 2 Manchmal
- 3 Oft
- 4 Immer
- 99 Keine Angabe

2 ... ein anderes Verkehrsmittel für Ihre wöchentlichen Einkäufe zu nutzen?

- 0 Nie
- 1 Selten
- 2 Manchmal
- 3 Oft
- 4 Immer
- 99 Keine Angabe

3 ... ein anderes Verkehrsmittel für Ihre regelmäßig stattfindenden Freizeitaktivitäten zu nutzen (z.B. Fahrten ins Fitnessstudio, zu Treffen mit Freunden oder zu Vereinsaktivitäten?)

- 0 Nie
- 1 Selten
- 2 Manchmal
- 3 Oft
- 4 Immer
- 99 Keine Angabe

Q06: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

1 Mir über alternative Verkehrsmittel Gedanken zu machen, ist mir zu zeitintensiv.

- 1 Stimme überhaupt nicht zu
- 2 Stimme eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Stimme eher zu
- 5 Stimme voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 Wenn ich mir ein motorisiertes Verkehrsmittel anschaffe, dann nutze ich dieses auch vorrangig.

1 Stimme überhaupt nicht zu

2 Stimme eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Stimme eher zu

5 Stimme voll und ganz zu

99 Keine Angabe

3 Die Informationslage für die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel ist mir zu unübersichtlich.

1 Stimme überhaupt nicht zu

2 Stimme eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Stimme eher zu

5 Stimme voll und ganz zu

99 Keine Angabe

4 Die Ausschau nach für mich verfügbaren alternativen Verkehrsmitteln ist mir zu mühsam.

1 Stimme überhaupt nicht zu

2 Stimme eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Stimme eher zu

5 Stimme voll und ganz zu

99 Keine Angabe

5 Ich denke, dass meine Verkehrsmittelwahl für mein Umfeld Konsequenzen hat.

1 Stimme überhaupt nicht zu

2 Stimme eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Stimme eher zu

5 Stimme voll und ganz zu

99 Keine Angabe

6 Ich denke, dass sich die Wahl meiner Verkehrsmittel insgesamt als nachhaltig erweist.

1 Stimme überhaupt nicht zu

2 Stimme eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Stimme eher zu

5 Stimme voll und ganz zu

99 Keine Angabe

**GRUPPE/KONSTRUKT:
AUSSTATTUNG MIT
VERKEHRSMITTELN**

Q07: Welche der folgenden Verkehrsmittel stehen Ihnen an Ihrem Wohnort für den Individualverkehr (also ohne Bus und Bahn) regelmäßig zur Verfügung?

- 1 E-Auto
- 2 Hybrid-Auto
- 3 Auto (Verbrenner)
- 4 Motorrad
- 5 Motorroller / Moped / Mofa
- 6 E-Bike / Pedelec
- 7 Fahrrad
- 8 E-Scooter
- 0 Keines davon
- 99 Keine Angabe

Q08: Ist auf Ihren Namen oder den Namen eines anderen Haushaltsmitgliedes ein privater Pkw zugelassen?

- 1 Ja
- 2 Nein
- 99 Keine Angabe

Q09: Wo werden die zu Ihrem Haushalt gehörenden Autos geparkt?

- 1 Auf privatem Grund (z. B. Garage, Innenhof etc.)
- 2 Auf öffentlichem Grund (z. B. Straßenrand, öffentlicher Parkplatz etc.)
- 0 Kein Auto im Haushalt
- 99 Keine Angabe

Q10: Nutzen Sie derzeit einen Dienst- oder Firmenwagen?

- 1 Ja, für berufliche Zwecke
- 2 Ja, für private Zwecke

- 3 Nein
- 99 Keine Angabe

Q11: Welche dieser Tickets bzw. Vergünstigungen oder Abonnements besitzen Sie?

- 1 Bahncard der Deutschen Bahn
- 2 Zeitkarte für den öffentlichen Verkehr (z. B. Monatskarte oder Deutschland-Ticket)
- 3 Carsharing-Abonnement
- 4 Bikesharing-Abonnement
- 0 Keines davon
- 99 Keine Angabe

**GRUPPE/KONSTRUKT:
NUTZUNG VON
(MOBILITÄTS)APPS**

Q12: Besitzen Sie ein Smartphone?

- 1 Ja
- 2 Nein
- 99 Keine Angabe

Q13: Wie oft nutzen Sie folgende Mobilitätsapps in Ihrem Alltag?

- 1 Apps zur Routenplanung (z. B. Google Maps, Apple Karten)
 - 0 Nie / fast nie
 - 1 Seltener als monatlich
 - 2 An 1 – 3 Tagen pro Monat
 - 3 An 1 – 3 Tagen pro Woche
 - 4 Täglich bzw. fast täglich
 - 99 Keine Angabe
- 2 Apps für den öffentlichen Nahverkehr (z. B. DB Navigator, VRR-App)
 - 0 Nie / fast nie
 - 1 Seltener als monatlich
 - 2 An 1 – 3 Tagen pro Monat
 - 3 An 1 – 3 Tagen pro Woche
 - 4 Täglich bzw. fast täglich
 - 99 Keine Angabe

3 Apps für Mikromobilität (z. B. Bolt, Lime, nextbike)

- 0 Nie / fast nie
- 1 Seltener als monatlich
- 2 An 1 – 3 Tagen pro Monat
- 3 An 1 – 3 Tagen pro Woche
- 4 Täglich bzw. fast täglich
- 99 Keine Angabe

4 Apps für Mitfahrgelegenheiten (z. B. BlaBlaCar, Miles)

- 0 Nie / fast nie
- 1 Seltener als monatlich
- 2 An 1 – 3 Tagen pro Monat
- 3 An 1 – 3 Tagen pro Woche
- 4 Täglich bzw. fast täglich
- 99 Keine Angabe

5 Apps für On-demand Shuttles (z. B. myBus, Uber)

- 0 Nie / fast nie
- 1 Seltener als monatlich
- 2 An 1 – 3 Tagen pro Monat
- 3 An 1 – 3 Tagen pro Woche
- 4 Täglich bzw. fast täglich
- 99 Keine Angabe

Q14?: Wie oft nutzen Sie folgende Mobilitätsapps in Ihrem Alltag?

Sonstige, und zwar: _____ [Platzhalterfrage]

Q15: Welche Erwartungen haben Sie an die Nutzung von Mobilitätsapps?

- 1 Anzeigen der schnellsten Route
- 2 Informationen über die aktuelle Verkehrslage erlangen
- 3 Informationen über aktuelle Abfahrtszeiten und Fahrpläne erlangen
- 4 Informationen über Nachhaltigkeitsaspekte erlangen
- 5 Nutzen von appspezifischen Rabatten
- 6 Planung der Fortbewegung mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln

7 Erwerb von Fahrkarten für den öffentlichen Nahverkehr

8 Buchen von weiteren Mobilitätsservices (Mikromobilität, Mitfahrgelegenheiten, On-Demand Services)

99 Keine Angabe

Q16: Welche Art von spielerischen Elementen in einer App fänden Sie für eine langfristige Nutzung motivierend?

- 1 Vergleich mit anderen in einer Bestenliste
- 2 Auszeichnungen für erreichte Ziele
- 3 Wöchentliche oder monatliche Challenges
- 4 Belohnungen oder Rabatte für erreichte Ziele
- 5 Benachrichtigungen über erreichte Ziele
- 0 Keine der Genannten
- 99 Keine Angabe

GRUPPE/KONSTRUKT: WEGE ARBEIT / AUSBILDUNG / SCHULE

Q17: Welche Verkehrsmittel nutzen Sie für Wege zur Arbeit / Ausbildungsstätte / Schule?

- 0 Nicht zutreffend
- 1 Ich gehe zu Fuß
- 2 Auto
- 3 Motorrad
- 4 Roller / Moped / Mofa
- 5 E-Bike / Pedelec
- 6 Fahrrad
- 7 E-Scooter
- 8 Mitfahrgelegenheit
- 9 Bus
- 10 Straßenbahn / U-Bahn
- 11 Bahn
- 12 Car-Sharing-Angebote
- 13 Bike-Sharing-Angebote

99 Keine Angabe

Sonstige

Q18: Und welches dieser Verkehrsmittel nutzen Sie hauptsächlich für diese Wege?

0 Nicht zutreffend

1 Ich gehe zu Fuß

2 Auto

3 Motorrad

4 Roller / Moped / Mofa

5 E-Bike / Pedelec

6 Fahrrad

7 E-Scooter

8 Mitfahrgelegenheit

9 Bus

10 Straßenbahn / U-Bahn

11 Bahn

12 Car-Sharing-Angebote

13 Bike-Sharing-Angebote

99 Keine Angabe

Sonstige

Q18a: Wie lang dauert Ihr Weg zur Arbeit normalerweise?

_____ [Zahlenangabe in Minuten]

GRUPPE/KONSTRUKT: WEGE EINKAUF

Q19: Welche Verkehrsmittel nutzen Sie für Wege zum wöchentlichen Einkauf?

0 Nicht zutreffend

1 Ich gehe zu Fuß

2 Auto

3 Motorrad

4 Roller / Moped / Mofa

5 E-Bike / Pedelec

6 Fahrrad

7 E-Scooter

8 Mitfahrgelegenheit

9 Bus

10 Straßenbahn / U-Bahn

11 Bahn

12 Car-Sharing-Angebote

13 Bike-Sharing-Angebote

99 Keine Angabe

Sonstige

Q20: Und welches dieser Verkehrsmittel nutzen Sie hauptsächlich für diese Wege?

0 Nicht zutreffend

1 Ich gehe zu Fuß

2 Auto

3 Motorrad

4 Roller / Moped / Mofa

5 E-Bike / Pedelec

6 Fahrrad

7 E-Scooter

8 Mitfahrgelegenheit

9 Bus

10 Straßenbahn / U-Bahn

11 Bahn

12 Car-Sharing-Angebote

13 Bike-Sharing-Angebote

99 Keine Angabe

Sonstige

GRUPPE/KONSTRUKT: WEGE FREIZEIT

Q21: Welche Verkehrsmittel nutzen Sie für Freizeitunternehmungen?

0 Nicht zutreffend

1 Ich gehe zu Fuß

2 Auto

3 Motorrad

4 Roller / Moped / Mofa

- 5 E-Bike / Pedelec
- 6 Fahrrad
- 7 E-Scooter
- 8 Mitfahrgelegenheit
- 9 Bus
- 10 Straßenbahn / U-Bahn
- 11 Bahn
- 12 Car-Sharing-Angebote
- 13 Bike-Sharing-Angebote
- 99 Keine Angabe
- Sonstige

Q22: Und welches dieser Verkehrsmittel nutzen Sie hauptsächlich für diese Wege?

- 0 Nicht zutreffend
- 1 Ich gehe zu Fuß
- 2 Auto
- 3 Motorrad
- 4 Roller / Moped / Mofa
- 5 E-Bike / Pedelec
- 6 Fahrrad
- 7 E-Scooter
- 8 Mitfahrgelegenheit
- 9 Bus
- 10 Straßenbahn / U-Bahn
- 11 Bahn
- 12 Car-Sharing-Angebote
- 13 Bike-Sharing-Angebote
- 99 Keine Angabe
- Sonstige

Q23: Im Großen und Ganzen betrachtet: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer aktuellen Alltagsmobilität?

- 1 Sehr unzufrieden
- 2 Eher unzufrieden
- 3 Teils / teils
- 4 Eher zufrieden
- 5 Sehr zufrieden
- 99 Keine Angabe

**GRUPPE/KONSTRUKT:
BEWERTUNGEN**

Q24: Bitte schätzen Sie im Folgenden die Eigenschaften unterschiedlicher Verkehrsmittel ein, unabhängig davon, ob Sie diese besitzen bzw. nutzen. Wir fragen gezielt nur nach diesen Verkehrsmitteln, da diese für unsere Studie besonders wichtig sind. [Reine Textanzeige, keine Frage]

Q25: Bewerten Sie bitte zunächst die Fahrt mit dem privaten Pkw. [Schieberegler]

- 1 | langsam (0) | schnell (10)
- 2 | teuer (0) | kostengünstig (10)
- 3 | umweltschädlich (0) | umweltfreundlich (10)
- 4 | unkomfortabel (0) | komfortabel (10)
- 5 | unsicher (0) | sicher (10)
- 6 | unzuverlässig (0) | zuverlässig (10)

Q26: Bewerten Sie nun bitte die Fahrt mit dem öffentlichen Nahverkehr (Bus und Bahn). [Schieberegler]

- 1 | langsam (0) | schnell (10)
- 2 | teuer (0) | kostengünstig (10)
- 3 | umweltschädlich (0) | umweltfreundlich (10)
- 4 | unkomfortabel (0) | komfortabel (10)
- 5 | unsicher (0) | sicher (10)
- 6 | unzuverlässig (0) | zuverlässig (10)

Q27: Bewerten Sie nun bitte die Fahrt mit dem Fahrrad. [Schieberegler]

- 1 | langsam (0) | schnell (10)
- 2 | teuer (0) | kostengünstig (10)
- 3 | umweltschädlich (0) | umweltfreundlich (10)
- 4 | unkomfortabel (0) | komfortabel (10)
- 5 | unsicher (0) | sicher (10)
- 6 | unzuverlässig (0) | zuverlässig (10)

**GRUPPE/KONSTRUKT:
PRÄFERENZEN**

**Q28: Wenn Sie unterwegs sind (z. B. zur Arbeit oder zum Einkaufen):
Wie wichtig ist es Ihnen dabei, ...**

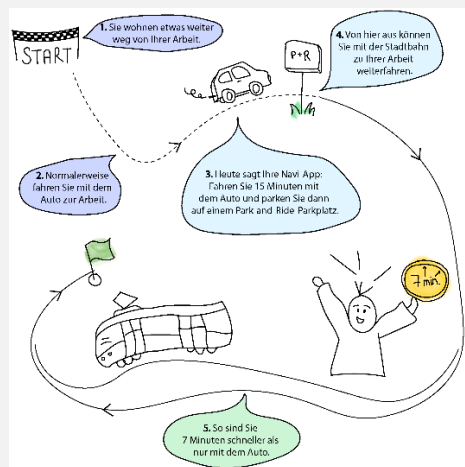
[Schieberegler mit Summenregel zwischen 30 und 40 Punkten]

- 1 ...schnell ans Ziel zu kommen?
- 2 ...kostengünstig zu reisen?
- 3 ...umweltfreundlich zu reisen?
- 4 ...komfortabel zu reisen?
- 5 ...sicher zu reisen?
- 6 ...dass alles zuverlässig funktioniert?

**GRUPPE/KONSTRUKT:
VERHALTENSÄNDERUNG UND
ZAHLUNGSBEREITSCHAFT**

**Q29: Stellen Sie sich bitte
folgendes fiktives Szenario vor:**

[Anzeige von Text und Bild, keine Frage]



**Q30: Wie wahrscheinlich wäre es,
dass Sie diese Option nutzen?**

- 1 Sehr unwahrscheinlich
- 2 Eher unwahrscheinlich
- 3 Ich bin unentschieden
- 4 Eher wahrscheinlich

5 Sehr wahrscheinlich

99 Keine Angabe

**Q31: Wie beurteilen Sie das
gezeigte Szenario preislich?**

- 1. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass das Stadtbahn-Ticket günstig ist?

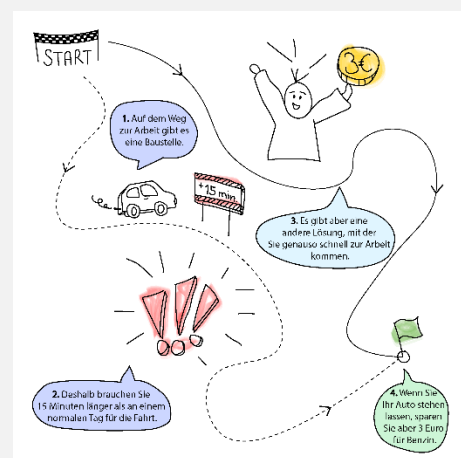
- 2. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass das Stadtbahn-Ticket teuer ist, wären aber trotzdem noch bereit, es zu kaufen?

- 3. Ab welchem Preis würden Sie denken, dass das Stadtbahn-Ticket so teuer ist, dass Sie nicht mehr in Betracht ziehen würden, es zu kaufen?

- 4. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass das Stadtbahn-Ticket zu günstig ist, um eine zuverlässige Dienstleistung bieten zu können?

**Q32: Warum würden Sie diese
Option nutzen bzw. nicht nutzen?**

**Q33: Und nun stellen Sie sich
bitte vor:** [Anzeige von Text und Bild, keine Frage]



**Q34: Wie wahrscheinlich wäre es,
dass Sie diese Option nutzen?**

- 1 Sehr unwahrscheinlich
- 2 Eher unwahrscheinlich
- 3 Ich bin unentschlossen
- 4 Eher wahrscheinlich
- 5 Sehr wahrscheinlich
- 99 Keine Angabe

Q35: Wie beurteilen Sie das gezeigte Szenario preislich?

1. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass die andere Lösung günstig ist?

2. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass die andere Lösung teuer ist, wären aber trotzdem noch bereit, sie zu kaufen?

3. Ab welchem Preis würden Sie denken, dass die andere Lösung so teuer ist, dass Sie nicht mehr in Betracht ziehen würden, diese zu kaufen?

4. Bis zu welchem Preis würden Sie denken, dass die andere Lösung zu günstig ist, um eine zuverlässige Dienstleistung bieten zu können?

Q36: Warum würden Sie diese Option nutzen bzw. nicht nutzen?

GRUPPE/KONSTRUKT: ÖV UND IV INFRASTRUKTUR

Q37: Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten des öffentlichen Verkehrs?

- 1 Erreichbarkeit einer Haltestelle (Bus, Straßenbahn, U-Bahn) am Wohn- oder Startort
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden

- 99 Keine Angabe
- 2 Erreichbarkeit eines Bahnhofs (S-Bahn, RE, ICE) am Wohn- oder Startort
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden
 - 99 Keine Angabe
- 3 Taktung des ÖPNV-Angebots
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden
 - 99 Keine Angabe
- 4 Barrierefreiheit von Bus- und Bahnhaltstellen
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden
 - 99 Keine Angabe

Q38: Und wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten des Radverkehrs?

- 1 Ausbau des Radwegenetzes (Dichte, Anzahl Radwege etc.)
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden
 - 99 Keine Angabe
- 2 Zustand der Radwege (Breite, Belag, Hindernisse etc.)
 - 1 Sehr unzufrieden
 - 2 Eher unzufrieden
 - 3 Teils / teils
 - 4 Eher zufrieden
 - 5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

3 Abstellmöglichkeiten für Fahrräder (am Zielort)

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

4 Verfügbarkeit von Bike-Sharing bzw. Leihrädern (am Start- oder Zielort)

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

Q38a: Und wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten des Pkw-Verkehrs?

1 Zustand der Straßen

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

2 Parkmöglichkeiten am Zielort

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

3 Verkehrssituation (Staus, Baustellen etc.)

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

4 Verfügbarkeit von Car-Sharing (am Start- oder Zielort)

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

5 Verfügbarkeit von Ladeinfrastruktur (am Start- oder Zielort)

1 Sehr unzufrieden

2 Eher unzufrieden

3 Teils / teils

4 Eher zufrieden

5 Sehr zufrieden

99 Keine Angabe

GRUPPE/KONSTRUKT: TA UND PBC

Q39: Inwiefern treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

1 Mich stört es, dass ständig neue technische Geräte auf den Markt kommen.

1 Trifft überhaupt nicht zu

2 Trifft eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Trifft eher zu

5 Trifft voll und ganz zu

99 Keine Angabe

2 In Sachen Technik verlasse ich mich lieber auf Altbewährtes.

1 Trifft überhaupt nicht zu

2 Trifft eher nicht zu

3 Teils / teils

4 Trifft eher zu

5 Trifft voll und ganz zu

99 Keine Angabe

3 Wenn ein neues technisches Gerät auf den Markt kommt, gehöre ich zu den Ersten, die es kaufen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

4 Wenn ich ein neues technisches Gerät erworben habe, bin ich schnell mit allen Funktionen vertraut.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

5 Neue Technik enthält oft überflüssige Funktionen, die ich nicht nutze.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

6 Ich zögere, neue Technik zu nutzen, weil ich Angst habe, bei der Bedienung Fehler zu machen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

7 Neue Technik macht das Leben leichter.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

Q40: Und inwiefern treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

1 Ich kann das, was ich tun will, mit öffentlichen Verkehrsmitteln erledigen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 Ich kann meinen Alltag sehr gut ohne Auto gestalten.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

3 Für mich ist es schwer, die Wege in meinem Alltag mit öffentlichen Verkehrsmitteln anstatt mit dem Pkw zurückzulegen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

4 Wenn ich will, ist es einfach für mich, öffentliche Verkehrsmittel anstatt des Pkws für meine Wege im Alltag zu nutzen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

**GRUPPE/KONSTRUKT:
SOZIALE NORMEN UND
WERTVORSTELLUNGEN**

Q41: Wenn Sie einmal an Ihre Kindheit und an Ihre Jugendzeit zurückdenken: Wie gestaltete

sich Ihre Mobilität im Alltag? In meiner Kindheit und Jugend habe ich ...

1 ... viele der alltäglichen Wege mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 ... viele der alltäglichen Wege in dem Auto zurückgelegt.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

3 ... viele der alltäglichen Wege mit dem Fahrrad zurückgelegt.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

4 ... viele der alltäglichen Wege zu Fuß zurückgelegt.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

Q42: Bitte lesen Sie sich die folgenden Aussagen durch. Inwieweit stimmen Sie ihnen persönlich zu? Es ist mir wichtig, ...

1 ...selbst zu entscheiden, was ich tue. Ich möchte frei und unabhängig sein von anderen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 ...dass andere mich respektieren. Ich möchte, dass die Leute tun, was ich sage.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

3 ...Menschen zuzuhören, die anders sind als ich. Auch wenn sie anderer Meinung sind, möchte ich sie trotzdem verstehen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

4 ...sehr erfolgreich zu sein. Ich möchte, dass meine Leistungen anerkannt werden.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

5 ...in einem sicheren Umfeld zu leben. Ich vermeide es, Dinge zu tun, die meine eigene Sicherheit gefährden.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

6 ...ein aufregendes Leben zu führen. Ich suche das Abenteuer und gehe gerne Risiken ein.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

7 ...mich jederzeit korrekt zu verhalten. Ich vermeide es, Dinge zu tun, die andere für falsch halten könnten.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

8 ...zurückhaltend und bescheiden zu sein. Ich versuche, die Aufmerksamkeit nicht auf mich zu lenken.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

9 ...Spaß zu haben. Ich gönne mir gerne auch mal selbst etwas.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

10 ...meiner Familie und meinen Freunden gegenüber loyal zu sein. Ich möchte mich für die mir nahestehenden Menschen einsetzen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

Q43: Wie schätzen Sie das Mobilitätsverhalten der Ihnen nahestehenden Personen im Alltag ein? Die meisten mir wichtigen Menschen ...

1 ... nutzen für ihre alltäglichen Wege möglichst die öffentlichen Verkehrsmittel.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 ... nutzen für ihre alltäglichen Wege möglichst das Auto.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

3 ... nutzen für ihre alltäglichen Wege möglichst das Fahrrad.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

4 ... gehen ihre alltäglichen Wege möglichst zu Fuß.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

Q44: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Ich fühle mich verpflichtet, ...

1 ... auf meinen Wegen im Alltag umweltfreundliche Verkehrsmittel zu benutzen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

2 ... durch die Wahl meiner Verkehrsmittel einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

3 ... Initiativen zu unterstützen, die sich für eine ökologisch sinnvolle Verkehrsplanung einsetzen.

- 1 Trifft überhaupt nicht zu
- 2 Trifft eher nicht zu
- 3 Teils / teils
- 4 Trifft eher zu
- 5 Trifft voll und ganz zu
- 99 Keine Angabe

GRUPPE/KONSTRUKT: MOBILITÄTSAUSGABEN

Q45: Wofür geben Sie mindestens einmal im Monat Geld im Bereich der Mobilität aus?

- 1 Spritkosten bzw. Ladekosten
- 2 Leasinggebühren
- 3 Parkgebühren
- 4 Abonnements im öffentlichen Nahverkehr (z. B. Bahncard oder Deutschlandticket)
- 5 Einzelfahrten im öffentlichen Nahverkehr
- 6 Fahrten mit Mikromobilitätsangeboten (Leih-Fahrräder, E-Scooter)
- 7 Taxi

8 Buchen weiterer Mobilitätsservices (Mitfahrgelegenheiten, On-demand Shuttles)

- 0 Ich habe keine dieser Kostenpunkte.
- 99 Keine Angabe

Q46: Wie viel Geld geben Sie im Monat in etwa für Ihre Mobilität aus?

- 1 Unter 50 Euro
- 2 50 bis 100 Euro
- 3 100 bis 200 Euro
- 4 200 bis 300 Euro
- 5 300 bis 400 Euro
- 6 Über 400 Euro
- 98 Ich weiß es nicht.
- 99 Keine Angabe

GRUPPE/KONSTRUKT: SOZIODEMOGRAFIKA

Q47: Wie alt sind Sie?

_____ [Zahlenangabe in Jahren]

Q48: Ihr Geschlecht?

- 1 Männlich
- 2 Weiblich
- 3 Divers
- 99 Keine Angabe

Q49: Bitte nennen Sie uns die Postleitzahl Ihres Wohnortes.

_____ [Zahlenangabe in PLZ]

Q50: Besitzen Sie einen Pkw-Führerschein?

- 1 Ja
- 2 Nein
- 99 Keine Angabe

Q51: Sind Sie aufgrund einer Krankheit, Behinderung bzw. sonstigen physischen oder psychischen Einschränkung nicht in der Lage, eines oder

mehrere der folgenden Verkehrsmittel ohne fremde Hilfe bzw. Hilfsmittel zu nutzen?

0 Nein, ich kann prinzipiell alle genannten Verkehrsmittel nutzen

- 1 Auto (als Fahrer)
- 2 Öffentliche Verkehrsmittel (z. B. Bus oder Bahn)
- 3 Fahrrad
- 4 Zu Fuß gehen
- 99 Keine Angabe

Q52: Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt, einschließlich Ihnen selbst? Bitte denken Sie dabei auch an alle im Haushalt lebenden Kinder.

_____ [Zahlenangabe in Personen]

Q53: Leben in Ihrem Haushalt Kinder?

- 0 Nein
- 1 Ja, Kinder unter 3 Jahren
- 2 Ja, Kinder zwischen 3 und unter 6 Jahren
- 3 Ja, Kinder zwischen 6 und unter 12 Jahren
- 4 Ja, Kinder zwischen 12 und unter 18 Jahren
- 99 Keine Angabe

Q54: Sind Sie in der Bundesrepublik Deutschland geboren?

- 1 Meine Eltern und ich sind in Deutschland geboren
- 2 Ich bin selbst in Deutschland geboren, aber mindestens ein Elternteil ist in einem anderen Land geboren
- 3 Meine Eltern und ich sind im Ausland geboren
- 4 Ich bin selbst im Ausland, aber meine Eltern in Deutschland geboren
- 99 Keine Angabe

Q54a: Welche Sprachen sprechen Sie fließend?

- 1 Deutsch
- 2 Englisch

- 3 Türkisch
- 4 Russisch
- 5 Arabisch
- 6 Polnisch
- 99 Keine Angabe

Q55: Welchen höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie?

- 1 Gehe noch zur Schule
- 2 Von der Schule abgegangen ohne Abschluss
- 3 Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)
- 4 Realschulabschluss (mittlere Reife)
- 5 Fachhochschulreife
- 6 Allgemeine Hochschulreife
- 99 Keine Angabe

Q56: Sind in Ihrem Leben bislang folgende Ereignisse eingetreten?

- 1 Beginn einer Berufstätigkeit oder eines Studiums
 - 0 Nein
 - 1 Ja, im letzten Monat.
 - 2 Ja, im letzten halben Jahr.
 - 3 Ja, im letzten Jahr.
 - 4 Ja, vor mehr als einem Jahr.
 - 5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.
 - 99 Keine Angabe
- 2 Wechsel des Arbeitsplatzes
 - 0 Nein
 - 1 Ja, im letzten Monat.
 - 2 Ja, im letzten halben Jahr.
 - 3 Ja, im letzten Jahr.
 - 4 Ja, vor mehr als einem Jahr.
 - 5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.
 - 99 Keine Angabe
- 3 Hochzeit oder Lebenspartnerschaft
 - 0 Nein
 - 1 Ja, im letzten Monat.
 - 2 Ja, im letzten halben Jahr.
 - 3 Ja, im letzten Jahr.
 - 4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

4 Geburt eines Kindes oder Enkels

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

5 Ende der Berufstätigkeit

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

Q57: Sind in Ihrem Leben bislang folgende Ereignisse eingetreten?

1 Wechsel des Wohnortes

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

2 Verlust eines Partners oder einer Partnerin

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

3 Selbstverschuldeter Verkehrsunfall

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

4 Nicht-selbstverschuldeter Verkehrsunfall

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

5 Schwere Krankheit

0 Nein

1 Ja, im letzten Monat.

2 Ja, im letzten halben Jahr.

3 Ja, im letzten Jahr.

4 Ja, vor mehr als einem Jahr.

5 Ja, vor mehr als 5 Jahren.

99 Keine Angabe

Q58: Wie viel Geld steht Ihrem Haushalt monatlich zur Verfügung?

1 unter 500 Euro

2 500 bis unter 1.000 Euro

3 1.000 bis unter 1.500 Euro

4 1.500 bis unter 2.000 Euro

5 2.000 bis unter 2.500 Euro

6 2.500 bis unter 3.000 Euro

7 3.000 bis unter 3.500 Euro

8 3.500 bis unter 4.000 Euro

9 4.000 bis unter 4.500 Euro

10 4.500 bis unter 5.000 Euro

11 5.000 Euro und mehr

98 Weiß nicht

99 Keine Angabe

GRUPPE/KONSTRUKT: OUTRO

Q59: Möchten Sie unser Projekt auch in Zukunft unterstützen und an weiteren Projektschritten (wie z. B. Interviews oder weiteren Befragungen) teilnehmen?

1 Ja

2 Nein

Q60: Bitte geben Sie hierzu Ihre E-Mailadresse ein.

_____ [Texteingabe der E-Mail-Adresse]