

**Dirk Steding / Annett Herrmann / Manfred Lange (Hrsg.)**

**Carsharing – sozialinnovativ und kulturell selektiv?  
Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Mobilität**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>1</b>
<i>Dirk Steding / Annett Herrmann</i>	
<b>2. Dimensionen der Verkehrsentwicklung und Mobilitätsforschung</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Räumlich-geographische Dimensionen der Verkehrsentwicklung</b>	<b>7</b>
<i>Dirk Steding / Klaus Kraemer / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
2.1.1 Auswirkungen auf die Raumstruktur	8
2.1.2 Berufsverkehr	9
2.1.3 Versorgungsverkehr	10
2.1.4 Freizeitverkehr	10
2.1.5 Wohnen	11
2.1.6 Weitere Entwicklungen	11
<b>2.2 Sozio-ökonomische Dimensionen der Verkehrsentwicklung</b>	<b>12</b>
<i>Dirk Steding / Klaus Kraemer / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
2.2.1 Verkehrsinfrastruktur	13
2.2.2 Externe Kosten	14
2.2.3 Repräsentative Ergebnisse der amtlichen Statistik	14
2.2.3.1 Einkommens- und Verbraucherstichprobe sowie Ergebnisse der laufenden Wirtschaftsrechnung	15
2.2.3.2 Haushaltspanel zum Verkehrsverhalten	17
<b>2.3 Sozio-kulturelle Dimensionen der Mobilitätsforschung</b>	<b>19</b>
<i>Dirk Steding / Klaus Kraemer / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
2.3.1 Mobilitätsverhalten als rationale Wahl	19
2.3.2 Mobilitätsverhalten als Bestandteil des individuellen Umweltbewusstseins	21
2.3.3 Mobilitätsverhalten aus kultursoziologischer Perspektive	22
2.3.4 Mobilitätsverhalten aus alltagssoziologischer Sicht	23

<b>2.4 Ökologische Dimensionen der Verkehrsentwicklung</b>	<b>26</b>
<i>Dirk Steding / Klaus Kraemer / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
2.4.1 Ressourcenverbrauch	26
2.4.2 Flächenverbrauch	27
2.4.3 Lärm	28
2.4.4 Emissionen	28
2.4.5 Weitere Entwicklungen	29
<b>3. Carsharing als neue Nutzungsstrategie</b>	<b>31</b>
3.1 Entwicklung des Carsharing auf Bundesebene	31
<i>Dirk Steding</i>	
3.2 Sozialprofil der Carsharing-Nutzer	32
<i>Dirk Steding</i>	
3.3 Carsharing als umweltentlastende Nutzungsstrategie?	33
<i>Dirk Steding</i>	
3.3.1 Bedeutung ökologischer Ziele innerhalb der Unternehmensstrategie	33
3.3.2 Einspareffekte an Pkws	36
3.3.3 Beschäftigungseffekte und ökonomische Aspekte des Carsharing	37
3.3.4 Kommunikation und Marketing	39
3.4 Kooperationen mit öffentlichen Verkehrsunternehmen	40
<i>Dirk Steding</i>	
3.4.1 Komplementärer Nutzen	42
3.4.2 Weitere lokale Kooperationen und Entwicklungen	43
3.5 Der örtliche Carsharing Anbieter Stadtteilauto Münster	43
<i>Dirk Steding</i>	
3.5.1 Nutzerzahlen, Standorte und Fuhrpark	44
3.5.2 Kooperation mit ÖPNV-Unternehmen, Betrieben und Wohnungswirtschaft	45
3.5.3 Expansion in die Region	46

<b>4. Untersuchungsregion und Methodendokumentation</b>	<b>47</b>
<b>4.1 Raum- und Verkehrsstrukturen der Untersuchungsräume Münster und Lüdinghausen</b>	<b>47</b>
<i>Dirk Steding</i>	
<b>4.2 Das Oberzentrum Münster</b>	<b>48</b>
<i>Dirk Steding</i>	
4.2.1 Struktur- und Verkehrsentwicklung der Stadt Münster	48
4.2.2 Münster auf dem Weg zur Nachhaltigkeit	50
4.2.3 Verkehrsleitbild Münster 2010	52
<b>4.3 Das Mittelzentrum Lüdinghausen</b>	<b>52</b>
<i>Dirk Steding</i>	
<b>4.4 Forschungsdesign</b>	<b>54</b>
<i>Dirk Steding / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
<b>4.5 Untersuchungseinheit</b>	<b>54</b>
<i>Dirk Steding / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
<b>4.6 Quantitative Erhebung</b>	<b>55</b>
<i>Dirk Steding / Uwe H. Bittlingmayer / Annett Herrmann</i>	
4.6.1 Methodenberatung	55
4.6.2 Interviewersuche und -schulung	57
4.6.3 Stichprobenziehung und Rücklaufquote	58
4.6.4 Öffentlichkeitsarbeit und Anreizstrukturen	59
4.6.5 Soziodemographisches Profil	61
4.6.6 Gewichtete Repräsentativität	63
<b>4.7 Qualitative Erhebung</b>	<b>65</b>
<i>Annett Herrmann / Uwe H. Bittlingmayer</i>	
<b>4.8 Experteninterviews</b>	<b>67</b>
<i>Ursula Schäfer-Rehfeld / Robert Tschiedel</i>	
4.8.1 Auswahl der regionalen Experten	68
4.8.2 Durchführung	69

<b>5. Ergebnisse</b>	<b>71</b>
<b>5.1 Quantitative Erhebung</b>	<b>71</b>
<i>Dirk Steding / Olaf Groh-Samberg / Annett Herrmann</i>	
5.1.1 Methodische Vorbemerkungen zur Erfassung des Verkehrsverhaltens	72
5.1.2 Mobilitätskennziffern im Vergleich Münster – Lüdinghausen	73
5.1.2.1 Verkehrsmittelausstattung der befragten Haushalte	73
5.1.2.2 Pkw-Nutzung in Münster und Lüdinghausen	76
5.1.2.3 Mobilitätsroutinen nach Haushaltstyp	77
5.1.2.4 Verkehrsmiteinsatz nach Wegestreckenlängen	80
5.1.2.5 Wegeketten	83
5.1.2.6 Möglicher Verzicht auf das Auto	85
5.1.2.7 Einstellungen und konkretes Verhalten am Beispiel der Busnutzung	86
5.1.3 Mobilitätseinstellungen zu Bus, Bahn, Fahrrad und Auto	89
5.1.3.1 Faktorenanalyse	90
5.1.3.1.1 Faktorenanalyse zum Automobil	91
5.1.3.1.2 Faktorenanalyse zum öffentlichen Verkehr	92
5.1.3.1.3 Faktorenanalyse zum Fahrrad	93
5.1.4 Clusteranalyse	95
5.1.5 Mobilitätsroutinen und Mobilitätsstile	98
5.1.5.1 Soziodemographische Profile	100
5.1.5.2 Gerechtigkeitseinstellungen	102
5.1.5.2.1 Ökologische Gerechtigkeit und Pkw-Einsatz	102
5.1.5.2.2 Ökonomische und soziale Gerechtigkeitseinstellungen	104
5.1.6 Befunde zum Carsharing	106
5.1.6.1 Aussagen zum Carsharing	107
5.1.6.2 Mobilitätseinstellungen und Einstellungen zum Carsharing	109
5.1.7 Zwischenergebnisse – Quantitative Erhebung	111
<b>5.2 Qualitative Erhebung</b>	<b>116</b>
<i>Annett Herrmann</i>	
5.2.1 Mobilitätsstile und ihre alltagpraktische Bedeutung	116
5.2.2 Vertiefungsinterview (PZI) und Konstruktion von Idealtypen	118
5.2.3 Mobilitätstypen	121
5.2.3.1 Der „Autozentrierte Typ“	122
5.2.3.2 Der „Inkonsequente Autonutzer“	123
5.2.3.3 Der „Mobilitätsoptimierer“	123
5.2.3.4 Der „Statusorientierte Pragmatiker“	124
5.2.3.5 Carsharing und Mobilitätstypen	125
5.2.4 Zwischenergebnisse – Qualitative Erhebung	126

<b>5.3 Experteninterviews</b>	<b>129</b>
<i>Ursula Schäfer-Rehfeld / Robert Tschiedel</i>	
<b>5.3.1 Mobilitätsfragen und -probleme</b>	<b>129</b>
<i>5.3.1.1 Die Bedeutung von ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten</i>	132
<i>5.3.1.2 Stärken und Schwächen unterschiedlicher Verkehrsmittel</i>	132
<i>5.3.1.3 Die Zukunft des Autos</i>	134
<b>5.3.2 Trends, Strategien und Problemlösungen für die Zukunft der Mobilität</b>	<b>135</b>
<i>5.3.2.1 Trends der technischen und gesellschaftlichen Entwicklung</i>	135
<i>5.3.2.2 Strategien und Problemlösungen</i>	137
<i>5.3.2.3 Einflussreiche Akteure und wichtige Zusammenschlüsse in der Region</i>	138
<b>5.3.3 Innovationen und alternative Mobilitätsdienstleistungen</b>	<b>140</b>
<i>5.3.3.1 Innovationen in Mobilitätsunternehmen</i>	140
<i>5.3.3.2 Alternative Mobilitätsdienstleistungen</i>	142
<i>5.3.3.3 Die Rolle der Nachfrageseite (Kunden)</i>	143
<b>5.3.4 Zwischenergebnisse – Experten</b>	<b>145</b>
<b>6. Initiierung eines regionalen Mobilitätsnetzwerkes</b>	<b>148</b>
<b>6.1 Der Netzwerkansatz</b>	<b>148</b>
<i>Dirk Steding / Ursula Schäfer-Rehfeld / Robert Tschiedel</i>	
<b>6.2. Mobilitätsnetzwerk Münsterland</b>	<b>149</b>
<i>Dirk Steding / Ursula Schäfer-Rehfeld / Robert Tschiedel</i>	
<b>6.2.1 Die Netzwerkakteure</b>	<b>151</b>
<b>6.2.2 Einbindung der Praxispartner</b>	<b>152</b>
<b>6.2.3 Schwierigkeiten im Netzwerk</b>	<b>153</b>
<b>6.3 Workshops und Konferenzen – eine Kurzdokumentation</b>	<b>154</b>
<i>Dirk Steding</i>	
<b>6.4 Erfolge und Probleme des Netzwerkansatzes</b>	<b>157</b>
<i>Dirk Steding</i>	

<b>7. Carsharing: Sozialinnovativ und kulturell selektiv?</b>	<b>158</b>
<i>Dirk Steding</i>	
<b>8. Literatur</b>	<b>171</b>
<b>9. Anhang</b>	<b>189</b>