

JUGEND UNTERWEGS

Innovative Ansätze zu Kinder- und Jugendmobilität



Research
Data Competence &

FACTUM

HERRY
Verkehrsplanung / Consulting

Fluidtime
Design Software Service

Lebensqualität und Verkehrsplanung
martinajauschneq

mit Unterstützung von

ways2go

bm **vrti**
Bundesministerium
für Verkehr,
Innovation und Technologie



Inhaltsverzeichnis

Vorwort – Doris Bures	3
Vorwort – Walter Wasner	4
„Jugend unterwegs“ – Einsichten und Ausblicke	5
Roundtable Thesen-Lösungsansätze	7
Die Jugend ist mobil – Daten und Fakten zur Jugendmobilität	10
Gemma – Zufußgehen beginnt im Kindesalter	13
Mobi-Kid – Kindergerechte Verkehrsinformationen	15
Jugleist – Jugend-Typologie nach Einstellungen	17
Ecomob – Selbstorganisation und Linienverkehr	22
Der Stein rollt	26
Quellen / Bildnachweis / Impressum	27
Kontakte.....	28

Vorwort

Kinder und Jugendliche sind in der Verkehrspolitik eine ganz wichtige Zielgruppe. Einerseits geht es darum, diese jüngsten und oft auch schwächsten VerkehrsteilnehmerInnen zu schützen. Das ist insgesamt einer der großen Schwerpunkte im neuen Verkehrssicherheitsprogramm 2011-2020. Eine wichtige Maßnahme aus diesem Programm, die Radhelmpflicht für Kinder, haben wir heuer schon umgesetzt.

Kinder und Jugendliche sind im öffentlichen Verkehr stark vertreten. Die meisten von ihnen nutzen für den Weg in die Schule Bahn, Bus, Straßenbahn oder U-Bahn. Und hier geht es auch um „gelernte“ Mobilitätsmuster, die für später durchaus prägend wirken können. Wo sich auch immer öfter die Eltern fragen, ob es für kurze Wege immer das „Familientaxi“ sein muss oder ob öffentliche Verkehrsmittel nicht doch eine praktische und umweltfreundliche Alternative sind? Wir stellen heute die Weichen, für das Verkehrsverhalten von morgen.

Ein kinder- und jugendgerechtes Verkehrssystem ist daher doppelt wichtig. Jetzt und für die Zukunft. Daran arbeiten wir mit Nachdruck. Wir brauchen aber auch möglichst viele und genaue Informationen über die Ansprüche und Bedürfnisse der Jungen – in der Stadt und in ländlichen Regionen, in den unterschiedlichen familiären und sozialen Konstellationen. Darauf aufbauend können wir treffsichere und zukunftsfähige Verkehrslösungen entwickeln.

Das bmvit unterstützt daher relevante Projekte, die neue Wege zur Jugendmobilität aufzeigen und beispielhaft in der Praxis demonstrieren. Österreich kann damit Vorreiter für innovative Lösungsansätze in der Jugendmobilität werden. Die vorliegende Broschüre, die über die aktuellen Forschungsprojekte in diesem Bereich berichtet, ist für alle, die sich mit Jugendmobilität beschäftigen eine wichtige Grundlage.

Mit herzlichen Grüßen,

Doris Bures
 Bundesministerin für Verkehr,
 Innovation und Technologie



Vorwort

Die gesellschaftlichen Herausforderungen – aber auch die Veränderungen in den Bedürfnislagen verschiedenster Bevölkerungsgruppen – erfordern neue Wege zur Mobilität. Mobilität ist in ihrer Ausprägung vielfältiger und spontaner geworden. Diese Veränderungen spiegeln sich besonders in den Verhaltensweisen von Kindern und Jugendlichen. Multimodale Mobilitätsoptionen werden dann wirksam unterstützt, wenn technologische Anwendungen in den relevanten sozialen Prozessen auf Akzeptanz und Nutzungsmöglichkeiten treffen. Damit können neue Innovationsfenster für Anwendungen geöffnet werden, die gleichermaßen „cool“ wie auch gesellschaftlich nützlich und notwendig sind.

Die Technologieaffinität von Kindern und Jugendlichen bildet dabei einen möglichen Ankerpunkt für technologische Innovationen zur Etablierung neuer Mobilitätsformen und gesellschaftlich gewünschten Verhaltensweisen. Jugendliche sind für neue Arten der Fortbewegung aufgeschlossen und können somit zur Diffusion innovativer Mobilitätstools in der Gesellschaft beitragen. Neue Medien (Facebook, Twitter und Co.) und Mobilfunktechnologien beeinflussen soziale Interaktionen ganz wesentlich. Sie bilden hohe Potentiale, um nachhaltige Mobilitätsmuster in den Mobilitätsalltag zu transportieren und neue Formen der Mobilitätsorganisation zu etablieren. Ein spielerischer Zugang ermöglicht zudem das „Erforschen“ bislang unbekannter Mobilitätsoptionen und somit das Erlernen einer nachhaltigen Nutzung unseres Verkehrssystems.

Im Rahmen vielfältiger Projektaktivitäten der Innovationsförderprogrammlinie „ways2go – Innovation und Technologie für den Wandel der Mobilitätsbedürfnisse“ (www.ways2go.at) hat sich eine schlagkräftige Forschungscommunity im Themenbereich „Innovative Mobilitätslösungen für Kinder und Jugendliche“ formiert. Die bisher gewonnenen Erkenntnisse liefern wichtige Grundlagen, um die Entwicklung zukunftssträchtiger zielgruppenspezifischer Produkte und Services anstoßen zu können.

DI Walter Wasner
 Programmlinienverantwortlicher
 Bundesministerium für Verkehr Innovation und Technologie

„Jugend unterwegs“ – Einsichten und Ausblicke in die mobile Welt von Kindern und Jugendlichen

Den Stein ins Rollen bringen

Unter diesem Titel trafen sich von Research und Data Competence initiiert und organisiert am 20. Jänner 2011 VerkehrsexpertInnen, JugendforscherInnen, MobilitätsforscherInnen, PädagogInnen sowie PraktikerInnen aus unterschiedlichen Bereichen, um Ergebnisse aus verschiedenen Forschungsprojekten, die im Rahmen der „ways2go“ Programmlinie des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie durchgeführt worden sind, zu diskutieren und zu vernetzen.

Dahinter standen die Bestrebungen der jeweiligen Projektverantwortlichen, die Erkenntnisse, welche in den einzelnen Forschungsprojekten zu den Themen Kinder, Jugend und Mobilität gewonnen wurden, in einen engeren Zusammenhang zu bringen und Einsichten in die mobile Welt von Jugendlichen und Kindern zu generieren, die über den Informationsgehalt von Einzelprojekten hinausreichen.

Perspektivenvielfalt

Letztlich hat dieses Vorhaben auch zu einer engen interdisziplinären Vernetzung von ExpertInnen und aus verschiedenen Wissensgebieten (Landschaftsplanung, Verkehrs- und Mobilitätsforschung, Softwareentwicklung, Psychologie und Sozialwissenschaft) geführt und dazu beigetragen, den „isolierten“ Blick auf die Jugend- und Kindermobilität durch eine ganzheitliche Betrachtungsweise abzulösen.

Die Zielgruppe „Kinder und Jugendliche“ erscheint aus zweierlei Gesichtspunkten lohnend:

- sie sind die **MobilitätsnutzerInnen der Zukunft**; und
- sie sind die **MultiplikatorInnen** (auch im Rückspiegeln an die Eltern- und Großelterngeneration) in Bezug auf technische Innovationen.

Kinder und Jugendliche wachsen heute in einer Zeit auf, die durch neue Medien, neue Kommunikationsmittel und -kanäle maßgeblich geprägt ist; eine Zeit, in der die Information nicht nur allorts und jederzeit verfügbar ist, sondern auch selbsttätig verbreitet werden kann. Dementsprechend können

sich Kinder und Jugendliche heutzutage auch rasch einen Überblick über Verkehrsmittelooptionen für Wege, über Mobilitätsalternativen und deren Kosten verschaffen.

Ziel = nachhaltige Mobilität

Die vorliegende Broschüre zeigt Möglichkeiten und Ansätze auf, Kinder und Jugendliche zu nachhaltiger Mobilität zu bewegen. „Bewegen“ im wahren Sinn des Wortes; denn es geht bei Kindern und Jugendlichen oftmals um Bewegung ohne fixes Ziel; aber es geht auch darum, bei der Wahl von Optionen, wie eigene Wege absolviert werden, beweglich zu sein. Dies erfordert neben der räumlichen Bewegung auch die „Bewegung im Kopf“ hin zum Wahrnehmen umweltfreundlicher, sicherer und sozialverträglicher Mobilitätsmöglichkeiten. Die Chancen dazu sind durchaus intakt; nicht nur in der „einfachen“ Situation der Großstadt, sondern auch in der viel „schwierigeren“ Situation am Land. Am Land zeigt sich, dass die Jugendlichen für den mobilen Umweltverbund und eine umweltfreundliche PKW-Nutzung zu haben sind. Sie organisieren sich vielfach den Transport selbst, in äußerst effizienter Weise und in Ermangelung akzeptabler, von öffentlicher Hand zur Verfügung gestellter Angebote (siehe auch: Projekt Ecomob; 2010).

Jugendliche sind nicht gleich Jugendliche

Bei der Entwicklung und Innovation von Mobilitäts-services muss man die starke Segmentierung von Kindern und Jugendlichen berücksichtigen. Beispielsweise gibt es deutliche Unterschiede nach den einzelnen Altersstufen und zwischen Jugendlichen/Kindern im städtischen und im ländlichen Umfeld. Und ebenso verhalten sich Mädchen und Burschen der gleichen Altersgruppen keineswegs immer gleich, was die Mobilität angeht. Hinzu kommt, dass Jugendliche oftmals unterschiedlichen „Szenen“ angehören, die jeweils spezifische Einstellungs-, Wert- und Verhaltensmuster aufweisen. Diese Vielzahl von Untergruppen bringt es mit sich, dass im Hinblick auf die Mobilität teilweise sehr heterogene Vorstellungen, Wünsche, Bedürfnisse und Ideen existieren. Diese gehen in aller Regel mit einer unterschiedlich ausgeprägten Bereitschaft einher, von nachhaltigen Angeboten Gebrauch zu machen.

Vielfalt als Chance begreifen

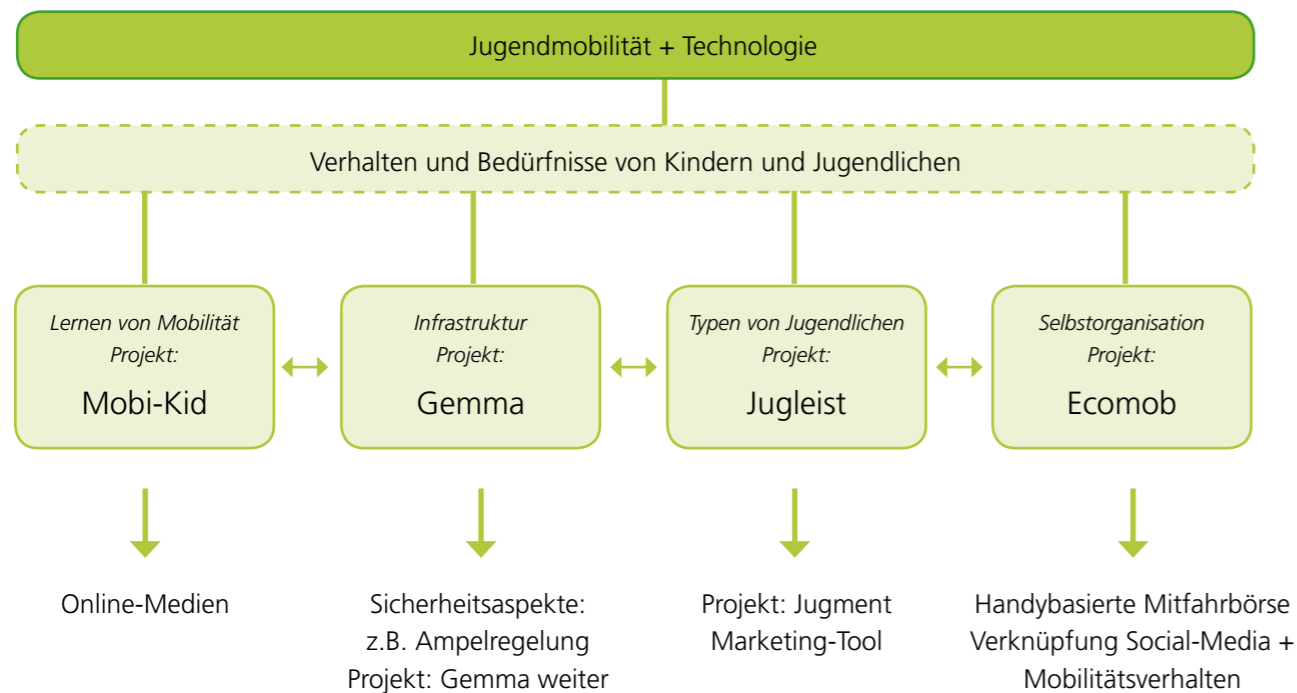
Mit anderen Worten: Versuche, Gruppen von Kindern und Jugendlichen mit Informationen oder Angeboten anzusprechen, müssen auf diese Vielfalt eingehen, um eine Chance zu haben aufgenommen bzw. verwendet zu werden. Im Zentrum dieser Broschüre stehen die Möglichkeiten der Adressierung dieser inhomogenen Gruppe der Kinder und Jugendlichen hinsichtlich Kommunikationsformen, Marketingtools, sowie Angebots- und Produktgestaltung. Gute Angebote werden nicht angenommen, wenn gruppenadäquate Informationen darüber fehlen, oder „veraltet“ sind, oder von den AdressatInnen nicht wahrgenommen werden können, weil ungeeignete Kanäle genutzt wurden. Angebote, die dem Verhalten und den Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen nicht entsprechen, werden sich am Markt nicht durchsetzen. Sie können sogar kontraproduktiv wirken und nachhaltige

Fortbewegungsarten wie Radfahren, Zufußgehen oder das Verwenden öffentlicher Verkehrsmittel mit negativen Gefühlen oder Aversionen belasten.

Wir verstehen Kinder und Jugendliche als ExpertInnen ihrer alltäglichen Mobilität. Im Folgenden werden Ansprache-Möglichkeiten und Ansätze, wie und wo man junge Menschen „abholen“ kann, durch Beispiele aus mehreren Studien im Rahmen der ways2go-Programmlinie des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie dargestellt. In der unten stehenden Grafik sind die Projekte und daraus folgende technologische Ansätze und Maßnahmen dargestellt.

FACTUM OHG, Prof. Ralf Risser

RESEARCH & DATA COMPETENCE, Odilo Seisser



Aus den Projekten ergeben sich weitere Forschungsbereiche.

Round Table Thesen – Diskussion von Ansätzen zu nachhaltigen Mobilitätslösungen für Kinder und Jugendliche

Im Rahmen der Veranstaltungsvorbereitung wurden von unserem Team Thesen aufgestellt, die in Form von „Round Tables“ mit den TeilnehmerInnen diskutiert wurden. Diese Thesen waren Ausgangspunkt für die Auseinandersetzung mit der generellen Frage:

„Ist es gerechtfertigt Kinder/Jugendliche in den Focus zu stellen und spezielle Maßnahmen und Lösungsansätze, wie zum Beispiel Jugendmarketing zu entwickeln, oder ist es überzogen und widerspricht dem Gleichheitsgrundsatz?“

Im folgenden Überblick möchten wir auf die diskutierten Thesen einzeln eingehen und die Diskussionsverläufe zusammenfassen:

These: Die Mobilitätsangebote entsprechen nicht den Anforderungen der Zielgruppe bzw. werden nicht den Anforderungen entsprechend wahrgenommen.

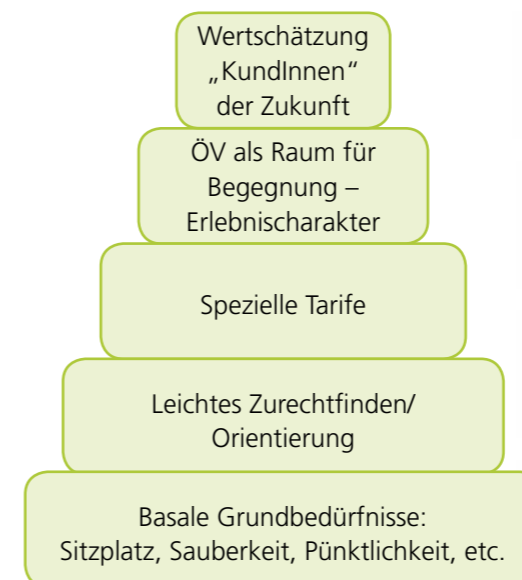
Eine zentrale Frage, die sich schnell herauskristallisierte, war: Welche Angebotsoptionen sind veränder- und beeinflussbar und welche sind systemimmanent?

Mobilitätsangebote folgen sehr deutlich der Ressourcenverfügbarkeit und den Finanzierungsmöglichkeiten. Hier wird sofort der Unterschied Stadt-Land schlagend, da das Angebot der Nachfrage entspricht (bzw. entsprechen sollte). Sinkende Nachfrage führt zur „Ausdünnung“ der Angebote. Gerade für Kinder und Jugendliche bedeuten mangelnde ÖV¹-Angebote Nachteile in der Mobilität. Vor dem Hintergrund der räumlichen, ökonomischen und sozialen Wechselwirkungen im Verkehr ist es wichtig, **Initiativen** zur Mobilitätsorganisation **von Jugendlichen selbst** wahrzunehmen, diese zu fördern und zu **unterstützen**.

Bei Betrachtung und Definition der Wünsche und Vorstellungen der Kinder/Jugendlichen wird deutlich, dass sich nicht so sehr die Bedürfnisse als **die Art und Weise wie diesen Bedürfnissen entsprochen werden kann**, unterscheiden.

Einer der markantesten Unterschiede zu anderen Zielgruppen ist, dass das Bedürfnis nach „Begegnung“ im ÖV, also der damit inhärente Erlebnischarakter, für Kinder und Jugendliche wesentlich ist.

Anforderungen von Kindern/Jugendlichen:



Neue Ansätze:



Die Anforderungen von Kindern und Jugendlichen sind Ausgangspunkt für neue Ansätze.

¹Öffentlicher Verkehr

Wie kann man den kindlichen/jugendlichen Ansprüchen gerecht werden?

Generell scheint es einfacher, sich mit rationalen als mit emotionalen Bedürfnissen auseinanderzusetzen. Der schwierige Umgang mit **emotionalen Ansprüchen** resultiert auch aus der Tatsache, dass Emotionen stark an „Aktivität“ gekoppelt sind und die ÖV-Nutzung als passive Transportmöglichkeit andere Möglichkeiten und Angelpunkte bietet um für Kinder und Jugendliche emotional attraktiv zu sein („Treffpunkt ÖV“).

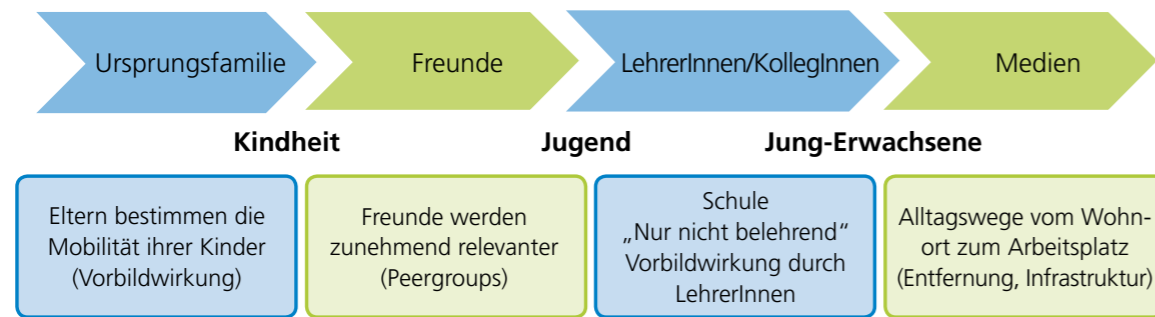
Große Einigkeit besteht hinsichtlich der **zielgruppenadäquaten Ansprache**, also der technologisch basierten Unterstützung mit Informationen rund um Verfügbarkeit und Service. Auch dem Bedürfnis nach Orientierung kann gut entsprochen werden. Der

also die zielgruppengerechte Lösungssuche. Noch sind nicht alle ExpertInnen an der Startlinie für eine kindergerechte/jugendliche Offensive. Jedoch geben der in der Veranstaltung spürbare Elan, die bereits erarbeiteten Projekte und die Bestärkung aus den unterschiedlichen Arbeitsfeldern der TeilnehmerInnen dem Weg, kinder- und jugendgerechte Mobilitätslösungen zu erforschen und zu entwickeln, Recht.

These: Je früher eine positive Prägung zu einer nicht motorisierten Mobilität erfolgt, desto eher werden auch später verschiedene Verkehrsmittel genutzt.

Die ExpertInnen stimmten der These im Wesentlichen zu. Ergänzend wurden auch einzelne Entwicklungsschritte sowie unterschiedliche Lebenssituationen/abschnitte als entscheidend angeführt.

Prägung eines Menschen



Unterschiedliche Einflüsse prägen im Laufe der Biografie das Mobilitätsverhalten.

kindliche/jugendliche Spieltrieb, gepaart mit hoher Technikaffinität, ermöglicht ein Heranführen an umweltgerechte Mobilitätslösungen.

Wertschätzung manifestiert sich beispielsweise in kinder-/jugendgerechter Ansprache und der Ausgestaltung spezieller Räume. Der Appell **„Mitbestimmungsmöglichkeiten und aktives Zugehen auf diese Zielgruppen“** ist bereits gedanklich in den ExpertInnen verankert und wird als Umdenken verstärkt in der Praxis gefordert.

Fazit: Mit zielgruppenspezifischem Ansatz zu nachhaltiger Mobilität

Das theoretische Wissen, dass sich die Planung/Umsetzung viel stärker auf einen Dialog mit Kindern/Jugendlichen als zukünftigen KundInnen einlassen sollte, fand in den Round Tables teilweise Entsprechung. Der vordergründige Widerspruch, „Alle Fahrgäste und KundInnen sind gleich wichtig bezüglich ihren Anforderungen“, hemmt die Diversifizierung,

Generell wird festgehalten, dass es umso besser ist, je früher man ansetzt. Wertorientierungen bis zum Alter von 14-15 Jahren werden als bleibend eingestuft.

Prägung ist zum einen Teil (spielerische) Nachahmung und zum anderen Teil (rationale) Auseinandersetzung. Mit zunehmender Raumeignung werden andere Beeinflussungskanäle wesentlich. **Jugendliche reagieren sehr sensibel im Umgang mit Dissonanzen:** Die „gelebte“ Vorbildwirkung darf nicht im Widerspruch zu „gelehrten Inhalten“ stehen. KindergartenpädagogInnen und LehrerInnen, die beispielsweise selbst bevorzugt motorisierte Schultransporte organisieren – anstatt öffentlich zu fahren – können keine Verhaltensänderung, weg vom MIV, einfordern. Es gilt, **negative Erfahrungen in der Nutzung des ÖV zu vermeiden** und, gegebenenfalls, rational aufzuarbeiten. Das Verständnis für zum Beispiel (überforderte) BusfahrerInnen kann gefördert werden und kann letztendlich Verhaltensän-

derungen nach sich ziehen. Wichtige Institutionen sind dabei **Kindergarten und Schule**. Generell sind bereits im Rahmen der pädagogischen Ausbildung Lehrinhalte wie nachhaltige und umweltfreundliche Mobilität spielerisch und wenig belehrend aufzubereiten. In Bezug auf Sensibilisierung von nachhaltigem Verhalten erscheint auch die **Würdigung aller Initiativen, die auf umweltgerechte Mobilität abzielen**, wie beispielsweise Vereins- und Jugendarbeit, entscheidend.

Gemäß dem Prinzip der kleinen Tropfen oder Steine, die in Summe zu einem Strom oder einer Lawine vereinigt, sehr viel bewegen können, soll allen diesbezüglichen Initiativen genügend Respekt gezollt werden. Bewusstseinsänderung basiert auf vielseitig wahrnehmbaren, also sichtbaren Zeichen.

Fazit: Multimodalität durch vielfältige Maßnahmen

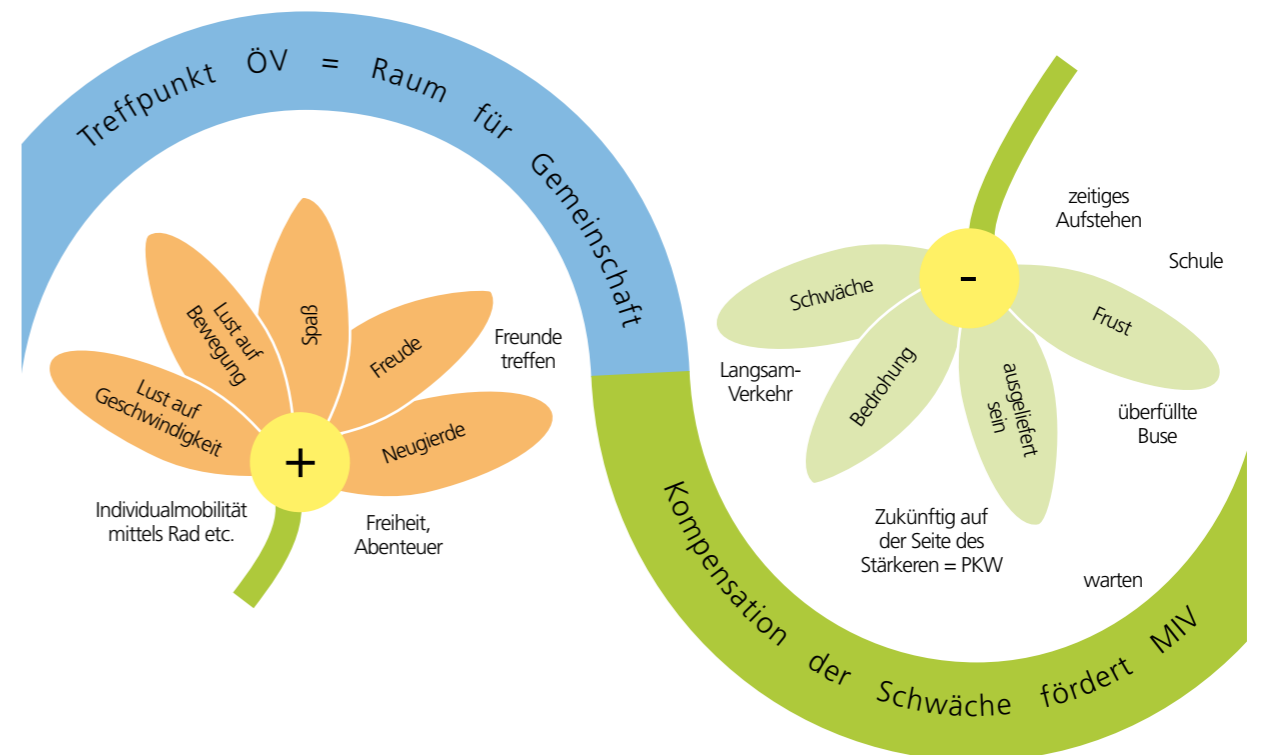
Um Multimodalität eine Chance zu geben, müssen vielfältige Maßnahmen, die umweltfreundliche Verkehrsalternativen fördern, als „Verstärker“ genutzt und gebündelt werden. Die Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen ist hier entscheidend. Die ExpertInnen sehen die Chance zur frühen Prägung gegeben, aber noch nicht adäquat umgesetzt. Die Schritte der Umsetzungsseite werden als unzurei-

chend und ausbaufähig erlebt. Ungeklärt bleibt, wer für die Zusammenführung der vielen interessanten Impulse zuständig und strukturgebend ist!

These: Emotionen dienen als Voraussetzung für das Lernen nachhaltiger Mobilität

Es besteht große Einigkeit bezüglich der Idee, dass positive Gefühle als Ankerpunkte die Einstellung zu umweltfreundlichen Alternativen verstärken und verfestigen. Dementsprechend ist es wichtig, auf bestehenden Bestrebungen nach Abenteuer, Gemeinschaft, Freiheit und Individualität etc. emotionale Begehrlichkeiten, die mit umweltfreundlichen Mobilitätsmöglichkeiten kompatibel sind, aufzusetzen. Negative Erlebnisse, durch die Kinder/Jugendliche den Autoverkehr als Bedrohung und den Schülerverkehr als Zumutung erleben und die eine Trennung in schwache und starke VerkehrsteilnehmerInnen forcieren, stützen den MIV². Mit dem Führerschein erwirbt man dann die Chance sich auf der „stärkeren/motorisierten“ Seite zu bewegen.

Fazit: Der positiven emotionalen Aufladung muss zukünftig eine noch wesentlichere Rolle bei der Verkehrsmittelnutzung zukommen. Emotionen verbinden und erhöhen die Chance auf Multimodalität.



Emotionen als Voraussetzung für das Lernen

²Motorisierter Individual Verkehr

Die Jugend ist mobil – deutlich mobiler als der Durchschnitt der Bevölkerung

Die höhere Mobilität der Jugend bestätigen auch die empirischen Ergebnisse aus der Mobilitätshebung 2008 in Niederösterreich¹. Jugendliche und junge Erwachsene sind demnach regelmäßig außer Haus unterwegs; häufiger als die Durchschnittsbevölkerung und häufig auch aus anderen Gründen. Denn Jugendliche und junge Erwachsene legen deutlich weniger Einkaufswege, Wege für private Erledigungen und Bring- und Holwege zurück als der Durchschnitt der Bevölkerung.

Der Großteil der Wege von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind regelmäßige Wege zur Erreichung der Ausbildungsstätte (bei den unter 17-Jährigen sind beispielsweise zwei Drittel aller Wege Ausbildungswege). Allerdings geht der Anteil der Ausbildungswege mit zunehmendem Alter zurück. Stattdessen werden etwa ab dem 17. Lebensjahr Wege zum und vom Arbeitsplatz immer wichtiger. Mit zunehmendem Alter wächst auch der Anteil der privaten Wege (Freizeit, Einkauf, Bringen/Holen von Personen, private Erledigungen) an allen Wegen. Bei den 22- bis 26-Jährigen nehmen die privaten Wege bereits knapp 50 % aller Wege ein.

Die empirischen Daten der Mobilitätshebung beschreiben das Mobilitätsverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen und geben Hinweise darauf, mit welchen Herausforderungen die Mobilität der Jugendlichen gegenwärtig und in Zukunft zu tun hat. Daraus ist unter anderem ableitbar, wie diesen entsprochen werden kann; beispielsweise durch die Attraktivierung des Öffentlichen Verkehrs für Jugendliche und/oder durch Initiativen zur Unterstützung der Selbstorganisation.

Die Jugend fährt (noch) öffentlich, der/die junge Erwachsene oft motorisiert.

Die Verkehrsmittelwahl bei den 13-26-Jährigen ist – im Vergleich zur Gesamtbevölkerung – durch einen hohen Anteil öffentlicher Verkehrsmittel (37 %) geprägt. Doch dieser Anteil geht im Verlauf der Jahre rasch zugunsten der PKW-Nutzung zurück. Sobald die Lenkerberechtigung erworben ist und ein Auto zur Verfügung steht, beginnt der „Abwanderungsprozess“ vom Öffentlichen Verkehr und der motorisierte Individualverkehr gewinnt die Überhand. Mit 39 %

liegt der PKW-Anteil (als LenkerInnen) unter den genutzten Verkehrsmitteln bei den 17-21-jährigen niederösterreichischen Jugendlichen noch deutlich unter dem Bevölkerungsdurchschnitt; bei den 22-26-Jährigen beträgt der PKW-Anteil bereits 52 % und entspricht damit dem Gesamtdurchschnitt. Dies ist insofern wenig überraschend, als 9 von 10 jungen Erwachsenen in diesem Alterssegment bereits über einen PKW verfügen bzw. Zugang zu einem PKW haben.

Auffällig ist, dass berufstätige Jugendliche einen stärkeren Bezug zum Pkw aufweisen als Jugendliche, die sich in Ausbildung befinden.

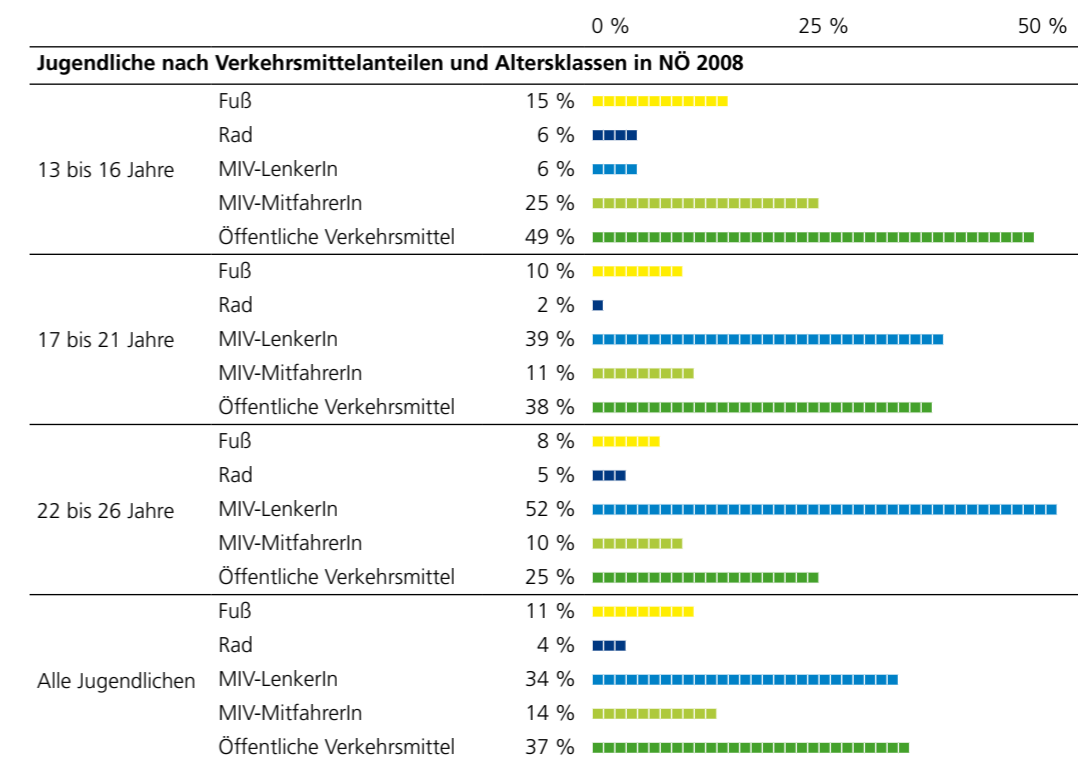
Den Möglichkeiten und Verkehrsmitteln des Umweltverbundes (zu Fuß gehen, Rad, ÖV) für die Alltagsmobilität stehen Jugendliche und junge Erwachsene eher sachlich gegenüber. Die emotionale Bindung an diese ist eher gering. Jugendliche wissen zwar, dass sie durch eine umweltschonende Verkehrsmittelwahl einen Beitrag zum Umweltschutz leisten können, aber die Verantwortung für die Umwelt wird letztlich delegiert; beispielsweise an „den Staat“. Umweltbedenken bei Benutzung eines Pkw's sind kaum vorhanden. Die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel als aktiver und bewusster Beitrag zum Umweltschutz stellt im Freundeskreis der Jugendlichen bislang noch kein Thema dar, das relevant ist und breit diskutiert wird.

Jugendliche wären aber grundsätzlich bereit, für bestimmte Zwecke öffentliche Verkehrsangebote zu nutzen. Zu den Angeboten zählen abspernbare Fahrradboxen an Haltestellen des Öffentlichen Verkehrs, der Disco-Bus, aber auch Möglichkeiten wie „Park & Ride“, das Anruf-Sammel-Taxi, sowie die Fahrradmitnahme in der Bahn. Hier zeigt sich, dass erweiterte Angebote im Öffentlichen Verkehr, auch in Kombination mit Individualverkehrsmitteln, bei den Jugendlichen Anklang finden. Ob und in welchem Ausmaß derartige Optionen dann tatsächlich genutzt werden, hängt unter anderem davon ab, wie sehr es gelingt, die Jugendlichen adäquat und hinreichend darüber zu informieren; in Kommunikationskanälen und Medien, die jugendgerecht sind;

mit Transporteuren der Botschaft und mit Inhalten, die glaubwürdig sind. Jugendliche sind – und das bestätigen auch die Ergebnisse der vorliegenden Mobilitätshebung – besonders Ich-zentriert und freiheitsliebend; eine unmittelbare Einflussnahme auf das Verkehrsverhalten ist schwierig. Der pädagogische „Zeigefinger“ und der „Appell an die Vernunft“ wirken bei ihnen oft kontraproduktiv; vor allem dann, wenn nicht beachtet wird, dass Jugendliche nicht als Gruppe „per se“ anzusprechen sind, sondern eine „Buntheit junger Menschen“ in unterschiedlichen Lebenssituationen umfassen (siehe auch: Projekt Jugleist; 2009). Ein Ansatzpunkt, um Jugendliche auch spezifisch „jugendlich“

anzusprechen, stellt das gegenwärtig im Rahmen von „ways2go“ laufende Forschungsprojekt „Jugend-Mentoren“ dar: „Jugend informiert und Jugend instruiert Jugend“.

In diesem Projekt wird das Ziel verfolgt, Jugendliche über nahezu gleichaltrige, ebenfalls jugendliche „MentorInnen“ (Peergroup) zur nachhaltigen Verhaltens- und Einstellungsänderung gegenüber dem Öffentlichen Verkehr anzuregen; beispielsweise durch die Aufbereitung von ÖV-seitigen Informationen zur spezifischen Gemeindesituation (inklusive der Berücksichtigung der „letzten Meile“) und über den Einsatz web-basierter jugendadäquater Kommunikationskanäle.



Jugendliche nach Verkehrsmittelanteilen und Altersklassen der niederösterreichischen Wohnbevölkerung 2008 [Personen in %]

¹HERRY Consult: Niederösterreichische Mobilitätshebung 2008 (n=1000 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 13 Jahren und 26 Jahren). Durchgeführt im Auftrag der niederösterreichischen Landesregierung.

Gemma - Zufußgehen beginnt im Kindesalter

Daten zum Mobilitätsverhalten von Eltern mit Kleinkindern auf dem Weg zum Kindergarten

„Ich gehe am liebsten zu Fuß mit meinem Kind in den Kindergarten, es ist am stressfreiesten“, erzählte eine Mutter in einer Gruppendiskussion zum Thema Wege in den Kindergarten.



So kommen Vivien und Jenny am liebsten in den Kindergarten

In der Studie „Zufußgehen beginnt im Kindesalter“ – einem vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie geförderten Projekt - wurde erhoben, dass rund 50 % der befragten Eltern die Kinder zu Fuß in den Kindergarten bringen, ungefähr ein Drittel benutzen das Auto und ein Sechstel fahren mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder sind mit dem Fahrrad unterwegs. Überwiegend bringen Mütter die Kinder in den Kindergarten, nur 20 % der Väter übernehmen diese Aufgabe.

Mit dem Auto in den Kindergarten und zurück.

In der Studie wurde 2000 Eltern aus Wien und Niederösterreich von Kindern in insgesamt 480 verschiedenen Kindergärten befragt. Es stellte sich heraus, dass die Hälfte der Autofahrten in den Kindergarten nicht länger als 5 Minuten dauern. Ein Sechstel der Auto fahrenden Eltern kehrt nach dieser Fahrt wieder direkt nach Hause zurück. Als Motiv für die Wahl gaben viele Eltern den Zeitfaktor an. **Gehen** wurde **als langsame Fortbewegungsart** und stressig empfunden. Stress wurde nicht unbedingt in zeitlicher Hinsicht gesehen, sondern mit starkem Autoverkehr, schmalen Gehsteigen, langen Wartezeiten bei Ampeln und müden Kindern verbunden. So führten 40 % der Befragten an, dass aufgrund **mangelnder Sicherheit** das **Fahrrad** als Fortbewegungsmittel für den Weg in den Kindergarten nicht geeignet ist. Dies hängt zum Teil mit der **Verkehrsinfrastruktur** vor Kindergärten

zusammen. Bei lediglich 19 % der untersuchten Kindergärten führt ein Radweg vorbei. Vor nur 47 % der Kindergärten gibt es spezielle Geschwindigkeitsbeschränkungen und in bescheidenen 14 % der Fälle wird die Einhaltung der Geschwindigkeitsbeschränkungen durch bauliche Maßnahmen (Bodenschwellen, Fahrbahnverengungen, etc.) unterstützt.

In Bezug auf die 5-Minuten-Autofahrten handelt es sich in vielen Fällen um Distanzen von 1-2 km, die auch von Kindern zu Fuß zurückgelegt werden könn(t)en. Bei Gesprächen mit Kindergartenkindern im Rahmen der Studie zeigte sich, dass jene Kinder, die mit dem Auto kamen, aktivere Fortbewegungsarten wie Roller, Roller Skates oder das Fahrrad vorziehen würden.

Wie wichtig Bewegung für Kinder ist, betonten auch die interviewten Kindergartenpädagoginnen in dem Projekt. Bewegung ist die Voraussetzung für Entwicklungsfortschritte von Kindern auf allen Gebieten. Durch Bewegung lernen Kinder mit ihrem eigenen Körper umzugehen, auf ihre Umwelt zu reagieren und auf sie einzuwirken. Zufußgehen am Morgen macht das Kind wach und fit. Legt das Kind den Weg in den Kindergarten zu Fuß zurück, lernt es seine Wohnumgebung aktiv kennen, es kann Kontakt zu Mitmenschen aufnehmen, das Alltagsleben wahrnehmen, das Wetter aktiv erleben, etc.. Zusätzlich gewinnt das Kind mehr Sicherheit im Straßenverkehr und ist beim Schulanfang kein „Verkehrsanfänger“ mehr. Untersuchungen von Flade & Hacke (2004)¹ zeigen außerdem, dass Kinder, die von früher Kindheit an mit unterschiedlichsten Verkehrsmitteln unterwegs waren, sich als Erwachsener nicht nur das Auto, sondern auch andere Verkehrsarten als Fortbewegungsmittel vorstellen können.

Zu-Fuß-gehen macht Spaß.

Nur 15 % der Eltern gaben an, dass die tägliche Autofahrt notwendig sei, weil sie gleich nachher andere Wege erledigen müssten. Lediglich 10 % führten an, keine andere Wahl zu haben. Andererseits hoben jene Eltern, die mit ihren Kindern täglich gehen oder Rad fahren, den Spaßfaktor hervor (der bei den Auto-Fahrenden nicht genannt wurde). Spaß ist sicherlich ein Aspekt, der auch in Bewusstseinskampagnen für das Zufußgehen beworben werden könnte.

¹Flade A., Hacke U. 2004: Von der „klassischen“ Verkehrs- zur zeitgemäßen Mobilitätserziehung, in: internationales Verkehrswesen Nr. 7+8 2004, S 322-326

	0 %	50 %	100 %
Nutzungsbereitschaft verschiedener Mobilitätsangebote Jugendliche zw. 13 und 26 in NÖ 2008			
Disco-Bus	57 %		
Absperrbare Fahrradboxen an Haltestellen	57 %		
Park & Ride	54 %		
Anruf-Sammel-Taxi (AST)	52 %		
Fahrradmitnahme in der Bahn	47 %		
(Leih-) Fahrradstationen	44 %		
Park & Drive	42 %		
Fahrgemeinschaftsbörse	31 %		
Betreten von Nahverkehrsmitteln mit Inline-Skates	20 %		
Mitgliedschaft bei Car-Sharing	13 %		

Nutzungsbereitschaft verschiedener Mobilitätsangebote von Jugendlichen der NÖ-Wohnbevölkerung 2008 [in %]

Abstract

The share of transport modes of young people is dominated by a high proportion of public transport. This large share of public transport results mainly out of the traffic behavior of very young people in education. With increasing age and the availability of individual motorized transport opportunities this high proportion reduces clearly in favour of car traffic. But the mobility behavior of young people is not only influenced by objective conditions such as the spatial environment or the age and in relation to that the availability of transportation means, but also by opinions and attitudes towards the different mobility and transportation options, which are in many cases very early influenced by role models of the social environment (parents, teachers, peer groups). Therefore the only chance to achieve a sustainable change in mobility behavior is to understand why young people choose a particular transportation option.

HERRY CONSULT
Mag. Rupert Tomschy

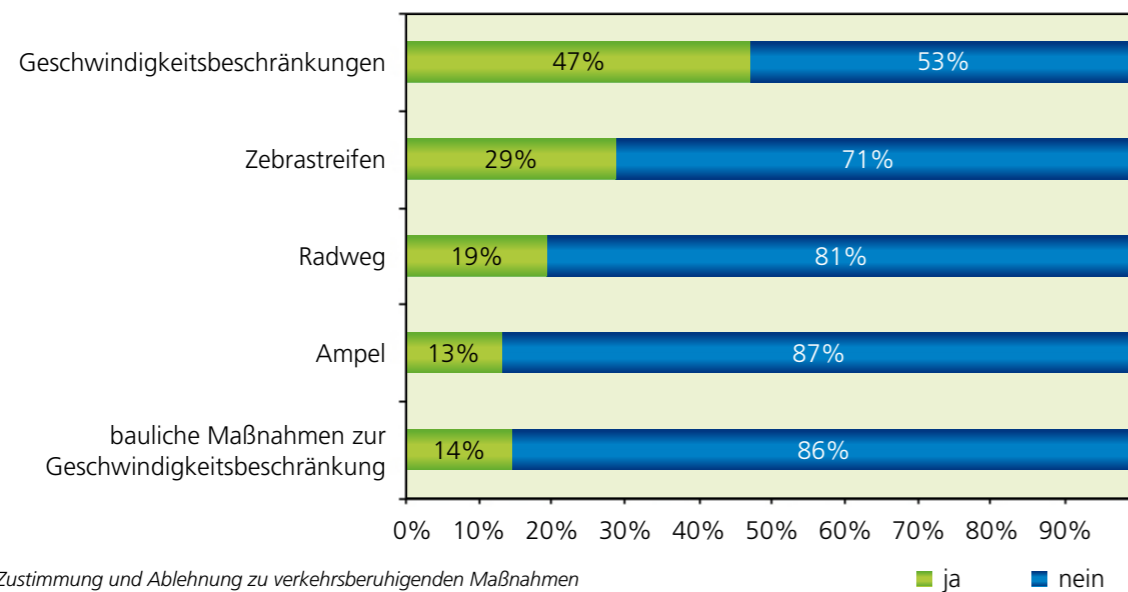
RESEARCH & DATA COMPETENCE
Odilo Seisser

Info-Box

- ✓ Das Mobilitätsverhalten von Jugendlichen ist einerseits geprägt durch strukturelle, objektive Gegebenheiten, wie dem räumlichen Umfeld oder dem Alter der Jugendlichen, und der damit in Zusammenhang stehenden Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln; andererseits spielen aber auch Werthaltungen und Einstellungen gegenüber den verschiedenen Mobilitätsoptionen und Verkehrsmitteln eine entscheidende Rolle. Diese mobilitätsrelevanten Werthaltungs- und Einstellungsmuster werden schon sehr früh durch Vorbilder im unmittelbaren sozialen Umfeld (Eltern, LehrerInnen, KindergärtnerInnen, Peer-groups) geprägt.
- ✓ Abstimmung von (Zusatz-)Angeboten im Öffentlichen Verkehr mit Individualverkehrsmitteln (Rad, Inline-Skates, Skateboards, Roller,...).
- ✓ Nutzung von neuen Medien für Information über Verkehrsmittelkombinationen bei Wegen.

Um jene Eltern, die mit dem Auto kommen, zu einem Umstieg auf gesündere und umweltfreundliche Fortbewegungsmittel zu bewegen, ist es notwendig, Infrastrukturmaßnahmen und Bewusstseinsarbeit zu kombinieren. Verkehrsberuhigung durch Geschwindigkeitsbeschränkungen (z.B. 30km/h Zonen, Shared Space), baulichen Maßnahmen wie Bodenschwellen, Fahrbahnverengungen, Gehsteigverbreiterungen etc. erhöhen die Verkehrssicherheit und das Komfortgefühl von Kindern und Eltern. Maßnahmen auf der Bewusstseinssebene sollten sich sowohl an die Kinder, die Eltern als auch an die KindergartenpädagogInnen richten (z.B. Weiterbildungsseminare, Mobilitätstage im Kindergarten, Elterncafe, etc.). Für jene AutofahrerInnen, die mit dem Auto vom Kindergarten direkt nach Hause fahren, erscheinen aus

praktischer Sicht am ehesten Verhaltensänderungen möglich (wenn die Strecke nicht zu lang ist). Bei Bewusstseinskampagnen sollte daher speziell auf diese Zielgruppe eingegangen werden. Aber auch andere mögliche Handlungsebenen sind zu berücksichtigen. Zum Beispiel sollten schon bei der Planung neuer Kindergärten ein attraktives, gehfreundliches Umfeld vorgesehen, Fahrradabstellplätze eingeplant und Parkplätze nicht unmittelbar vor dem Kindergarten angeboten werden. Je leichter und sicherer es ist, zu Fuß oder mit dem Rad beim Kindergarten anzukommen und je weniger man versucht, das „Zuliefern“ mit dem Auto attraktiv und einfach zu gestalten, desto eher werden nachhaltige Fortbewegungsarten auf dem Weg zum Kindergarten genutzt werden.



Abstract

A sustainable behaviour with respect to one's mobility is shaped from early childhood on. If someone is used to walk, to cycle etc. as a child, one more easily enjoys these traffic modes as an adult. The aim of the study was to collect extensive data about the mobility situation of young children attending a kindergarten in Vienna and Lower Austria and to elaborate hard and soft measures to convince parents with small children to move in a sustainable manner on their way to kindergarten.

Factum OHG, Mag. Karin Ausserer

Info-Box

- ✓ Der Erlebnisfaktor des Zu-Fuß-Gehens ist Ansatzpunkt für bewusstseinsbildende Kampagnen.
- ✓ Voraussetzung für das Gehen und Rad fahren im Alltag sind verkehrsberuhigende Maßnahmen und die Anpassung der Infrastruktur.

Mobi-Kid – Mobile und stationäre kindergerechte Informationen und bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Steigerung der nachhaltigen ÖPNV Nutzung

Wie Kinder zwischen 7 und 12 Jahren mit Spaß die Welt der „Öffis“ kennenlernen, spielerisch die Symbolsprache der Erwachsenen erlernen und nachhaltig zur ÖV-Nutzung motiviert werden.

Das Ziel von Mobi-Kid war es, ein intelligentes und einfach verständliches Verkehrsinformationssystem für Kinder zu entwickeln. Dabei wurde erstmals bewusst auf die speziellen Anforderungen der Zielgruppe der 7 bis 12-jährigen eingegangen. Im Verlauf des Projekts wurde ein Brettspiel für die jüngeren Kinder erstellt, anhand dessen festgestellt werden konnte, wie Routenplanung für Kinder intuitiv funktionieren kann. Auf diesen Erkenntnissen aufbauend wurde für Kinder ab 10 Jahren ein modernes Online-Spiel mit einer Mobiltelefon-Komponente entwickelt, das Kinder alleine oder in Begleitung spielen können und dabei spielerisch den Umgang mit öffentlichen Verkehrsmitteln erlernen. Die Projektergebnisse enthalten interessante Einblicke in die Bedürfnisse dieser speziellen Zielgruppe und zeigen auf, wie Kinder die Barrieren bei der Nutzung des ÖV überwinden können.

Unterschiedliche Zielgruppen erfordern es, auf spezifische Bedürfnisse einzugehen und die Informationen an den Fahrgast angepasst darzustellen. Verkehrsinformationssysteme für Kinder müssen sich speziell auf die Anforderungen dieser jungen Zielgruppe konzentrieren und sie spielerisch auf den Umgang mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die Nutzung moderner Fahrgast-Informationssysteme vorbereiten. Dabei soll aber kein Parallelsystem zu den Services für Erwachsene entstehen. Vielmehr hat sich Mobi-Kid zum Ziel gesetzt, die Kinder bestmöglich an das „Erwachsenen-System“ heranzuführen.

Barrieren für den Öffentlichen Verkehr senken

Der erste Schritt dahin ist einerseits das Verstehen der Bedürfnisse bei der Informationsgewinnung, und andererseits das Erkennen der Barrieren, die Kinder davon abhalten, innovative Auskunftsservices zu verwenden. Daher wurde im Rahmen des Projekts eine Analyse über das Verhalten von Kindern in komplexen U-Bahnstationen gemacht, deren Ergebnis es war, dass Kinder sich nur schwer in den Stationen zurecht finden, da sie die Beschilderung als unklar und unzureichend empfinden. Darüber hinaus wur-

de auch die Verständlichkeit von Leitsymbolen selbst getestet. Das Symbolquiz, bei dem Kinder verschiedene Symbole des Öffentlichen Verkehrs erkennen sollten, ergab, dass Kinder vor allem die sicherheitskritischen Symbole nicht kennen.

In Fokusgruppeninterviews wurde erarbeitet, dass eine kindergerechte Gestaltung der Stationen – beispielsweise durch einfachere Symbole – nicht zielführend ist. Sinnvoller scheint es hingegen Kinder an das bestehende System spielerisch heranzuführen. Daraus ist der Ansatz des Brett- und des Onlinespiels entstanden, welches Kinder an den Öffentlichen Verkehr heranführen soll.

Spaß und spielerisches Lernen mit dem Brettspiel

Bei der Konzeption der Spiele für Kinder mussten zahlreiche Faktoren miteinbezogen werden. Im Besonderen galt es zu beachten, dass Kinder nur über relativ kurze Konzentrationsspannen verfügen, ihr geographisches Verständnis und räumliches Denken erst schwach ausgeprägt sind und sie spielerische Zugänge mit viel Abwechslung bevorzugen. Die Anforderungen waren daher leichte Verständlichkeit, ein ansprechendes Design, der Einbau bekannter Elemente und eine altersgerechte räumliche Ausprägung.

Mobi-Kid entwickelte für die Zielgruppe der 7 bis 10-Jährigen ein Brettspiel, mithilfe dessen die Kinder die Welt der „Öffis“ entdecken können. Sie lernen Strecken von A nach B abzufahren und sammeln dabei Punkte. Die Eltern oder Betreuungspersonen können die Kinder dabei unterstützen und helfen die Quizfragen zu beantworten. Die Kinder, die im Rahmen des Projekts das Brettspiel testeten, hatten beim Verstehen des Spiels und dem Spielablauf keine Probleme und spielten das Spiel mit großem Spaß.

Einsatz von Neuen Medien und Handys beim spannenden Onlinespiel

Bei Kindern ab 10 Jahren steigt durch den Umstieg von der Volksschule in die Mittelschule oder das Gymnasium und die wachsende Selbstständigkeit auch die Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel ohne Begleitung Erwachsener. Zudem besitzt eine große Gruppe dieses Alters bereits ein eigenes Handy und hat regelmäßig Zugang zum Internet.

Für Kinder über 10 Jahren wurde im Rahmen des Projekts deshalb ein Online-Spiel entwickelt, welches auf die Erfahrungen mit dem Brettspiel aufbauend konzipiert wurde. Das Spiel im Web verwendet reale Fahrgastauskünfte und berechnet verschiedene Optionen für eine Route. Die Kinder können Alltagsstrecken in ihrem Verkehrsnetz anlegen, einen Avatar individuell gestalten und Punkte sammeln. Dazu müssen sie sich tatsächlich im öffentlichen Verkehrsnetz bewegen und Stationscodes sammeln und über das Handy oder auf der Website eingeben. Für jeden eingegebenen Code dürfen sie zwei Quizfragen beantworten, welche weitere Punkte bringen.



Punkte können durch das Anlegen von Strecken und das Eingeben von Stationscodes gesammelt werden.



Die Kinder können ihren ganz persönlichen Avatar zusammenbauen und müssen dann Punkte sammeln damit ihr Avatar bunt und schön wird.

Die Tests, die mit Kindern im Zuge des Projekts gemacht wurden, ergaben, dass auch die Online-Variante des Spiels den Kindern viel Spaß bereite. Durch den spielerischen Zugang ist außerdem ein hoher bewussteinbildender Faktor gegeben; so wussten die Kinder zum Beispiel nach der Beantwortung der Quizfragen besser über die Stationen und den Verkehrsbetreiber Bescheid und wurden zur Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel motiviert. Der Prototyp des Online-Spiels Mobikid ist online auf www.mobikid.at verfügbar.

Fluidtime, Mag. Katharina Pühringer

Abstract

The objective of the Mobi-Kid project was to develop an intelligent and easy to understand journey planning service for children. It pioneers in adjusting intelligent information services to the needs of 7 to 12-year-old children. In the course of the project a board game has been developed for 7 to 10-year-olds to understand their ways of accessing journey information. Building on these experiences Mobi-Kid created a modern online game for older children, applying new media information on the web and on mobile devices in an entertaining and educating way. The project provides important insights into the requirements of this special target group and aims to lower childrens' barriers of using public transport.

Info-Box

- ✓ Mobi-Kid entwickelte ein Brettspiel und ein Online-Spiel zum Thema Verkehrsinformationsauskünfte für Kinder zwischen 7 und 12 Jahren
- ✓ Der spielerische Zugang weckt das Interesse und fördert die nachhaltige Bewusstseinsbildung für den ÖV
- ✓ Das Online-Spiel ist im Web auf www.mobikid.at verfügbar

Jugendliche sind vielfältig
 Jugleist – Gruppenspezifische Leistbarkeit und Präferenz von Verkehrsmitteln

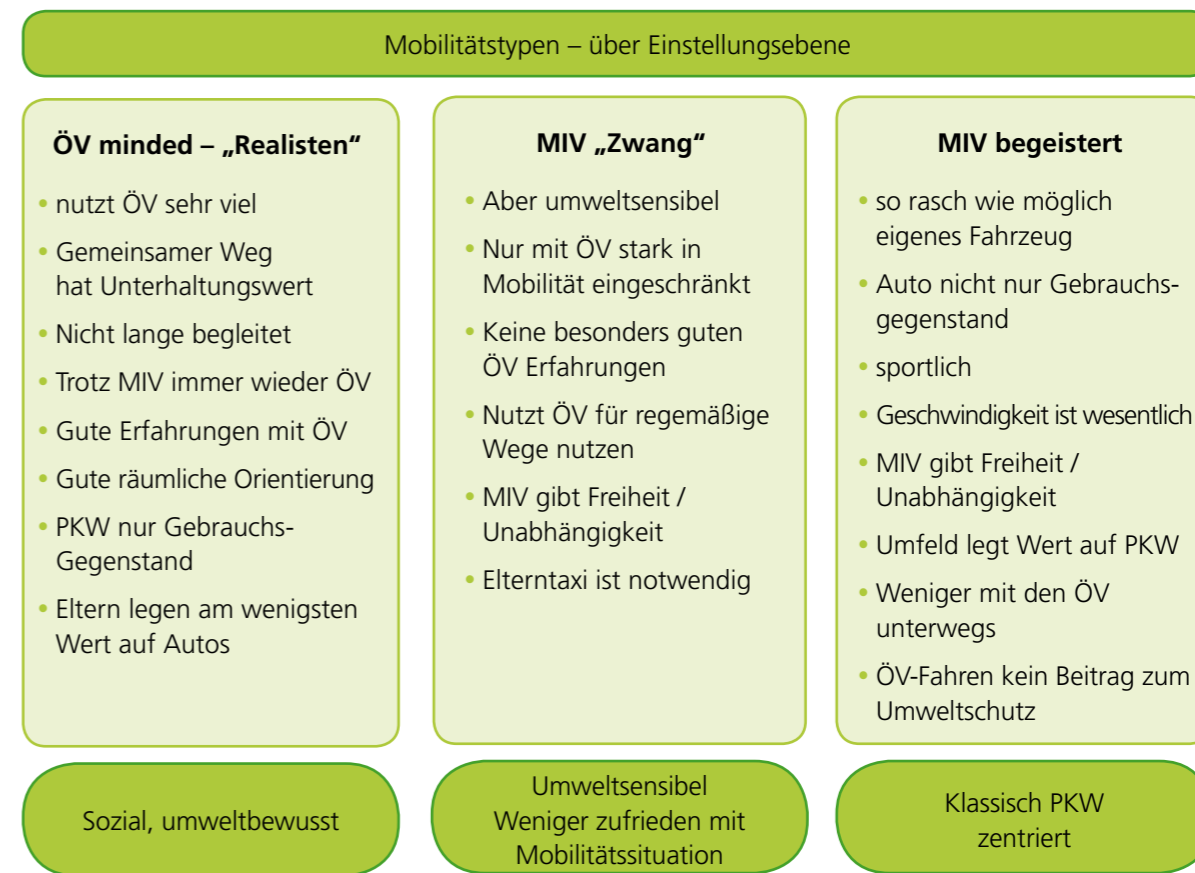
Im Rahmen des Forschungsprojektes „Jugleist“ wurden einerseits wissenschaftliche Theorien und vorhandene Sekundärdaten (u. a. Konsumausgaben)¹ im Hinblick auf ihre Erklärungskraft für das Mobilitätsverhalten Jugendlicher untersucht, und andererseits umfangreiche eigene empirische Erhebungen in Form von Gruppendiskussionen, ExpertInnengesprächen, Tagebuchehebungen und telefonischen Interviews bei Jugendlichen durchgeführt.

Jugendliche – so ein Ergebnis des Projektes – sind in ihrem Mobilitätsverhalten, in ihrer generellen Verkehrsmittelwahl pragmatischer als vielfach angenommen. Lenkende Maßnahmen für Jugendliche im Hinblick auf die Nutzung des Umweltverbundes, die ausschließlich auf Aspekte wie Prestigegewinn, Abenteuer, Erlebnis u. ä. abzielen, sind folglich nicht ausreichend, sondern setzen – um wirksam werden zu können – voraus, dass zunächst den funktionalen

Anforderungen entsprochen wird. Vor allem zu Beginn der „Autofahrer-Karriere“ steht das Bedürfnis nach Autonomie und Erlebnis im Vordergrund. Führerscheinerwerb und die Auto-Verfügbarkeit werden als die Schwelle zur Selbständigkeit und Unabhängigkeit erlebt. Ältere Jugendliche haben demgegenüber ein geringer ausgeprägtes emotionales Verhältnis zu Fahrzeugen, die sie benutzen können. Unter ihnen überwiegen sachlich-pragmatische Motive.

Drei jugendliche Mobilitätstypen

Die Jugend ist differenziert, aber dennoch „(be-)greifbar“, denn im Hinblick auf die Mobilität sind auch Grundmuster erkennbar, welche Jugendliche in unterschiedlichen Konstellationen aufweisen. Im Projekt „Jugleist“ konnten beispielsweise drei jugendliche Mobilitätstypen identifiziert werden, die sich hinsichtlich der Verkehrsmittelpräferenz und -wahl



Mobilitätstypen von Jugendlichen nach ihrer Einstellung

¹Input von Wegenerzentrum für Klima und globalen Wandel

und der dahinter stehenden Werthaltungen und Einstellungen deutlich voneinander unterscheiden. Die zahlenmäßig kleinste Gruppe von Jugendlichen, die hier unter der Bezeichnung „**ÖV-minded**“ firmiert, umfasst all jene Jugendlichen, die dem Öffentlichem Verkehr gegenüber positiv eingestellt sind. Positive Erfahrungen und das Gemeinschaftsgefühl durch gemeinsam zurückgelegte Wege stehen im Vordergrund. Diese Jugendlichen wurden vom jeweiligen Elternhaus schon früh in die Selbständigkeit entlassen, wodurch das positive Verhältnis zum ÖV - als Autonomie fördernd - begründet ist.

Das größte Segment unter den Jugendlichen stellt eine Gruppe dar, die hier plakativ als „**MIV-Zwang**“ tituliert wird. Jugendliche aus dieser Gruppe sind zwar ebenfalls relativ häufig mit dem ÖV unterwegs; allerdings nur deshalb, weil ihre Mobilitätsoptionen begrenzt sind. Bring- und Holdienste des familiären und sozialen Umfelds werden primär für Freizeitwege beansprucht; für die regelmäßigen Wege (z. B. Ausbildungswege) müssen sie öffentliche Verkehrsmittel, sofern sie zur Verfügung stehen, „akzeptieren“. Jugendliche aus diesem Typus sind oft im ländlichen Raum beheimatet; in Regionen, in denen auch das Angebot Öffentlicher Verkehrsmittel unzulänglich ist; vor allem für Wege, die in der Freizeit anfallen. Dementsprechend ist ihre Einstellung und Haltung zu öffentlichen Verkehrsmitteln eher skeptisch. Freiheit, Unabhängigkeit (vom Elternhaus) und Selbstbestimmung sind aus ihrer Perspektive nur über (motorisierte) Individualverkehrsmittel realisierbar; entsprechend groß ist der Wunsch, möglichst rasch den Führerschein und ein Kraftfahrzeug zu besitzen.

Von der Größenordnung her im mittleren Bereich angesiedelt sind Jugendliche, die unter dem Begriff „**MIV-Begeisterte**“ zusammengefasst sind. Sie stellen die AutofetischistInnen von morgen dar. Ihre Sozialisierung hat sie nur selten mit dem Öffentlichen Verkehr in Berührung gebracht; ihre diesbezüglichen Erfahrungen liegen weit unter dem Durchschnitt. MIV-Begeisterte können im Allgemeinen kaum den Augenblick erwarten, in dem sie selbst ein Fahrzeug besitzen. Die Faszination, die sie dem motorisierten Individualverkehr entgegenbringen, ist häufig durch das Elternhaus begründet und wird zudem

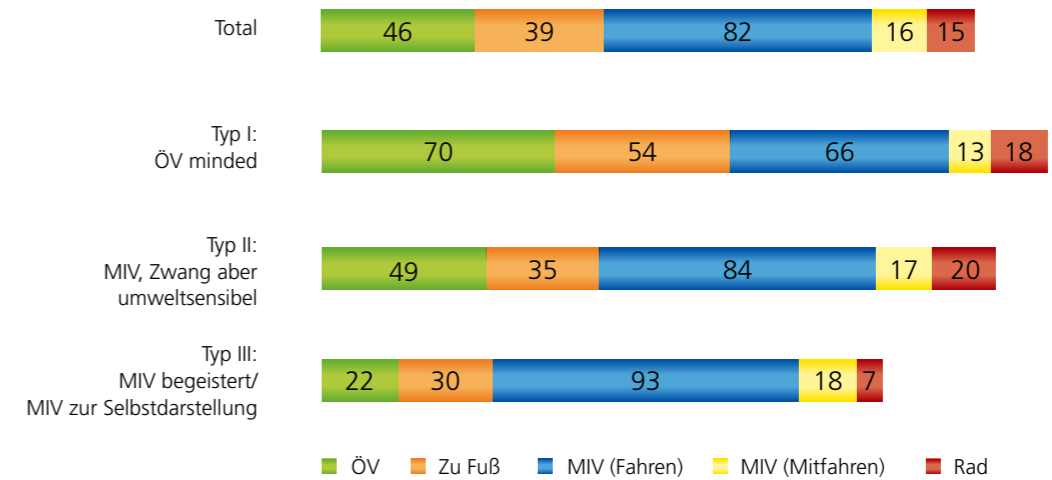
durch die Begeisterung ihrer Peergroup verstärkt. Bezeichnend ist, dass knapp ein Fünftel dieses Typs nie mit dem ÖV fährt. Multimodalität hat bei ihnen keine vielversprechende Perspektive; schon gar nicht, wenn keine Aktivitäten gesetzt werden, um ihre Verkehrsmittelentscheidungen nachhaltiger zu gestalten.

Motivierbare Jugendliche

Kinder und Jugendliche, die frühzeitig und erfolgreich öffentliche Verkehrsmittel nutzen oder erforderliche Wege mit dem Rad oder zu Fuß absolvieren, gewinnen im Verlauf ihrer biografischen Entwicklung rasch an Selbständigkeit. Sie sind in geringerem Ausmaß als jene, die familiäre Bring- und Holdienste in Anspruch nehmen, von Zeitstrukturen und Verpflichtungen anderer Personen im Umfeld abhängig. Mit dem Zurechtfinden im Öffentlichen Verkehr erweitert sich der eigene Aktionsradius und Handlungsspielraum. Ausreichende öffentliche Verkehrsmittelangebote tragen somit wesentlich dazu bei, daß sich junge Heranwachsende frühzeitig „Räume aneignen“ können¹.

Das Fahren mit öffentlichen Verkehrsmitteln verlangt vom Jugendlichen durchaus Kompetenzen; etwa im Hinblick darauf, sich ausreichend orientieren zu können und mit Fahrplänen und Umsteigesituationen umgehen zu können. Hat man das bewerkstelligt wächst – nach Angaben der Jugendlichen – das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und die Nutzungsmöglichkeit wird als Zuwachs an Unabhängigkeit und Freiheit verstanden. Das Mitfahren im PKW ist hingegen in Bezug auf die eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten anspruchslos. Es gelingt den Mobilitätsdienstleistern noch nicht, diese „unabhängigkeitsstiftende“ positive ÖV-Funktion über die Jahre hinweg zu pflegen. Erlebte „Convenience“-Defizite und die konsequente Missachtung jugendlicher Kundenbedürfnisse führen letztlich dazu, dass die (Kunden-)Bindung sukzessiv ausgedünnt wird. Die Kritik der Jugendlichen am Öffentlichen Verkehr ist stark von Argumenten der (Un-) Bequemlichkeit getragen. Das „Elterntaxi“ ist wesentlich bequemer und komfortabler. Die Wartezeiten an ÖV-Haltestellen außerhalb der Spitzenzeiten sind aus jugendlicher Sicht unangemessen lang, zumal auch das Haltestellen-Ambiente in aller Regel wenig einladend ist.

Erhöhte Chance auf Multimodalität - Mobilitätsverhalten in 5 Jahren



Jugendliche des Typs „MIV begeistert“ werden (im Gegensatz zum Typ „ÖV minded“) hauptsächlich motorisiert sein. Alle anderen Optionen werden kaum genutzt.
 „ÖV minded“ - Jugendliche werden auch zukünftig das gesamte Mobilitätsspektrum nutzen

Angaben in %
 Jugleist, N = 198 Jugendliche im Alter von 15 bis 22 Jahren aus NÖ
 Mehrfachnennungen

Technikaffine Jugendliche

Technologische Features im Hinblick auf den Öffentlichen Verkehr, die generell das Image und die Wertschätzung gegenüber dem KundInnen stützen, können dazu beitragen, zielgruppengerechte Kommunikation und punktgenaue Informationen zu transportieren. Die Vorstellung, dass gebotene Zusatzservices als „added-values“ die Nutzungsbereitschaft erhöhen ist jedoch irreführend, denn Zusatzleistungen werden erst dann als motivierender (positiver) Zusatz verstanden, wenn die Kernleistungen eingehalten werden; und dies erfordert auch, dass sich Jugendliche im öffentlichen Raum des Öffentlichen Verkehrs noch mehr, als das bislang der Fall ist, als „willkommener Fahrgast“ verstanden fühlen.

Jugendliche kommunizieren auf vielen Wegen

Für Jugendliche ist das Handy/SMS ständiger Begleiter. Den Möglichkeiten von gezielten SMS-Informationen oder Handy-Ticketing stehen Jugendliche eher polarisiert gegenüber. Einerseits bestehen Bedenken bezüglich eventuell anfallender Kosten von zugesandten oder abgerufenen Informationen oder zusätzlichen Handy-Kosten; andererseits sehen Jugendliche den Ticketkauf über das Handy als eine Möglichkeit an, den Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln zu vereinfachen. Dies käme aus ihrer Sicht vor allem den gelegentlichen ÖV-NutzerInnen zugute. Dem Chatten im Internet kommt als grundsätzliches Kommunikationsmittel ebenfalls hohe Bedeutung zu, aber auch hier wird ein aktiver Part (selbst die

¹Siehe auch ways2go Projekt „Gemma“



Jugendliche sind eine wichtige KundInnengruppe für den ÖV

GesprächspartnerInnen aussuchen) bevorzugt. Hinsichtlich des Informationsbedarfs über Verkehrsmittelooptionen für Wege wäre aus Sicht der Jugendlichen ein Gesamtüberblick über alle, in einer Region verfügbaren Verkehrsmittelalternativen wünschenswert; etwa als Online-Fahrplan-Angebot auf der jeweiligen Gemeindehomepage; einfach zu handhaben, aktuell und verständlich gestaltet; und gegebenenfalls gekoppelt mit „Mitfahrbörse-Angeboten“. Ein derartiger Bedarf wird vor allem von Jugendlichen geäußert, die als „ÖV-minded“ bzw. als „MIV-Zwang“ klassifiziert wurden. Das Folgeprojekt jugment ist im Laufen.

RESEARCH & DATA COMPETENCE, Odilo Seisser
Mag. Susanne Wolf-Eberl

Abstract:

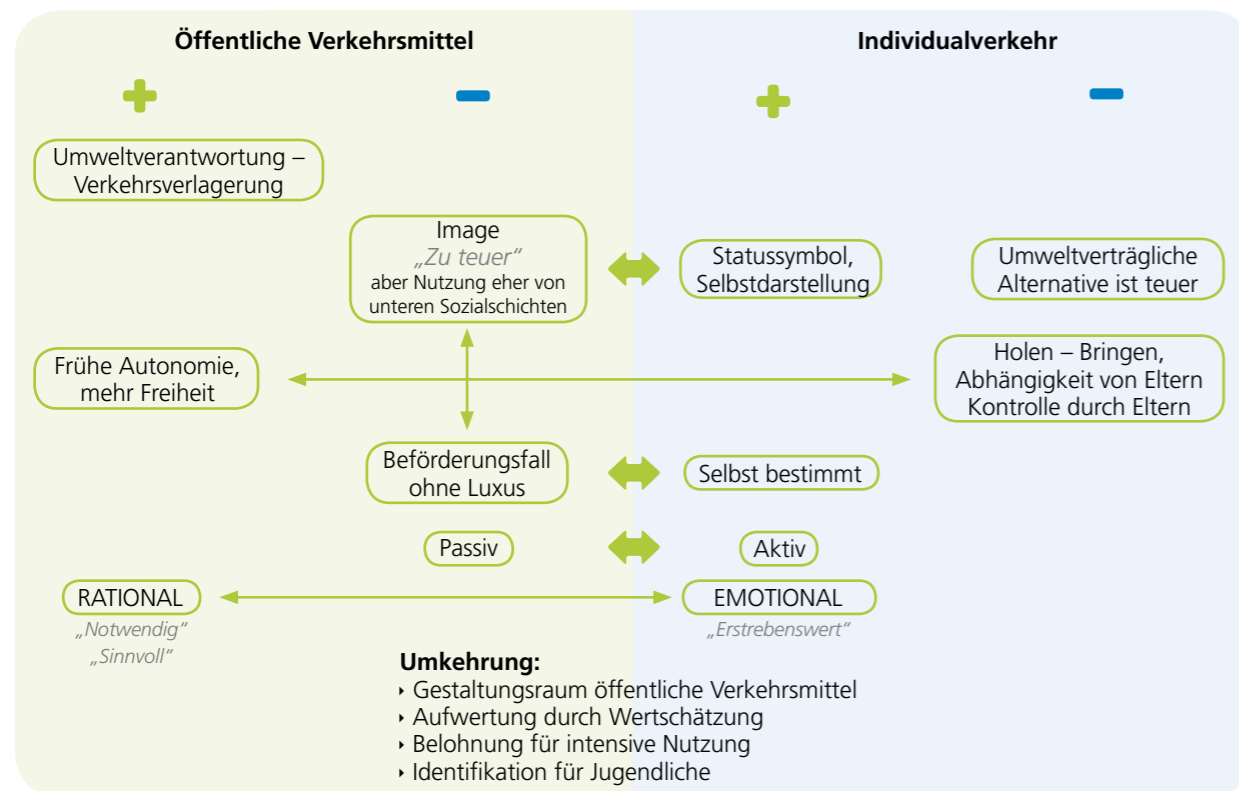
Analysis of needs and interests are important for the usage of public transport and can - if not applied - prevent people from using transportation means. The here declared empiric study of about 200 young people affirm a lot of assumed coherences. A classification of three mobility-types of juveniles who are homogeneous confirms the suspected overall picture.

The type "public transport-minded" ascribe the public transport many positive aspects. The direct advantages are in early self-determination of the young people, the pride of early autonomy and the shared experience founded. Another group of Juveniles is classified under the description of "private transport constraint". This group is, because of missing or inadequate possibilities of public transport, in the unpleasant position to use the car. Their experiences with the public transport are modest. The prospect, to win this group for the public transport, is primary located therein, that these young people have a comparatively high sensitization for environmental interests. The third type can be described as "private transport orientated". On this type all currently known, the automotive sector favouring dimensions, like status symbolism and self-expression over the craft, as well as compensation of inferiority, experience (excitement, adventure, speed) and autonomy/freedom are applicable.

In general the measures have to be orientated towards the needs of the different mobility-referred youth types and that, if possible, the so-called New Media is included. Communication among adolescents follows in many cases the logic of self-aggrandizement (facebook) and can be used for spreading embassies reconcilable with a welfare state.

Info-Box

- ✓ Jugendliche sind gemäß ihrer mobilitätsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen in verschiedene Gruppen unterteilbar, die jeweils spezifische Anknüpfungspunkte für Multimodalität aufweisen.
- ✓ Für Jugendliche aus dem Segment „ÖV-minded“ stellt die frühe Wegbewältigung und Raumanneignung mit öffentlichen Verkehrsmitteln den Grundstein für ein nachhaltig positives Verhältnis dar. Dies kann und soll durch Belohnungs-/Bonussysteme entsprechend verstärkt werden, damit ÖV-affine Jugendliche auch als MentorInnen und MultiplikatorInnen für Gleichaltrige wirksam werden.
- ✓ Für Jugendliche, die dem Typus „MIV-Zwang“ zuzurechnen sind, ist die Organisation von privaten Car-Pools überlegenswert, da dies den funktionalen Zugang zum MIV fördert und die Kostenbelastung senkt.

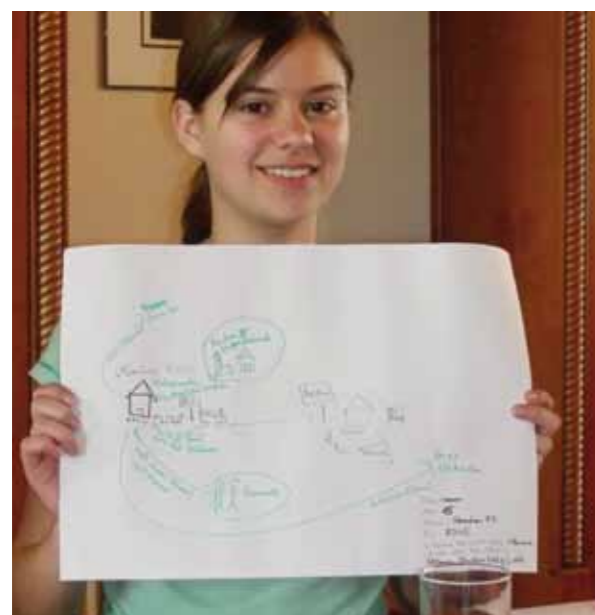


Öffentliche Verkehrsmittel und Individualverkehr aus dem Blickwinkel von Jugendlichen

„to be out and about“ Die Mobilität Jugendlicher zwischen Selbstorganisation und Linienverkehr

Das Projekt Ecomob fokussiert darauf, Möglichkeiten für die Verbesserung der Chancengleichheit in der Mobilitätsteilnahme von Jugendlichen im ländlichen Raum auszuloten. Chancengleichheit in der Mobilität bedeutet für die Jugendlichen, eigenständige und selbstbestimmte Wahlmöglichkeiten zu haben. Ziel ist eine sichere, sozial- und umweltverträgliche Mobilität.

In der qualitativen Fallstudie in Straden in der Oststeiermark wurden die lokalen und regionalen Grundlagen der Mobilität für Jugendliche aufbereitet. Dazu wurden das Mobilitätsverhalten und die -bedürfnisse der Jugendlichen im Rahmen von Workshops und Aktionstagen u.a. in Form von Mental Maps (Gedächtnislandkarten) vor Ort erhoben und durch qualitative Interviews mit ExpertInnen ergänzt.



Junge Frau präsentiert ihre Mental Map beim Aktionstag in der Marktgemeinde Straden.

Kennzeichen der Mobilität der Jugendlichen in Straden

Straden ist eine 1699 EinwohnerInnen zählende Gemeinde in der Region „Steirisches Vulkanland“. Der Anteil der Kinder und Jugendlichen (0 bis 20jährigen) ist mit 24,7 % verglichen mit anderen Gemeinden in der Region hoch¹. Das Gebiet ist charakterisiert durch historische Streusiedlungen, viele und lange Wege im Alltag sind die Folge. Das hügelige Riedelland schränkt die Möglichkeiten, im Alltag Wege zu



Schulbus als Gelegenheitsverkehr

Fuß oder mit dem Rad zu erledigen, sehr ein. Hand in Hand damit geht der hohe Motorisierungsgrad der Haushalte. Es besitzen ca. 58 % der Haushalte zwei und mehr Autos; die durchschnittliche Kilometerleistung beträgt 25.000 km pro Haushalt und Jahr². Die Analyse der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur ergab, dass der Öffentliche Verkehr nur als Schulbusverkehr für die Jugendlichen angeboten wird.

Die Jugendlichen kompensieren strukturelle Defizite durch Selbstorganisation.

Unter diesen räumlichen und strukturellen Voraussetzungen bleibt den Jugendlichen keine Wahl zwischen dem Öffentlichen Verkehr und dem Individualverkehr, sie sind auf den motorisierten Individualverkehr angewiesen. Die Jugendlichen und ihr soziales Umfeld (Freunde, Eltern, Großeltern), gleichen strukturelle Schwächen im privaten Bereich mit enormem persönlichem, zeitlichem und finanziellem Aufwand aus.



Mädchen fährt mit Moped zu ihren verschiedenen Einsatzorten als Altenpflegerin.

Nicht zu vergessen ist dabei das Sicherheitsrisiko: Nach wievor sind drei Viertel der tödlich Verunglückten auf Überland-Straßen zu beklagen³. Auch der hohe MIV-Anteil von 90 % im ländlichen Raum bietet Einsparungspotential hinsichtlich Umweltbelastungen und Energieverbrauch⁴. Dies wird jedoch in Kauf genommen, um die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu organisieren. Die Möglichkeiten zur Pflege sozialer Kontakte, zum kulturellen oder ehrenamtlichen Engagement oder zur Teilnahme an Vereinsaktivitäten, sind die Grundlage der Lebensqualität und letztendlich der Perspektiven von Jugendlichen im ländlichen Raum.

Mit dualem Ansatz zur Chancengleichheit

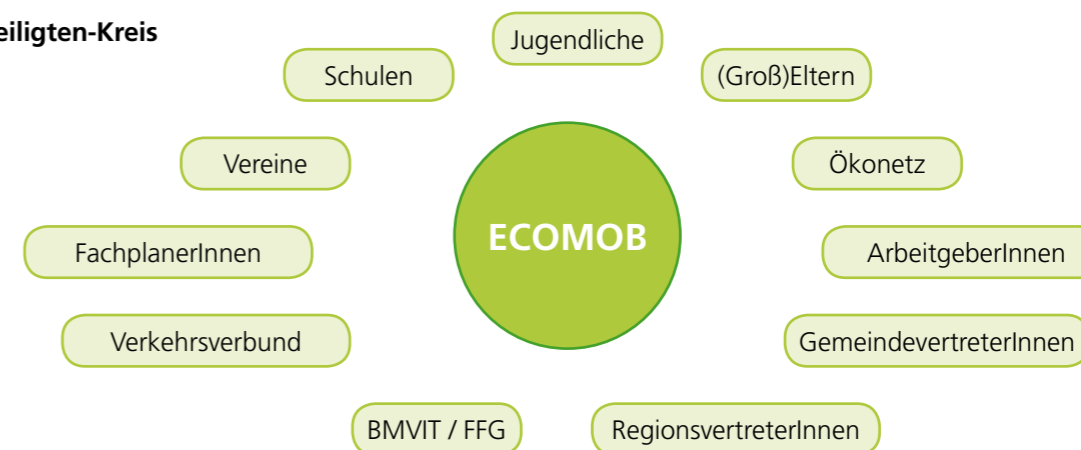
Um das Ziel Chancengleichheit im Sinne von sicheren, sozial- und umweltverträglichen Wahlmöglichkeiten zu erreichen, sollte ein dualer Ansatz verfolgt werden: Dazu ist es notwendig, das ÖV- und bedarfsgerechte Angebot zu verbessern UND die Selbstorganisation zu unterstützen. D.h. zum einen – wo möglich



Ortsinweistafeln – in Straden geht's bergauf!

gesellschaftlichen Selbstorganisation – alle Formen wo Jugendliche mit anderen unterwegs sind – sei es regelmäßig oder punktuell, geplant oder spontan. Die Selbstorganisation setzt den Auf- und Ausbau eines sozialen Netzes voraus. So wie sich der räumliche Aktionsradius im Zuge des Erwachsenwerdens vergrößert, erweitert sich auch der soziale Radius.

Beteiligten-Kreis



– das Angebot des Öffentlichen Verkehrs auszubauen und das bestehende Service zu verbessern, zum anderen gilt es die bestehende Selbstorganisation als weiteren wichtigen Ansatzpunkt zu verstehen.

Prinzipien der Selbstorganisation

Unter Selbstorganisation fallen die Hol- und Bringdienste der Eltern und Großeltern, das Mitfahren bei FreundInnen und die gezielte Organisation von Fahrgemeinschaften. Im Folgenden konzentrieren sich die Überlegungen auf alle Formen der gemein-

Die bestehenden realen Freundes- und Bekanntenkreise stellen Chancen und Möglichkeiten in der Mobilitätsteilnahme dar bzw. garantieren sie Mobilität. Voraussetzung dafür ist die kontinuierliche Pflege des persönlichen Umfeldes. Bei den Jugendlichen ist das charakteristische Teil ihrer Entwicklung und passiert daher in der Regel von selbst. Wesentlich in Bezug auf die Mobilität ist die Frage des Vertrauens und der Grad des „Sich-Kennens“ – Mit wem fahre ich mit? Im Prozess der Selbstorganisation erfahren die Jugendlichen soziale, kommunikative und

organisatorische Kompetenz – Wer fährt wann wohin? Wer darf/soll/kann mitfahren? Interessant ist der Umstand, dass Jugendliche vor allem in spontanen Mobilitäts-Not-Situationen, d.h. wenn eine geplante Mitfahrgelegenheit ausfällt, auf ihr Wissen über das Mobilitätsverhalten von Personen, die nicht unmittelbar zu ihrem Freundes- und Bekanntenkreis



Junge Frauen warten an der Bushaltestelle auf den Anschlussbus.

zählen, zurückgreifen. Sie haben eine „Landkarte von potentiellen Mitfahrgelegenheiten“ im Kopf - eine stille Wissensreserve, die im Fall des Falles aktiviert wird. Entscheidend ist dabei, dass die Person als Bekannte von Bekannten einen Vertrauensvorschuss erhält, d.h. ein gewisser „Level of Trust“ erfüllt ist.

Soziales Kapital schafft Mobilität

Der Prozess der Organisation der Mobilität innerhalb und durch ihre sozialen Netze ist für die Jugendlichen im ländlichen Raum ständiger Bestandteil ihres Alltags. Dadurch sind sie mobil und übernehmen Verantwortung für einander. Basis dafür ist das Prinzip der Gegenseitigkeit.

Die Gewährleistung der Mobilität durch soziale Netze ist aber Chance und Risiko zugleich: Durch die ausschließliche Möglichkeit der Mobilitätsteilnahme über die sozialen Netze entsteht ein Gefühl der Abhängigkeit, das die eigene individuelle Motorisierung noch erstrebenswerter macht. Die Selbstorganisation hat das Image der „Wir-haben-keine-andere-Wahl“-Lösung und wird als solche auch von der Gesellschaft wenig anerkannt und wertgeschätzt. Chancengleichheit bedeutet in diesem Kontext, die gemeinschaftliche Selbstorganisation und das Bilden von Mobilitätsinitiativen zu unterstützen.

Grundbaustein dafür ist, ein Bewusstsein für die Leistungen der Jugendlichen zu schaffen und sie als Alltags-ExpertInnen ihrer Mobilität ernst zu nehmen – z.B. durch die Forcierung von Kampagnen und Initiativen. Dies macht die Leistungen der Jugendlichen bei der Organisations-Arbeit sichtbar und unterstützt das positive Besetzen dieses Themenfeldes – nach dem Motto „Es macht auch Spaß gemeinsam unterwegs zu sein!“ Damit kann das Potential der Selbstorganisation von den Jugendlichen selbst wie von Seiten der Informations- und Kommunikationstechnologie und der Mobilitätsdienstleistungsbranche als Potential für Innovationen entwickelt werden.

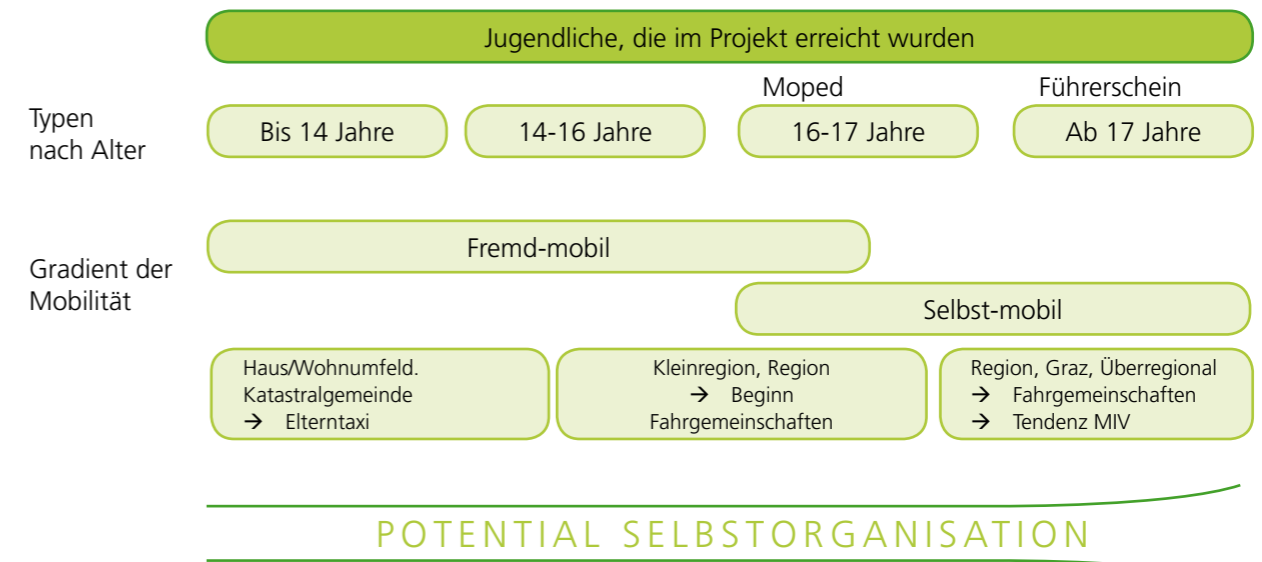
Konkret ist für die Jugendlichen wichtig, die Bildung von Fahrgemeinschaften und das Finden von Mitfahrgelegenheiten zu erleichtern, sprich den Prozess



Kinder auf dem Schulweg durch den Ort

der Organisation und Durchführung des gemeinsamen Unterwegsseins zu vereinfachen. Dazu liefern handybasierte und/oder auf virtuellen Social Networks basierende Technologien neue Ansätze und Impulse.

Ingenieurbüro für Landschaftsplanung,
DI Martina Jauschneg



Das Potential der Selbstorganisation steigt mit zunehmendem Alter der Jugendlichen



Gruppenarbeit bei Aktionstag in der Hauptschule Straden

Abstract

The project ECOMOB analysed new and innovative possibilities of mobility for young people in rural areas. On the one hand, the study tends to support and to facilitate the process of self-organization of mobility. On the other hand, demand-oriented alternatives in public transport are shown. An important question is, in which way could new information and communication technologies support and improve self-organization using social networks. Especially in rural areas existing social networks could provide a basis for establishing innovative mobility-services.

Info-Box

- ✓ Die Mobilitätschancen Jugendlicher im ländlichen Raum sind Indikatoren für Lebensqualität und Perspektivenbildung.
- ✓ Insbesondere die Bewältigung der sogenannten Freizeitwege sind im ländlichen Raum alltägliche Herausforderungen, die einen hohen sozialen, organisatorischen und finanziellen Aufwand und nicht zuletzt Umweltbelastung und Unfallrisiko nach sich ziehen.
- ✓ Verknüpfung von realen mit virtuellen Netzwerken als Basis für Mobilitätsdienstleistungen
- ✓ Handybasierte Mobilitätsorganisation erleichtert das Finden von Mitfahrgelegenheiten

Der Stein rollt – weitere Forschungsbereiche tun sich auf

Innovative und technologische Perspektiven in der Jugendmobilität für und mit Jugendlichen

Der demografische Wandel, die zunehmende Vielfalt der Lebensstile, die enger werdenden Budgets der Kommunen und die damit einhergehenden geänderten Anforderungen an Mobilitätslösungen zeigen, wie wichtig es ist, die Jugendliche sowie ihr Mobilitätsverhalten und ihre -bedürfnisse gezielt in den Blick zu nehmen.

Die Bedürfnisse der beteiligten Gruppen lassen sich folgendermaßen charakterisieren und daraus zentrale Ziele für die Entwicklung von Mobilitätslösungen der Zukunft formulieren:

Jugendliche – Eine heterogene Gruppe, mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Anforderungen nach Alter, Geschlecht, Tätigkeit, Wohnort, Einstellungen, Werten. Hier gilt es auf Basis der unterschiedlichen Lebenswelten Mitbestimmungsmöglichkeiten zu konzipieren und Beteiligungs- und Partizipationsprozesse mit Kindern und Jugendlichen durchzuführen.

Eltern – Eine Gruppe, die geprägt ist von ihrer jeweiligen Lebensphase und Anforderungen beruflicher, pädagogischer und sozialer Natur. Wechselseitige Lerneffekte in Richtung eines nachhaltigen Mobilitätsverhaltens sind möglich.

Mobilitätsdienstleister/Verkehrsverbände:

– Mobilitätsdienstleister sehen in den Kindern und Jugendlichen die Fahrgäste/KundInnen von morgen und übermorgen. Sie sollten gezielt auf Jugendliche eingehen um sie längerfristig als KundInnen zu erhalten.

Sinnvolle nachhaltige Mobilitätslösungen für Kinder und Jugendliche sind keine sektoralen Lösungen sondern sind auf drei Säulen auszuführen:

1. Räumliche Planung und Infrastruktur

Die Handlungspalette reicht von der Sicherung und Verbesserung des bestehenden Angebots über die

Implementierung technischer Neuerungen bis hin zum Schaffen positiver räumlicher Voraussetzungen für das Gehen und Radfahren und attraktive öffentliche Räume in Stadt und Land.

2. Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung

Im Rahmen dieser Säule ist es notwendig, auf kinder- und jugendadäquate Weise die Themen Klimawandel, Nachhaltigkeit, Verkehrsmittelooptionen, Sportlichkeit, Fitness, Gemeinschaftserlebnis zu vermitteln, ein individuelles Problembewusstsein zu schaffen und zur Nutzung der Handlungsmöglichkeiten im Alltag zu ermutigen.

3. Information (Bereitstellung und Aufbereitung):

Diese Säule umfasst Bereiche wie z. B. die Usability von Homepages, maßgeschneiderte Marketingkonzepte, Peer-to-Peer-Marketing und anwenderInnenfreundliche Applikationen.

Die Besonderheit der Arbeitsgruppe „Jugend unterwegs“ liegt darin, dass sich in dieser Plattform unterschiedlichste ExpertInnen zusammengefunden haben und ihre Kompetenzen und Erfahrungen zum Thema innovative Mobilitätslösungen der Zukunft für und mit Jugendlichen einbringen und bündeln. Die ExpertInnen kommen aus den Bereichen Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Psychologie, Verkehrsplanung, Methodenentwicklung und Landschaftsplanung.

Steine rollen weiter und bewegen

Wir suchen Anknüpfungspunkte und PartnerInnen um nachhaltige Jugendmobilität voran zu treiben und geeignete Maßnahmen zu forcieren.

Wir wenden uns u.a. an :

Hersteller/Vertrieb, Verkehrsdienstleister, Politische EntscheidungsträgerInnen, Bildungseinrichtungen, Kommunen

Kommen Sie auf uns zu, rollen wir gemeinsam den Stein weiter!

Impressum

HerausgeberInnen:

Arbeitsgruppe JUGEND UNTERWEGS
Research & Data Competence OG: Odilo Seisser, Mag. Karin Konecny, Mag. Susanne Wolf-Eberl
MJ Landschaftsplanung e.U.: DI Martina Jauschneg
Fluidtime Data Services GmbH: Michael Kieslinger M.A., Mag. Katharina Pühringer
Herry Consult GmbH: Dr. Max Herry, Ing. Mag. Rupert Tomschy
Factum OHG: Dr. Christine Chaloupka-Risser, Univ. Prof. Dr. Ralf Risser, Mag. Karin Ausserer

Redaktion und Lektorat:

Odilo Seisser, DI Martina Jauschneg, Mag. Susanne Wolf-Eberl

Design und Produktion:

Agentur Sindelar, 3400 Klosterneuburg, Unter Öden 32
Druck: digitaldruck.at Druck- und Handelsgesellschaft m.b.H.

Für den Inhalt verantwortlich:

Arbeitsgruppe JUGEND UNTERWEGS

Wien, Juni 2011

Bildnachweis:

Titel shutterstock
S. 3 Peter Rigaud
S. 4 Walter Wasner
S. 13 FACTUM OHG
S. 16 Fluidtime Data Services GmbH
S. 20, 22-25 Martina Jauschneg
Diagramme und Grafiken © jeweilige AutorIn

Quellen

Flade A., Hacke U. 2004: Von der „klassischen“ Verkehrs- zur zeitgemäßen Mobilitätserziehung, in: internationales Verkehrswesen Nr. 7+8 2004, S 322-326

Krotscheck, Ch., 2008: Ergebnisübersicht Bestandserhebung zum Kleinregionalen Entwicklungskonzept. Ohne Ort.

Kuratorium für Verkehrssicherheit, Unfallstatistik:
<http://www.kfv.at/unfallstatistik>, am 20.8.2009

Österreichisches Verkehrsjournal Mai 2009: Mobilität in Österreich:
http://www.verkehrsjournal.at/upload/pdf/%C3%96VJ_Mai2009_Mobilit%C3%A4t%20in%20%C3%96sterreich.pdf, am 25.12.2009

Kontakte

Research & Data Competence

Odilo Seisser, Mag. Susanne Wolf-Eberl
Wiedner Hauptstraße 39
Hofgebäude
1040 Wien

Tel. 01 / 8900019
Fax 01 / 890001915
office@wolf-eberl-seisser.at
www.wolf-eberl-seisser.at

DI Martina Jauschneg

Ingenieurbüro / Beratende Ingenieurin
für Landschaftsplanung
Franz-Josefs-Kai 27
1010 Wien

Mobil 0650 / 8114894
office@jauschneg.at
www.jauschneg.at

Factum OHG

Univ. Prof. Dr. Ralf Risser, Dr. Christine Chaloupka-Risser
Mag. Karin Ausserer
Danhausergasse 6/4
1040 Wien

Tel 01 / 5041546
Fax 01 / 5041548
christine.chaloupka@factum.at
www.factum.at

Fluidtime Data Services GmbH

Michael Kieslinger M.A., Mag. Katharina Pühringer
Neubaugasse 12-14/25
1070 Wien

Tel 01 / 5860180
Fax 01 / 58601801
office@fluidtime.com
www.fluidtime.com

Herry Consult GmbH

Büro für Verkehrsplanung
Dr. Max Herry, Mag. Rupert Tomschy
Argentinerstraße 21
1040 Wien

Tel 01 / 5041258
Fax 01 / 5043536
office@herry.at
www.herry.at