



Workshop: Marketing/Tarife

Kinder und Jugendliche als potenzielle Kunden des ÖPNV



Dr. Antje Flade
Hamburg
awmf-hh@web.de

Kinder und Jugendliche als Zielgruppe

- Kinder und Jugendliche sind öfter als Erwachsene „Zwangskunden“, d.h. sie müssen öffentliche Verkehrsmittel nutzen, weil es keine Alternative gibt.
- Die Phase der Zwangskundschaft ist indessen nur von begrenzter Dauer.

Mobilität im Jugendalter

Bewegung, Dynamik und Mobilität

haben einen hohen Stellenwert bei Jugendlichen; sie sind ein wichtiger Teil ihres Selbstbewusstseins und ihrer Identität.



Die künftigen Fahrgäste

Aus der Gruppe der Jugendlichen rekrutieren sich die künftigen Fahrgäste!

→ die Gelegenheit, den jungen Menschen ein positives Bild des ÖPNV zu vermitteln, wird jedoch nicht immer wahrgenommen.

Die Gründe:

- Jugendliche als schwierige Kundschaft: Verkehrsunternehmen tun sich nicht selten schwer im Umgang mit den zweifellos nicht immer einfachen Kunden.
- ein zeitlich eingeschränkter Planungshorizont: Man beschränkt sich auf die Gegenwart mit der Haltung: Wir lösen zuerst die aktuellen Probleme, damit haben wir genug zu tun.

Die Grundfrage

Wie stellt man es an, um Jugendliche so an den ÖPNV zu binden, dass sie diesen auch in Zukunft bzw. im Zustand der Wahlfreiheit als in Betracht kommende Alternative ansehen?

Verfahrensvorschlag

- Erkundung der Einstellungen Jugendlicher zum ÖPNV.
- Maßnahmen zur Veränderung negativer Einstellungen unter
- Anwendung von Strategien des Einstellungswandels und den Prinzipien der Lerntheorie
- Unterstützung der erwünschten Erfahrungsbildung durch die Konzeption geeigneter Lernmaterialien.

Die Themenpunkte

- Sichtung der Einstellungen Jugendlicher zum ÖPNV
- Strategien der Verhaltens- und Einstellungsänderung
- Herstellung positiver Einstellungen zu Verkehrsmitteln- dargestellt an einem Beispiel

Einstellungen Jugendlicher zum ÖPNV

Etwas Theorie vorweg:

Einstellungen kommen in der Konsistenz der Handlungen gegenüber einem Einstellungsobjekt zum Ausdruck und setzen sich aus drei Komponenten zusammen:

- Kognitionen
- Gefühlen
- Verhalten und Verhaltensabsichten.

die kognitive Komponente:

- Meinungen,
- Wahrnehmungen und
- Bewertungen
 - des Preis-Leistungsverhältnisses,
 - des Liniennetzes,
 - der Erreichbarkeit und Ausstattung von Haltestellen,
 - der Taktfrequenz,
 - der direkten Erreichbarkeit von Zielorten,
 - der Pünktlichkeit.

**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Gefühle

sind **primäre** Reaktionen, die am Anfang einer Handlung stehen und den weiteren Handlungsablauf bestimmen.

Bei positiven Reaktionen erfolgt Annäherungs-, bei negativen Reaktionen Vermeidungsverhalten.

Menschen wenden sich Umwelten zu, die lustvoll sind.

**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Gefühlskomponente

= der Maßstab, inwieweit eine Person das Einstellungsobjekt mag oder nicht.

Affektive Bewertungen lassen sich am besten mit offenen Fragen etwa der Art erfassen:

„Können Sie Ihre Gefühle beschreiben, die Sie gewöhnlich bei einer Fahrt mit dem Bus oder mit der Straßenbahn haben?“

**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Zwei Gefühlsdimensionen

Gefühle unterscheiden sich entlang einer

- Lust-Unlust- und einer
- Erregungs-Entspannungs-Dimension.

Die Kombination dieser beiden
Dimensionen ergibt vier Felder.

**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Verhaltenskomponenten

Einstellungen manifestieren sich

- im aktuellen Verhalten (z.B. Nutzung des ÖPNV) und in
- Verhaltensabsichten (z.B. zukünftig doch besser die Bahn zu benutzen).

**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Verhaltensabsichten

werden eher in *low cost*- Situationen realisiert.
Die Absicht wird in die Tat umgesetzt, wenn es nichts oder wenig kostet.

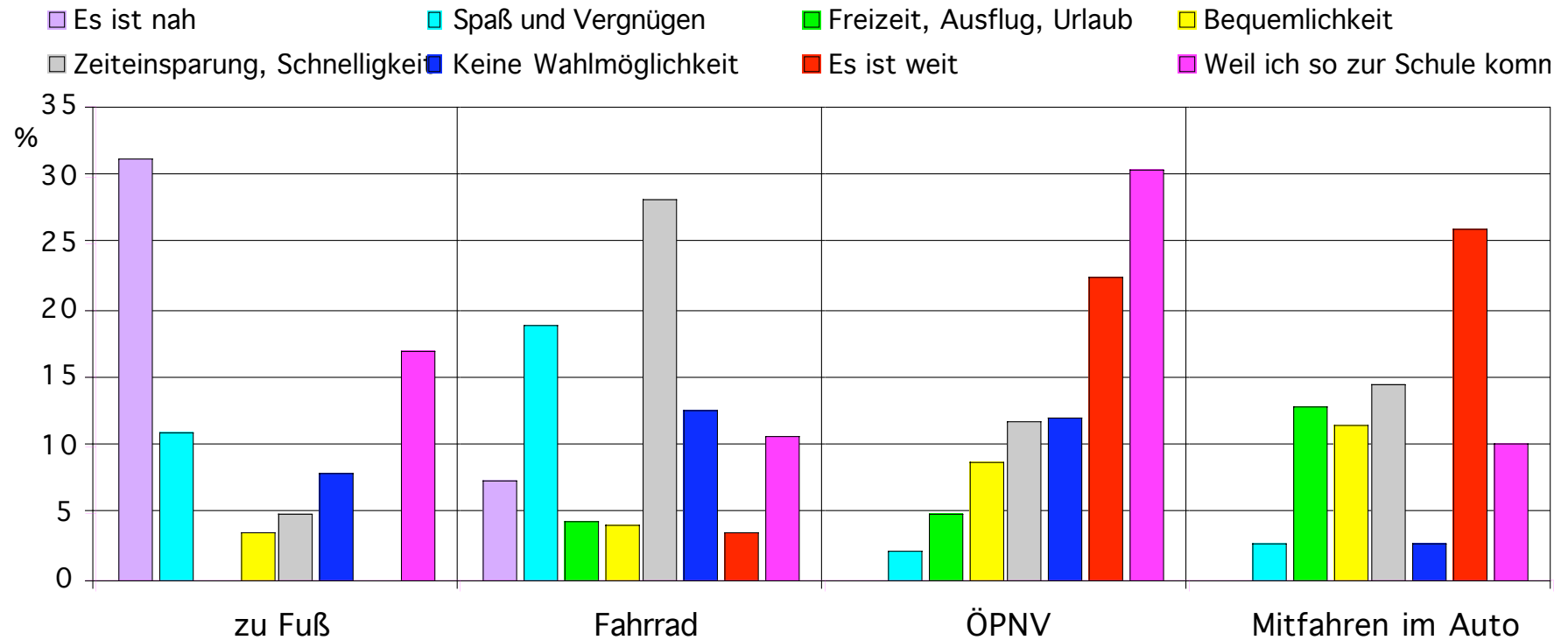
**Einstellungs-
komponenten:**

Kognitionen

Gefühle

Verhalten

Einstellungen Jugendlicher zum ÖPNV



Begründungen der Verkehrsmittelnutzung 13 bis 14-Jähriger nach dem häufigsten Verkehrsmittel in Prozent der Befragten (Mehrfachnennungen)

Die häufigsten Begründungen für die Verkehrsmittelwahl:

ÖPNV:

- Man kommt so zur Schule
- Es ist weit

Zu Fuß:

- Es ist nah

Fahrrad:

- Schnelligkeit
- Spaß und Vergnügen.

Erfassung der emotionalen Reaktionen auf die Verkehrsmittel

Schildere bitte mit deinen eigenen Worten, wie du dich fühlst, wenn du

- zu Fuß,
- mit dem Rad,
- mit öffentlichen Verkehrsmitteln und im
- Auto unterwegs bist.

Beispiele für emotionale Reaktionen

zum Z Fußgehen:

Man kann alles in Ruhe ansehen, erinnere mich an Schönes

zum Mitfahren im Auto:

Zeit, die Landschaft zu betrachten, Musik hören und entspannen

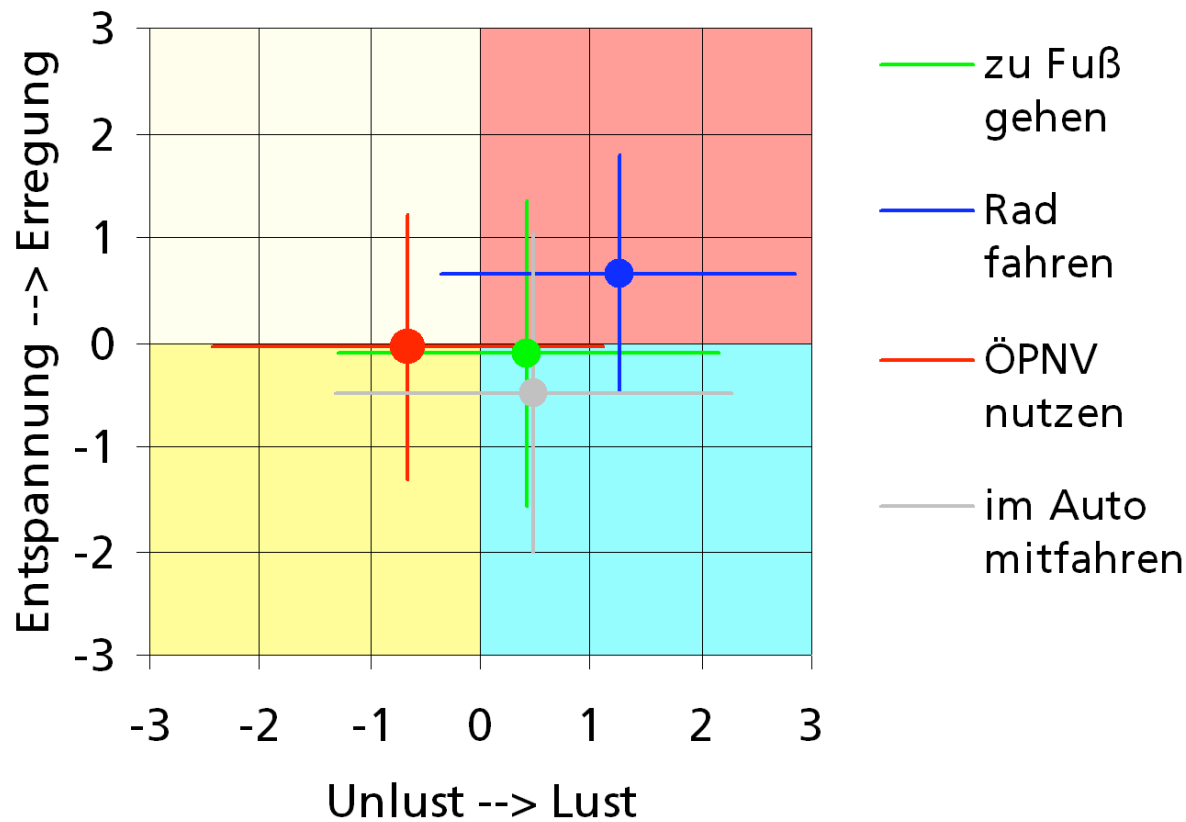
zum Radfahren:

erfrischend, Wind im Gesicht, Gefühl von Freiheit, man hat Bewegung, frische Luft, schnell, fühle mich wohl, frei, gefällt mir sehr, toll, gesund, macht Spaß

zum Fahren in öffentlichen Verkehrsmitteln:

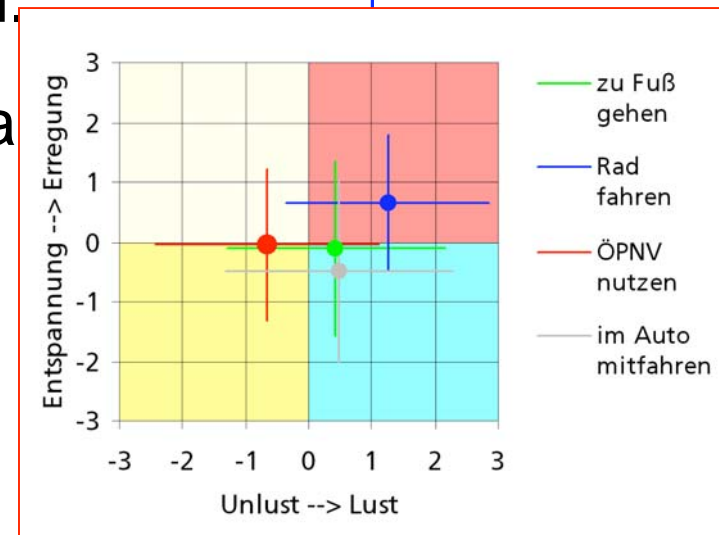
eng, zu voll, heiß, langweilig, unwohl, gefällt mir weniger, unbequem

Emotionale Bewertung der Verkehrsmittel



Unlust im ÖPNV

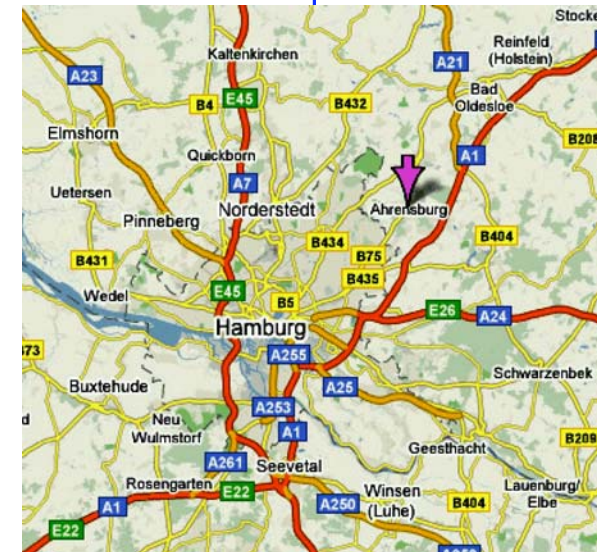
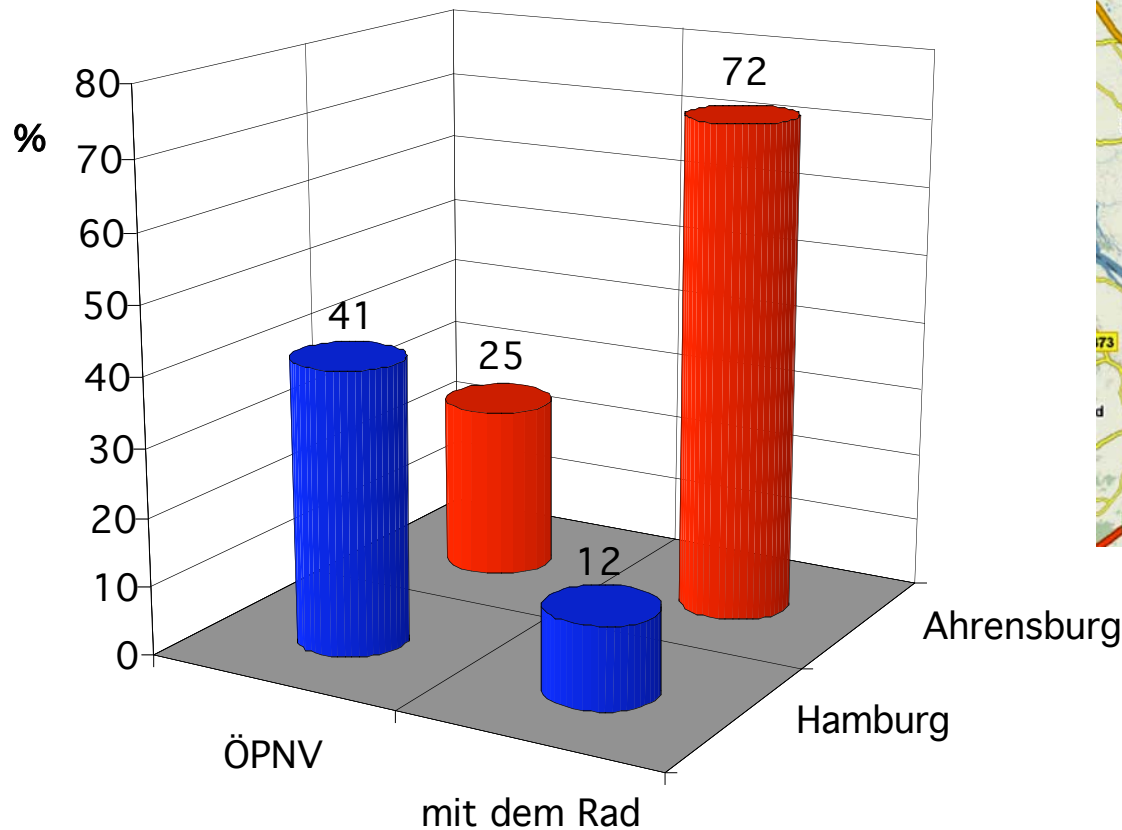
- Der Unterschied zwischen dem ÖPNV und den anderen Fortbewegungsarten liegt demnach nicht im Anregungspotential, sondern im Lust/Unlust-Bereich.
- Für Jugendliche ist der ÖPNV anregend, doch nicht lustvoll genug.



Aktuelle Verkehrsmittelnutzung von Jugendlichen

- Fahrrad und ÖPNV sind die häufigsten Verkehrsmittel.
- Zwischen 10 und 14 Jahren wird überwiegend Rad gefahren, die 15- bis 17-Jährigen nutzen öfter öffentliche Verkehrsmittel.
- Jugendliche in kleineren Städten machen ihre Mobilitätserfahrungen überwiegend als Radfahrende, die Großstadt-Jugendlichen häufiger mit dem ÖPNV.

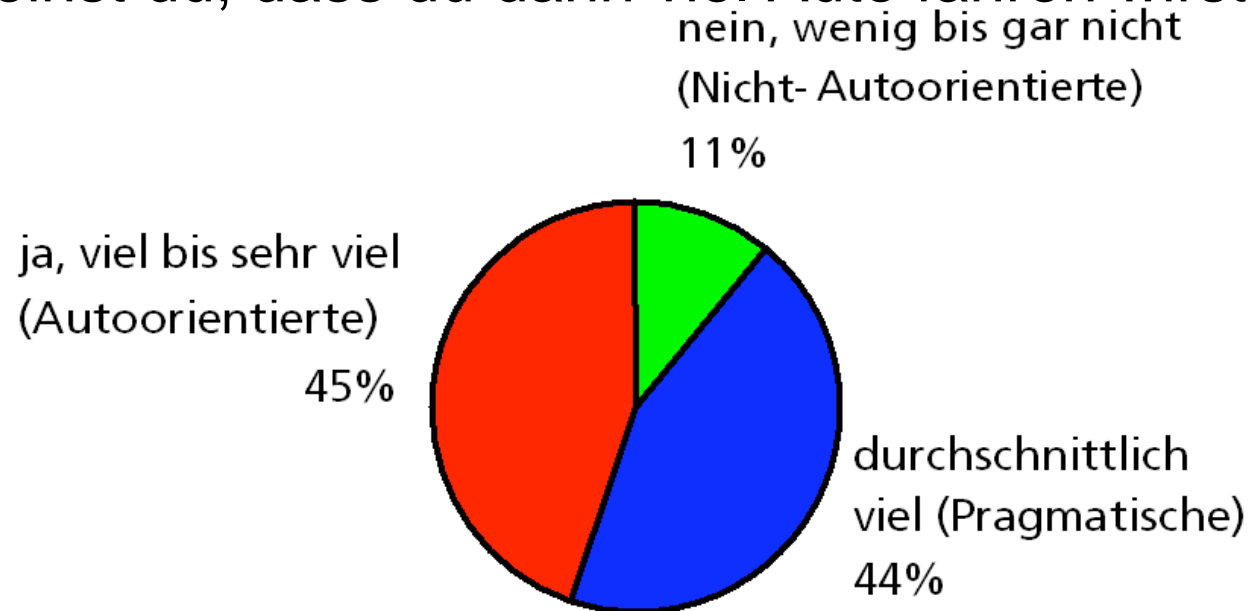
Hauptverkehrsmittel von Jugendlichen in Klein- und Großstädten – ein Beispiel



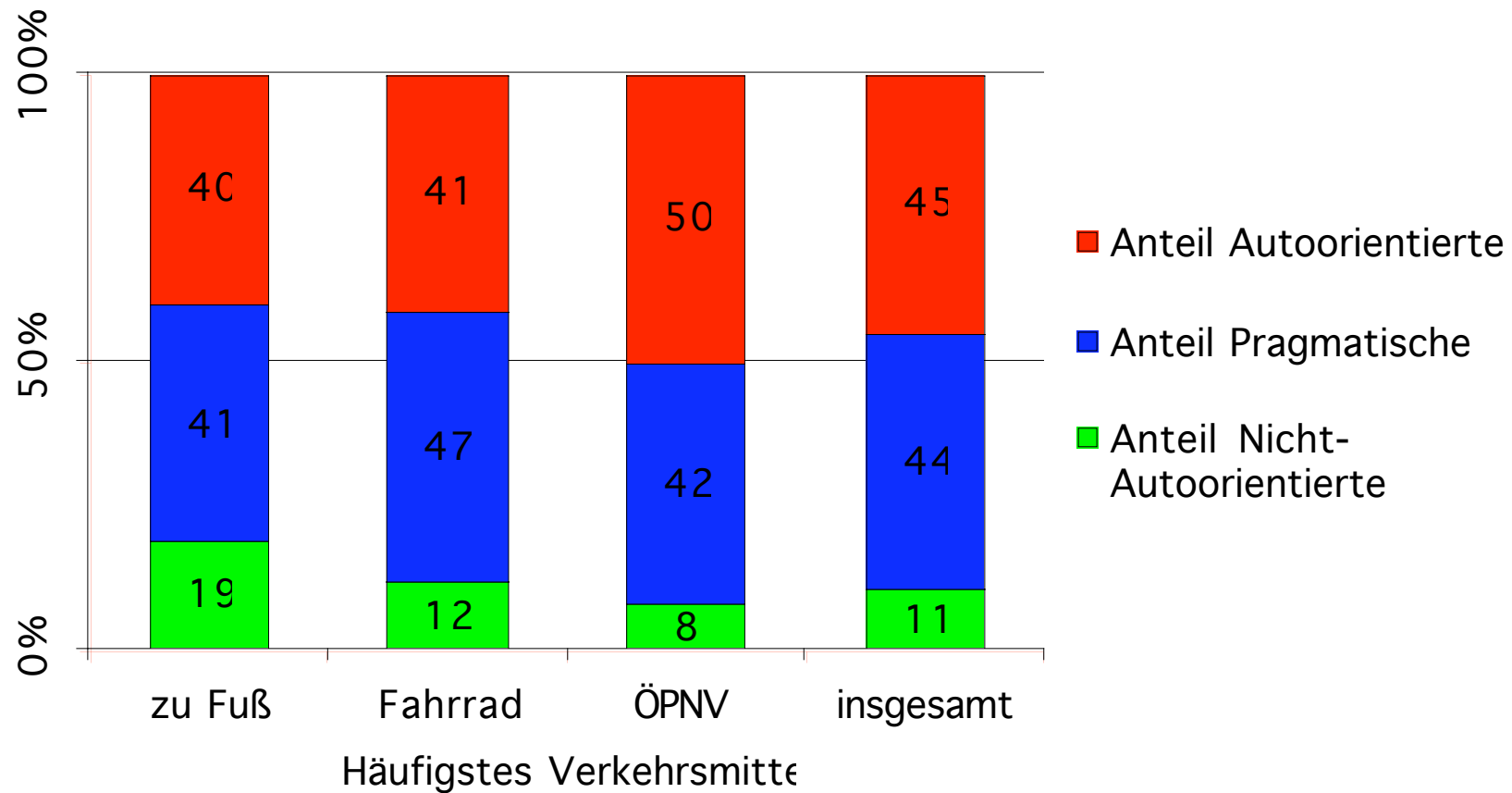
Langfristige Verhaltensabsichten Jugendlicher

Stell dir vor, dass du erwachsen bist:

Meinst du, dass du dann viel Auto fahren wirst?



Unterschiedliche Verhaltensabsichten Jugendlicher



Die Verkehrsumwelt als Lernumwelt

Lernen umfasst alle Verhaltensänderungen, die aufgrund von Erfahrungen zustande kommen.

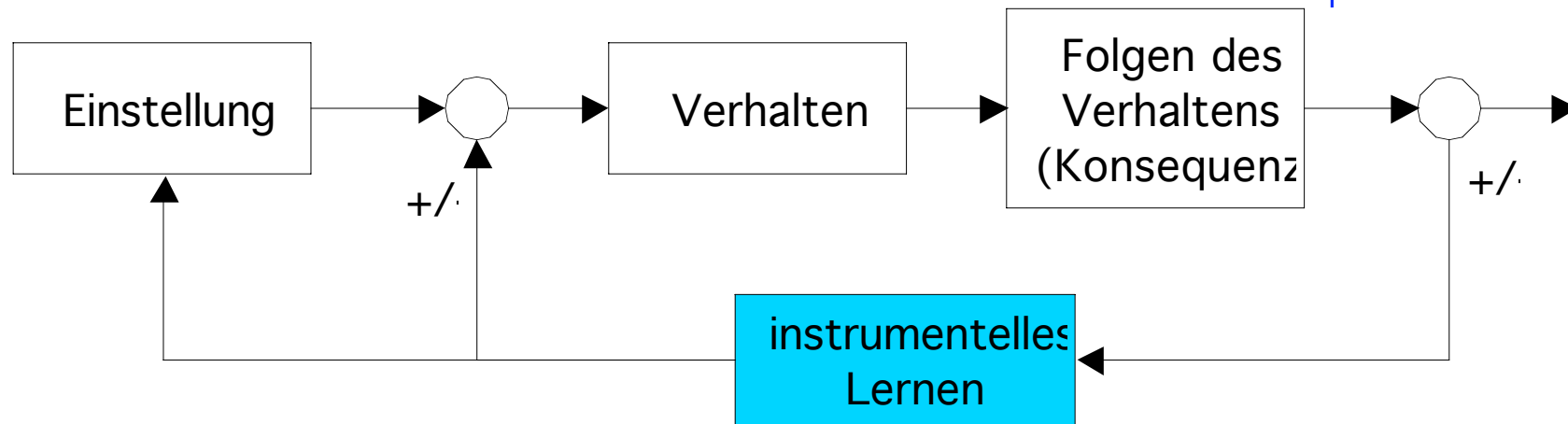
Einstellungen sind das Ergebnis von Lernprozessen, so dass Lernprinzipien eine wichtige Rolle spielen, wenn es darum geht, dass gesellschaftlich erwünschte Einstellungen erworben oder dahingehend verändert werden.

Lernformen

- klassisches Konditionieren
- instrumentelles (operantes) Konditionieren
- kognitives Lernen
- soziales Lernen (Lernen am Modell)



Instrumentelles Lernen



Entscheidend für das Verhalten ist demnach, ob die Verhaltensfolgen angenehm oder unangenehm sind.

typische Erfahrungsrepräsentation:

	Vorteile (verstärkend)	Nachteile (hemmend)
Auto fahren	<ul style="list-style-type: none">• Kurze Fahrtdauer• höheres Prestige• Flexibilität bez. Ankunft und Abfahrt• Gute Laune• Privatheit• freie Wahl des Fahrtweges• Gepäckmitnahme• Berechenbarkeit• zeitversetzte Kosten	<ul style="list-style-type: none">• Staugefahr• Kraftstoff- und Instandsetzungskosten
Nutzung des ÖPNV	<ul style="list-style-type: none">• Kennenlernen neuer Freunde• Zeit zum Lesen	<ul style="list-style-type: none">• Wetterabhängigkeit• Unbequemlichkeit• Lärm• Schmutz• Mürrisches Personal• lange Wege zu Haltestellen• Kriminalitätsgefahr• sofortige Kosten• Unberechenbarkeit• minimale Gepäckmitnahmemöglichkeit• minimale Wahl der Fahrtroute• Überfüllung• geringe Flexibilität bez. Ankunft und Abfahrt• geringes Prestige• lange Fahrzeiten

Erfahrungsbildung und Erfahrungsrepräsentation

Schritt 1: Lernen findet aufgrund von
Erfahrungen statt

Schritt 2: Die durch Lernprozesse erworbenen
Erfahrungen werden im Gedächtnis
gespeichert und auf diese Weise
personintern repräsentiert

Lernen im ÖPNV

Auch die im ÖPNV gemachten Erfahrungen werden kumuliert und personintern repräsentiert.

Damit eine personinterne Erfahrungsrepräsentation aufgebaut wird, die das gewünschte Verhalten nahe legt, bedarf es einer entsprechenden Erfahrungsbildung.

Einordnung der Verkehrserziehung

Eine wirkungsvolle Verkehrserziehung, die nicht nur auf das Einüben von Verhaltensroutinen abzielt, sondern auch die Erfahrungsbildung und den Aufbau personinterner Repräsentationen im Blick hat, ist noch weniger verzichtbar, je mehr die im Alltag gemachten von den gewünschten Erfahrungen abweichen.

Ansätze zur Förderung einer positiven Einstellung zum ÖPNV

- Ermöglichung direkter Erfahrungen durch gezielte Projekte, z.B. durch Situationen, in denen „cool rider“ anwesend sind, oder durch Ausbildung zum cool rider
- Bereitstellung von Materialien für indirekte Erfahrungen, z.B. in Form ansprechender Medien in der Verkehrserziehung

Ein Beispiel für eine zeitgemäße Lernsoftware





Die vom Bundesforschungsministerium geförderte Lernsoftware

„Mit dem Fahrrad durchs Netz“

zielt darauf ab, eine positive Haltung zum Rad fahren zu erzeugen und zu festigen.

In gleicher Weise könnte eine positive Einstellung zum ÖPNV aufgebaut werden!

Struktur der Lernsoftware: sechs „Lerntouren“

- 1) das Verkehrsangebot: *Unsere Wege mit dem Rad*
- 2) die individuelle Ausstattung: *So starten wir gut*
-  Regelungen und Konflikte im Straßenverkehr:
Miteinander im Straßenverkehr
-  Ökologische und Gesundheitsaspekte der
Verkehrsmittel: *Mit dem Fahrrad für die Umwelt*
-  Soziale und gesellschaftliche Einflussfaktoren des
Verkehrsverhaltens: *Mobilsein ist angesagt*
-  Geschichte des Fahrrads: *Historad*

Lerntour Nr. 4

Thema:

„Mit dem für die Umwelt“

Radfahren als Beitrag für

- die eigene Gesundheit und
- den Umweltschutz.

Am Beispiel der ökologischen Folgen des motorisierten Verkehrs werden angesprochen:

- Treibhauseffekt
- Platzbedarf
- umweltfreundlicher Verkehr



Lerntour Nr. 5

Thema:

„Mobilsein ist angesagt“

Anregungen zur Auseinandersetzung mit den Hintergründen der individuellen Mobilität und deren Folgen.

Schwerpunktthema ist die Wahl des Verkehrsmittels, z.B.:

- „Lernen in der Familie“
- „andere Länder, andere Sitten“







Ausblick

Eine überregionale Lernsoftware

„Mit dem ÖPNV durchs Netz“

wäre sehr wahrscheinlich eine
Erfolg versprechende Strategie im Bereich der
vermittelten Erfahrungsbildung.

Mögliche Struktur einer solchen Lernsoftware

- 1) Das Verkehrsangebot: *Unsere Wege mit Bus und Bahn*
 -  Unterwegs im Schülerverkehr: *Konflikte und wie sie gelöst werden können*
 -  Klimawandel und ökologische Aspekte: *Mit dem Umweltverbund unterwegs*
 -  Soziale und gesellschaftliche Einflussfaktoren des Unterwegsseins: *Mobilsein ist angesagt*
 -  Geschichte des öffentlichen Verkehrs: *Wann und wo fuhr die erste Straßenbahn?*

Herstellung einer Bindung an den ÖPNV durch Beachtung

der biographischen Dimension:

die Erfahrungsbildung bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel

der emotionalen Dimension:

die Bedeutung von Gefühlen in Bezug auf das Hinwendungs- oder Vermeidungsverhalten

der pädagogischen Dimension:

die Unterstützung der gewünschten Erfahrungsbildung durch Einsatz ansprechender Lernmaterialien.

Ende

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontaktaufnahme zur Referentin über
awmf-hh@web.de