

Zwischen Frust und Freiheit: Mobilität junger Menschen

Ein Policy Paper mit Impulsen für eine zukunftsfähige Mobilität



ADAC

In Zusammenarbeit mit:

sinus:

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

imobis

Herausgeber

ADAC Stiftung | Hansastraße 19
80686 München | Vertreten durch deren
Vorständin: Christina Tillmann
Rechtsform: von der Regierung von Oberbay-
ern am 22. September 2016 anerkannte Stif-
tung bürgerlichen Rechts. Die ADAC Stiftung
verfolgt ausschließlich und unmittelbar mild-
tätige und gemeinnützige Zwecke im Sinne
der Abgabenordnung (AO).

Autorinnen und Autoren

Dr. Susanne Langenohl, ADAC Stiftung
Prof. Dr.-Ing. Dirk Wittowsky, Institut für
Mobilitäts- und Stadtplanung der Universität
Duisburg-Essen

Projektverantwortung

Dr. Annika Nohe, ADAC Stiftung
E-Mail: annika.nohe@stiftung.adac.de
Telefon: +49 89 76 76 57 96

Christine Evertz, ADAC Stiftung
E-Mail: christine.evertz@stiftung.adac.de
Telefon: +49 89 76 76 57 26

Studiendurchführung

Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH

Layout und Datenvisualisierung

Schiwa Saadat

Bibliografische Daten

Erscheinungstag: 20. November 2025
DOI: <https://doi.org/10.69154/20251104>

Zitationshinweis

Langenohl, S. & Wittowsky, D. (2025).
Zwischen Frust und Freiheit: Mobilität junger
Menschen. Ein Policy Paper mit Impulsen für
eine zukunftsfähige Mobilität.
München: ADAC Stiftung.
DOI: [10.69154/20251104](https://doi.org/10.69154/20251104)



Junge Menschen im Fokus

Wie denken junge Menschen im Alter von 16 bis 27 Jahren über Mobilität in Zeiten des Klimawandels, die sowohl ihren Alltag rahmt als auch gesellschaftlichen Wandel widerspiegelt? Welche Anforderungen stellen sie an Mobilität, welche Erwartungen haben sie mit Blick auf die Zukunft und wie bewerten sie den Status quo? Und inwiefern unterscheiden sich ihre Perspektiven und Prioritäten von denen der Gesamtbevölkerung? Obwohl junge Menschen die Zukunft maßgeblich mitgestalten und in ihr leben werden, bleiben ihre Sichtweisen in Forschung und Politik bislang weitgehend unterrepräsentiert.

Die Studie der ADAC Stiftung in Kooperation mit dem SINUS-Institut und der Universität Duisburg-Essen geht auf Grundlage quantitativer und qualitativer Erhebungen der Frage nach, wie junge Menschen Mobilität aus ihrer jeweiligen Lebenswelt heraus wahrnehmen und bewerten und wie Einstellungen und Verhalten mit der Milieuzugehörigkeit und sonstigen Kontextfaktoren zusammenhängen. Sie rückt die junge Generation ins Zentrum der Analyse und zeigt: Viele junge Menschen erleben die bestehenden Mobilitätsangebote als unzureichend und wenig zukunftsfähig. Zwischen hohen Erwartungen und erlebten Defiziten entsteht eine wachsende Unzufriedenheit mit dem Risiko eines nachhaltigen Vertrauensverlusts. Dies ist ein Befund, der nicht nur ernst genommen, sondern als gesellschaftlich alarmierend verstanden werden sollte.

Pragmatismus statt Protest: Mobilität junger Menschen neu verstehen

*Weiterführende
Analysen sowie
konzeptionelle Vertiefungen
finden sich in einer
Grundlagenstudie und
Vertiefungsstudie.*

In der öffentlichen Wahrnehmung galt die junge Generation lange als treibende Kraft einer ökologischen Mobilitätswende, sichtbar etwa in den Protesten von „Fridays for Future“ oder der „Last Generation“. Dieses Bild einer kompromisslosen, klimapolitisch engagierten Jugend prägte vor wenigen Jahren noch viele Debatten. Doch gegenwärtig zeigt sich ein differenzierteres Bild: Der Fokus junger Menschen richtet sich zunehmend auf alltagsnahe, praktikable Lösungen statt auf abstrakte Zukunftsvisionen. Diese Verschiebung wird mitunter als Rückzug oder Desinteresse gedeutet, sie ist jedoch vielmehr Ausdruck eines politischen Anspruchs, der verlässliche Rahmenbedingungen und strukturelle Ermöglichung über individuelle Moral und Verzicht stellt.

Denn die junge Generation steht im Zentrum einer Gegenwart, die von Unsicherheit, Komplexität und beschleunigtem Wandel geprägt ist. Die Gleichzeitigkeit multipler Krisen – Klimawandel, geopolitische Spannungen, soziale Polarisierung – trifft auf eine Lebensphase, die ohnehin von Identitätsfindung und Zukunftsplanung geprägt ist. Vor diesem Hintergrund stellen sich zentrale Fragen: Wie blickt die junge Generation auf Mobilität und welche Erwartungen hat sie an eine nachhaltige Mobilitätswende?

Diese Fragen ergeben sich aus der Beobachtung, dass die Perspektiven junger Menschen in der Mobilitätsdebatte bislang zu wenig berücksichtigt werden, weder in politischen Entscheidungsprozessen noch in der Forschung. Wer ihre Lebensrealitäten und Erwartungen ignoriert, riskiert einen Vertrauensverlust, insbesondere in einer Generation, die als wandlungsbereit gilt und deren Potenzial für eine zukunftsgerichtete Mobilitätspolitik andernfalls ungenutzt bleibt.

Nachhaltige Mobilität ist nicht nur ein ökologisches Ziel, sondern ein gesellschaftlicher Schlüssel für gleichwertige Teilhabe, Zukunftsfähigkeit und soziale Gerechtigkeit und damit eine zentrale Aufgabe für Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft. Umso wichtiger ist es, die Debatte evidenzbasiert und jugendgerecht mitzugestalten.

Das Interesse galt daher auch der Frage, wie die junge Generation zu Nachhaltigkeit im Mobilitätskontext steht, sowohl als Grundhaltung als auch als konkrete Erwartung an politische und infrastrukturelle Rahmenbedingungen. Ihre Perspektive ist entscheidend, um nachhaltige Mobilität aus dem Blickwinkel der jungen Generation zu verstehen. Denn nur wenn ihre Sichtweisen ernst genommen und strukturell berücksichtigt werden, kann nachhaltige Mobilität gesellschaftlich wirksam gestaltet werden.

Die Studie basiert auf einem multimethodischen Design: Eine repräsentative Online-Befragung liefert belastbare quantitative Daten, ergänzt durch qualitative Zugänge wie Fokusgruppen und eine Online-Community. Milieu- und Generationenvergleiche ermöglichen eine differenzierte Einordnung zentraler Befunde, die in begleitenden Publikationen vertiefend analysiert werden. Die daraus abgeleiteten Impulse sind thematisch gebündelt und auf Anschlussfähigkeit an die aktuellen Debatten ausgerichtet.

Zentrale Erkenntnisse zur Mobilität junger Menschen

Die folgenden Befunde fassen zentrale Ergebnisse der Studie zusammen. Sie geben einen Einblick in die Mobilitätsrealitäten junger Menschen, die geprägt sind von Pragmatismus, Umsetzungsskepsis und schwindendem Vertrauen. Die Gen Z ist offen für Wandel und erwartet konkrete, alltagstaugliche Lösungen. Diese empirischen Einsichten bilden die Grundlage für die anschließenden Impulse für eine Mobilitätspolitik, die anschlussfähig an die Lebensrealitäten junger Menschen ist.

Sieben Erkenntnisse zur Mobilität junger Menschen:

1

Funktionalität bestimmt die Verkehrsmittelwahl.

2

Wahlfreiheit und Bedürfnisorientierung sind zentral.

3

Offenheit für technologische Innovationen trifft auf Umsetzungsskepsis.

4

Das Auto bleibt emotional relevant, eingebettet in ein Mobilitätsportfolio.

5

Mobilitätsgerechtigkeit gilt als Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe.

6

Nachhaltigkeit wird befürwortet, ist jedoch nicht handlungsleitend.

7

Milieus prägen eher Haltungen als Verhalten.

Zur Einordnung jugendspezifischer Befunde wurden die Daten der Gen Z (16–27 Jahre) systematisch mit denen der Online-Gesamtbevölkerung (16–74 Jahre) sowie einzelnen Generationen (Gen Y: 28–45 Jahre, Gen X: 46–60 Jahre, Babyboomer: 61–74 Jahre) verglichen. Intergenerationale Unterschiede werden nur dort ausgewiesen, wo sie signifikant und inhaltlich relevant sind. Dieses Vorgehen folgt einem Forschungsverständnis, das Jugend als integralen Teil gesellschaftlicher Entwicklungen begreift und jugendspezifische Abweichungen stets im gesamtgesellschaftlichen Kontext verortet (vgl. Albert, 2025; Grunert, 2012; Hurrelmann & Quenzel, 2020).

1

Funktionalität bestimmt die Verkehrsmittelwahl

Mobilität ist für junge Menschen vor allem eines: ein funktionales Alltagsinstrument. Die Wahl des Verkehrsmittels erfolgt pragmatisch. 52 Prozent der 16- bis 27-Jährigen nennen Schnelligkeit als wichtigstes Kriterium bei der Verkehrsmittelwahl, gefolgt von Verlässlichkeit (48 Prozent), geringen Kosten (44 Prozent) und Flexibilität (43 Prozent). Umweltfreundlichkeit rangiert mit (lediglich) 12 Prozent auf Platz 12 von 15 möglichen Kriterien. Nachhaltigkeit wird also nicht grundsätzlich abgelehnt, sondern funktionalen Anforderungen untergeordnet (siehe Abbildung 1).

Auch der Führerschein bleibt ein zentraler Zugang zur Mobilität: 85 Prozent der 16- bis 27-Jährigen besitzen ihn bzw. planen dessen Erwerb. Die Autonutzung ist dabei eingebettet in ein breites Mobilitätsportfolio und eine emotional aufgeladene Option unter vielen.

Das Reiseverhalten unterstreicht diesen Befund: Keine andere Altersgruppe reist so häufig und so weit wie die Gen Z. 78 Prozent haben in den letzten zwölf Monaten eine Reise über 100 km unternommen, bevorzugt mit dem Flugzeug (37 Prozent) oder Auto (31 Prozent als Mitfahrende, 24 Prozent selbstfahrend).

Diese Haltung spiegelt einen pragmatischen Umgang mit Mobilität wider: Junge Menschen entscheiden kontextbezogen. Gewählt wird, was im Alltag am besten funktioniert. Sie erwarten keine moralischen Appelle, sondern Strukturen, die nachhaltiges Verhalten zur einfachsten Option machen und situativen Bedürfnissen entsprechen. Wie ein 21-jähriger Befragter aus dem ländlichen Raum es formuliert, sei die Alternative zum Auto oftmals **„so schlecht, dass ich es gar nicht in Betracht ziehe (...) mit Bus und Bahn zu fahren“** – und weiter: **„Nur mit Moral wird man schwer ganze Gesellschaften grün bewegen.“** Solche Aussagen verdeutlichen: Es geht nicht um Ablehnung von Nachhaltigkeit, sondern um die Forderung nach praktikablen Lösungen, die sich in den Alltag integrieren lassen.

Kriterien für die Verkehrsmittelwahl



Abbildung 1: Kriterien für die Verkehrsmittelwahl – Gen Z (16–27 Jahre)

Basis: 2.006 Befragte 16–27 Jahre (gewichtet 339 Fälle) | F33. Was ist Dir bei der Verkehrsmittelwahl wichtig? (Max. 5 Nennungen möglich) | Signifikanzniveau der Abweichung von Gesamtbevölkerung: * 0,05 | ** 0,01 | *** 0,001

2 | Wahlfreiheit und Bedürfnisorientierung sind zentral

Die junge Generation schätzt Wahlfreiheit. Mobilität wird als praktisches Werkzeug zur Alltagsbewältigung verstanden. Je nach Situation und Bedürfnisstruktur wird das jeweils passende Verkehrsmittel gewählt. Diese Haltung ist Ausdruck von Pragmatismus und strategischem Realismus.

Empirisch zeigt sich ein deutliches Bedürfnis nach Multioptionalität: 61 Prozent der 16- bis 27-Jährigen wünschen sich die Möglichkeit, flexibel zwischen Verkehrsmitteln zu wählen und diese zu kombinieren. Zudem sind mehr als zwei Drittel auch tatsächlich multimodal unterwegs (68 Prozent, Babyboomer: 36 Prozent). Gleichzeitig sind nur 10 Prozent mit dem Status quo zufrieden (Babyboomer: 26 Prozent), was auf strukturelle Defizite und eine Diskrepanz zwischen Anspruch und Realität hinweist. Die hohe Nutzung des ÖPNV (59 Prozent, Babyboomer: 22 Prozent) und die regelmäßige Autonutzung (48 Prozent unter Führerscheinbesitzenden, als FahrerIn bzw. Fahrer) wie auch die multimodale Nutzung des Umweltverbunds¹ (30 Prozent, Babyboomer: 6 Prozent) zeigen, dass junge Menschen verschiedene Optionen nutzen, sofern diese verfügbar und alltagstauglich sind. Im Generationenvergleich wird jedoch deutlich: Die Gen Z zeigt das stärkste Bedürfnis nach Multioptionalität sowie das ausgeprägteste multimodale Verhalten und zugleich die geringste Zufriedenheit mit dem Status quo. Dies lässt auf ein hohes Veränderungsbedürfnis innerhalb der Gen Z schließen.

Digitale Vernetzung (28 Prozent) und Mobilstationen (25 Prozent) zählen neben einer hochwertig ausgebauten Mobilitätsinfrastruktur zu den fünf am häufigsten priorisierten Maßnahmen. Dies unterstreicht die Offenheit junger Menschen gegenüber innovativen und vernetzten Mobilitätsformen. Restriktive Maßnahmen wie weniger Parkplätze, City-Maut oder Tempolimit finden hingegen nur geringe Zustimmung (10 bzw. 11 Prozent). Diese werden abgelehnt, sofern sie nicht mit attraktiven Alternativen einhergehen (siehe Abbildung 2).

Zugleich zeigt sich eine ausgeprägte Sensibilität für Mobilitätsgerechtigkeit, insbesondere zwischen urbanen und ländlichen Räumen. Wie ein 27-jähriger Befragter aus dem ländlichen Raum beschreibt, seien die größten Hindernisse dort „**die fehlenden Angebote und die Abhängigkeit vom Auto**“. Die junge Generation fordert echte Wahlfreiheit und gerechte Strukturen.

1 Gemeint ist eine nicht-autobasierte Multimodalität, die die flexible Nutzung von zwei oder mehr Verkehrsmitteln aus dem Umweltverbund beschreibt und das Auto außen vor lässt.

Wünsche zur Verbesserung der Mobilität von morgen



Ranking	Maßnahmenbewertung der Gen Z für die Mobilität der Zukunft	Anteil
1	Ausbau und Zuverlässigkeit des ÖPNV	39,8 %
2	Verbesserung der Infrastruktur für Fußgängerinnen und Fußgänger (breite Wege, gesicherte Schulwege, weniger Verkehrsbelastungen)	28,9 %
3	Bessere Vernetzung unterschiedlicher Mobilitätsangebote in einer App (ein Ticket für alles, Fahrinfos aus einer Hand)	27,7 %
4	Ausbau von Haltestellen mit unterschiedlichen Mobilitätsangeboten (z. B. Bahn, Bus, Leihräder und Carsharing)	25,4 %
5	Massiver Ausbau von Radwegen und Fahrradstraßen	22,2 %
...		
16	Mehr Maßnahmen wie City-Maut und Tempolimit	10,9 %
17	Weniger Auto-Parkflächen	10,4 %
18	Ich finde die Mobilität gut, wie sie ist, und brauche keine neuen Maßnahmen	9,7 %

Abbildung 2: Maßnahmenbewertung der Gen Z für die Mobilität der Zukunft – Gen Z (16–27 Jahre)

Basis: 2006 Befragte 16-27 Jahre | F42. Wie sieht die Mobilität der Zukunft im besten Fall für Dich aus? Welche fünf Maßnahmen aus dieser Liste sollten Deiner Meinung nach auf jeden Fall umgesetzt werden? (Max. 5 Nennungen möglich)

3 Offenheit für technologische Innovationen trifft auf Umsetzungsskepsis

Die junge Generation zeigt sich offen für technologische Innovationen, bewertet deren Alltagstauglichkeit jedoch zurückhaltend. So befürworten 43 Prozent elektrifizierte Fahrzeuge, 36 Prozent Flugtaxis und 31 Prozent autonom fahrende Autos. Im Generationenvergleich wird deutlich: Die Zustimmung ist bei der Gen Z und Gen Y durchweg höher als bei älteren Generationen. Besonders ausgeprägt sind die Unterschiede bei Flugtaxis (Gen Z: 36 Prozent, Babyboomer: 21 Prozent) und autonomem Fahren (Gen Z: 31 Prozent, Babyboomer: 18 Prozent). Auch die emotionale Bewertung unterscheidet sich: 48 Prozent der Babyboomer empfinden autonom fahrende Fahrzeuge als beängstigend, gegenüber 33 Prozent in der Gen Z.

Die jüngeren Generationen sind technologieoffener, bewerten Innovationen differenziert, pragmatisch und nutzungsorientiert. Zukunftsnarrative entfalten jedoch nur dann Wirkung, wenn sie mit erfahrbaren Lösungen verbunden sind und nicht als abstrakte Visionen für ein fernes Morgen.

Empirisch zeigt sich eine ausgeprägte Skepsis gegenüber der Realisierbarkeit technologischer Zukunftsnarrative: 76 Prozent¹ der 16- bis 27-Jährigen zweifeln daran, dass Innovationen wie Flugtaxis oder Drohnen in den nächsten zehn Jahren Realität werden.

Auch die Bewertung konkreter Zukunftspfade (siehe Abbildung 3) zeigt eine Diskrepanz zwischen Wunsch und Realität: Eine nachhaltige Verkehrswelt wird von 53 Prozent der jungen Menschen als wünschenswert eingeschätzt. An deren Realisierbarkeit glauben jedoch nur 43 Prozent. Das „Technologie“-Szenario, das den breiten Einsatz autonomer Fahrzeuge und digital vernetzter Mobilitätsangebote im Alltag modelliert, wird von 44 Prozent der Gen Z als wünschenswert bewertet, jedoch nur 37 Prozent halten es für realistisch. Umgekehrt gilt das „Weiter so“-Szenario mit fortgesetzter privater Automobilität für 52 Prozent als wahrscheinlich, obwohl es nur 34 Prozent als wünschenswert bewerten.

Diese Diskrepanz verweist auf eine realistische Einschätzung struktureller Hürden. Wie eine 24-jährige Befragte aus dem ländlichen Raum es formuliert: **„Ich meine, die Technologie entwickelt sich weiter und dass man das mit einbezieht. Im Ausland sieht man auch mal ganz andere Verkehrsmöglichkeiten, Verkehrsmittel. Und ob das in zehn Jahren sich wirklich verändern wird, weiß ich nicht. Da hängt Deutschland schon sehr hinterher.“**

Auch Desillusionierung kann die Folge sein, wie ein 16-jähriger Befragter aus dem ländlichen Raum es formuliert: **„In den nächsten zehn Jahren glaube ich, dass sich nicht so viel ändern wird, weil es wird ja auch schon gefühlt seit zehn Jahren gesagt, dass sich was ändern soll – und so viel hat sich jetzt ehrlich gesagt nicht geändert (...).“** Der Wunsch nach Wandel ist vorhanden, doch das Vertrauen in dessen Umsetzung fehlt.

¹ „Teils, teils“: 23 Prozent, „unwahrscheinlich“: 32 Prozent, „sehr unwahrscheinlich“: 21 Prozent. Die Antwortoption „teils, teils“ wird hier als Ausdruck von Unsicherheit und damit als Skepsis gegenüber der Realisierbarkeit interpretiert.



Vorgelegte Zukunftsszenarien

Szenario 1:

„Weiter so“

1

Fortsetzung der privaten Automobilität

Das Auto bleibt in vielen Städten das dominierende Verkehrsmittel – teils auch elektrisch. Die Klimabewegung hat an Einfluss verloren. Der Ausbau von ÖPNV und Radwegen erfolgt nur punktuell aus finanziellen Gründen.

Szenario 2:

„Nachhaltige Verkehrswelt“

2

Umbau im Sinne eines Umweltverbunds

Der ÖPNV ist flächendeckend, günstig, zuverlässig und komfortabel. Der Autoverkehr ist stark zurückgegangen. Städte wurden umgebaut – mit attraktiven Rad- und Fußwegen. Car-sharing, Bikesharing und Shuttles prägen die urbane Mobilität.

Szenario 3:

„Multimodalität“

3

Alle Verkehrsmittel sind wichtig

Das Auto bleibt relevant, wird aber stärker reguliert. Sharing und Mikromobilität nehmen zu. Rad- und Fußwege wurden verbessert, Städte umgestaltet. Die Verkehrsmittelwahl ist flexibel und situationsbezogen.

Szenario 4:

„Technologie“

4

Autonome Fahrzeuge als Alltagsverkehrsmittel

Autonome E-Fahrzeuge und Züge sind weit verbreitet, Privatautos kaum noch nötig. Der Verkehr ist KI-gesteuert, keine Staus, kaum Unfälle. Flugtaxis, Drohnen und Roboter übernehmen den Transport. Alle Verkehrsmittel sind vernetzt und nutzbar mit einem Ticket.

Bewertung der Zukunftsszenarien

Top 2 („Würde mir sehr gefallen“/„gefallen“ und „Sehr wahrscheinlich“/„wahrscheinlich“)

16–27 Jahre

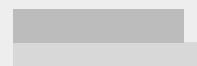
16–74 Jahre

Alle Verkehrsmittel sind wichtig – das „Multimodalitäts“-Szenario

55%***
54%



45%
51%

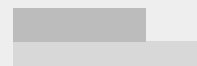


Umbau im Sinne eines Umweltverbunds – das „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenario

43%**
53%



35%
53%

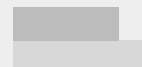


Autonome Fahrzeuge als Alltagsverkehrsmittel – das „Technologie“-Szenario

37%***
44%**



28%
36%



Fortsetzung der privaten Automobilität – das „Weiter so“-Szenario

52%
34%**



48%
26%



Abbildung 3: Bewertung der Zukunftsszenarien – Gen Z und deutschsprachige Online-Bevölkerung (16–74 Jahre) im Vergleich

F46. Wahrscheinlichkeit
 F47. Wünschbarkeit

Basis: 3.615 Befragte 16–74 Jahre (gewichtet 2.000 Fälle) | 2.006 Befragte 16–27 Jahre (gewichtet 339 Fälle) | F46. Für wie wahrscheinlich hältst Du das Eintreten dieser möglichen Zukunft? | F47. Wie gut würde Dir diese mögliche Zukunft gefallen?

Signifikanzniveau der Abweichung von Gesamtbevölkerung: * 0,05 | ** 0,01 | *** 0,001

4

Das Auto bleibt relevant, eingebettet in ein Mobilitätsportfolio

Für die Gen Z ist das Auto ein funktional genutztes Verkehrsmittel mit hoher emotionaler Bedeutung. Der Führerschein besitzt für viele junge Menschen eine hohe Relevanz¹: 80 Prozent verbinden ihn mit Unabhängigkeit und Freiheit, 67 Prozent mit dem Eintritt ins Erwachsensein. Diese funktionale Bedeutung wird durch eine starke emotionale Aufladung ergänzt: 76 Prozent der Gen Z zeigen eine symbolisch-emotionale Bindung zum Auto. Statusprojektionen ins Auto und hedonistische Erlebniswerte sind in dieser Generation sogar intensiver aufgeladen als in den älteren Kohorten (siehe Abbildung 4).

Ein 17-jähriger Befragter aus der Stadt beschreibt das Auto als etwas, das ihm „**eine riesige Freiheit**“ gibt. Selbst das begleitete Fahren mache ihm „**riesigen Spaß**“, was als Ausdruck früher emotionaler Bindung gelesen werden kann.

Dennoch ist das Auto für die Gen Z keine universale Mobilitätslösung. Es ist Teil eines inter- und multimodalen Mobilitätsportfolios, das situativ genutzt wird. So findet innerhalb der Gen Z die PKW-Nutzung deutlich häufiger multimodal (39 Prozent, Babyboomer: 31 Prozent) als monomodal statt (10 Prozent, Babyboomer: 32 Prozent). Auch andere Verkehrsmittel sind emotional konnotiert – etwa Sharing-Angebote, die mit hedonistischen oder autonomiebezogenen Bedeutungen aufgeladen sind. Die emotionale Bindung fällt hier jedoch insgesamt etwas schwächer aus als zum Auto. Mobilität wird für die Gen Z damit nicht ent-emotionalisiert, sondern emotional diversifiziert, mit dem Auto als starkem, aber nicht alleinigem Symbolträger.

Mobilitätsangebote müssen also nicht nur funktional überzeugen, sondern auch emotional anschlussfähig sein, insbesondere dann, wenn sie das Auto als dominante Option ablösen sollen. Die starke symbolisch-emotionale Bindung der Gen Z an das Auto erklärt neben funktionalen Gründen, warum es trotz ökologischen Bewusstseins weiterhin genutzt wird.

¹ Siehe auch 1. Funktionalität bestimmt die Verkehrsmittelwahl.



Symbolisch-emotionale PKW-Orientierungen innerhalb der Gen Z

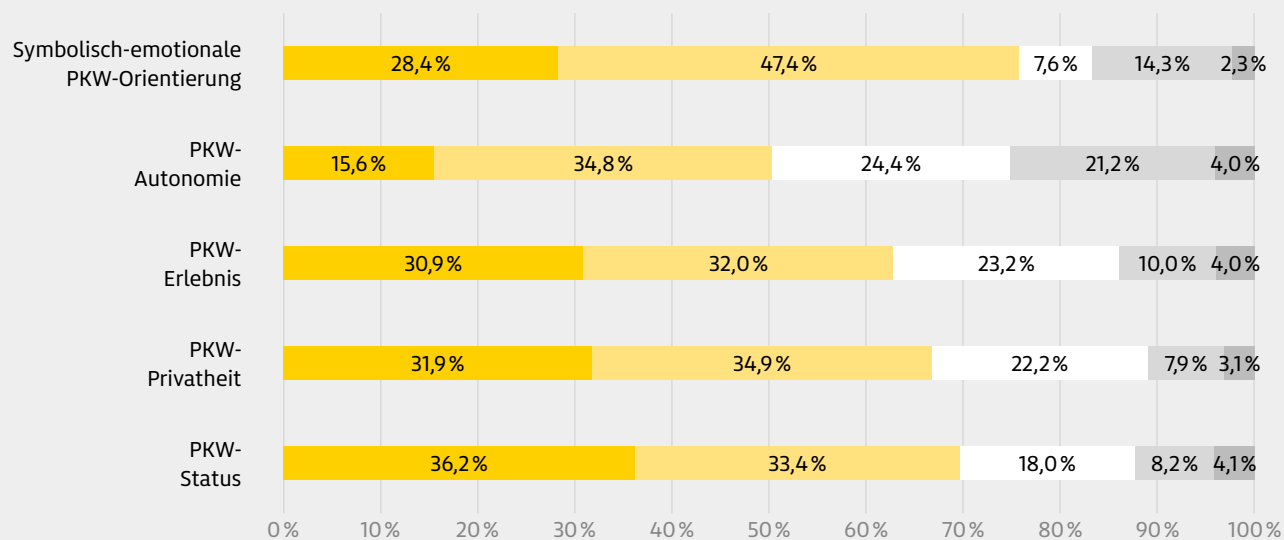
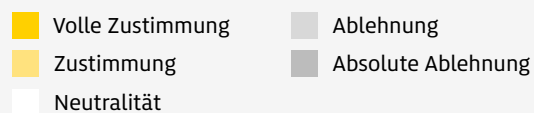


Abbildung 4: Symbolisch-emotionale PKW-Orientierungen innerhalb der Gen Z

Basis: 2.006 Befragte (16–27 Jahre)



5 Mobilitätsgerechtigkeit gilt als Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe

Für junge Menschen ist Mobilität eine zentrale Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe. Insbesondere im ländlichen Raum erleben sie strukturelle Benachteiligungen, durch fehlende Alternativen zum Auto.

Empirisch zeigt sich: Die junge Generation misst dem Thema Mobilität im intergenerationalen Vergleich eine höhere Bedeutung bei (28 Prozent gegenüber 19 Prozent in der Gesamtbevölkerung), ist zugleich jedoch unzufriedener mit dem Status quo: Nur 10 Prozent der 16- bis 27-Jährigen zeigen sich zufrieden mit bestehenden Angeboten, der niedrigste Wert im Generationenvergleich. Diese Unzufriedenheit ist kein rein ländliches Phänomen, sondern Ausdruck eines allgemeinen Verbesserungsbedarfs im Mobilitätssystem. Entsprechend priorisieren 40 Prozent der jungen Befragten den Ausbau und die Verbesserung der Zuverlässigkeit des öffentlichen Nahverkehrs (ÖPNV), noch vor Sharing-Angeboten oder neuen Technologien (siehe Abbildung 2, S. 9).

Die Diskrepanz zwischen Anspruch und Realität zeigt sich besonders in der ungleichen Erreichbarkeit je nach Siedlungsstruktur: Während in Großstädten (ab 500.000 Einwohnern) vier von fünf Befragten den ÖPNV gut erreichen, sind es in kleineren Städten und ländlichen Räumen (unter 5.000 Einwohnern) nur etwa die Hälfte. Noch deutlicher wird die Ungleichverteilung bei Sharing-Angeboten: E-Scooter-Sharing ist für nur 16 Prozent der Befragten in ländlichen Räumen gut erreichbar (Großstädte: 66 Prozent), Carsharing für 15 Prozent (Großstädte: 38 Prozent) (siehe Abbildung 5).

Zwei Befragte aus dem ländlichen Raum bringen es auf den Punkt: „**Also, man müsste erst mal hier die Angebote schaffen, auf jeden Fall, und die Infrastruktur dahingehend, ja, deutlich verbessern.**“, so eine 25-Jährige. Ein 21-Jähriger berichtet: „**Es gibt so einen Bus bei uns (...). Und der fährt am Sonntag genau vier Mal. (...) Ab 22/23 Uhr, glaube ich, fährt gar kein Bus mehr.**“ Solche Aussagen verdeutlichen die Lücken im Angebot und die daraus resultierenden Einschränkungen.

Erreichbarkeit von Verkehrsmitteln



Top 2 („Sehr gut“/„Eher gut“)	Gesamt	bis 5.000 Einwohner	5.000 bis 20.000 Einwohner	20.000 bis 100.000 Einwohner	100.000 bis 500.000 Einwohner	über 500.000 Einwohner
Öffentliche Verkehrsmittel (ÖPNV) (z. B. Bus, (U-)Bahn, Tram oder Zug)	71 %	53 %	64 %	68 %	80 %	82 %
E-Scooter-Sharing (Ausleihen oder gemeinschaftliche Nutzung eines E-Rollers)	41 %	16 %	24 %	35 %	56 %	66 %
Carsharing (Ausleihen oder gemeinschaftliche Nutzung eines Autos)	25 %	15 %	19 %	21 %	28 %	38 %
Bikesharing (Ausleihen oder gemeinschaftliche Nutzung eines Fahrrads)	25 %	19 %	18 %	21 %	29 %	39 %

Abbildung 5: Erreichbarkeit von Verkehrsmitteln – Gen Z nach Wohnort

Basis: 2.006 Befragte 16–27 Jahre | Sortiert nach Top 2 | F17. Wie gut erreichst Du folgende Nahverkehrsangebote von Deiner Wohnung aus? | Ortsgröße politisch

Signifikanzniveau 0,001 0,01 0,05

Überdurchschnittlich ■ ■ ■

Unterdurchschnittlich ■ ■ ■

6 | Nachhaltigkeit wird befürwortet, ist jedoch nicht handlungsleitend

Nachhaltigkeit ist für viele junge Menschen ein relevantes Anliegen, doch sie ist kein handlungsleitender Alltagskompass oder Treiber. Funktionale Anforderungen überlagern ökologische Überzeugungen. Dieses Spannungsfeld lässt sich als Nachhaltigkeitsparadoxon beschreiben: moralische Zustimmung trifft auf pragmatische Entscheidungslogiken.

Empirisch zeigt sich diese Diskrepanz wie folgt: Zwar geben 53 Prozent der 16- bis 27-Jährigen an, sich moralisch verpflichtet zu fühlen, umweltfreundlich zu handeln. Die eigene wie auch die sozial vermittelte moralische Verpflichtung zu umweltverträglichem Verhalten in der Alltagsmobilität sind bei den Jüngeren deutlich intensiver ausgeprägt als bei Älteren. Bei konkreten Verkehrsmittelentscheidungen spielt Umweltfreundlichkeit jedoch nur für 12 Prozent der jungen Menschen eine zentrale Rolle. Vorrang haben funktionale Kriterien.

Auch die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung spiegelt die selektiv-pragmatische Haltung junger Menschen wider: 42 Prozent fühlen sich persönlich verantwortlich, durch ihr Verhalten zum Umwelt- und Klimaschutz beizutragen, 58 Prozent äußern sich entsprechend skeptisch bis ablehnend¹. Zugleich betrachten 58 Prozent den Klimaschutz als kollektive Aufgabe, 35 Prozent empfinden die öffentliche Debatte als übertrieben (siehe Abbildung 6).

Diese Haltung zeigt sich auch in der Interpretation von Nachhaltigkeit: Nicht als Einschränkung, sondern als Möglichkeitsraum für Verbesserungen. Ein 27-jähriger Befragter aus dem ländlichen Raum formuliert es so: „**Nachhaltigkeit muss ja nicht immer Verzicht bedeuten, sondern könnte auch einfach heißen, bessere Alternativen zu entwickeln.**“ Damit wird impliziert, dass Offenheit gegenüber Nachhaltigkeit an konkrete, alltagstaugliche Lösungen geknüpft ist, nicht an abstrakte moralische Appelle.

Auch andere Faktoren wie Sicherheit können ökologische Erwägungen überlagern. Eine 19-jährige Befragte aus der Stadt bringt es auf den Punkt, zumal sie „**vor allem wenn es spät wird, immer zum Auto greifen würde, egal ob die Umwelt nun dadurch gefährdet wird oder nicht, weil mir meine Sicherheit wichtiger ist.**“

1 Die Antwortoption „teils, teils“ wird hier als Ausdruck von Unsicherheit und damit als Skepsis gegenüber der eigenen Verantwortlichkeit für umweltfreundliches Verhalten interpretiert.

Einstellungen der Gen Z zu Klima und Umwelt



Top 2
(„Stimme voll und ganz zu“/„Stimme zu“)



Ich glaube, dass wir Menschen in Deutschland durch unser Mobilitätsverhalten etwas für den Umwelt- und Klimaschutz bewirken können.

58 %

18 % 40 %

27 %

11 % 4 %

Das aktuelle Mobilitätsverhalten der Gesellschaft ist schlecht für Klima und Umwelt.

51 %

16 % 35 %

33 %

11 % 4 %

Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel hin zu klimafreundlicher Mobilität für mich mit Mehrkosten verbunden ist.

47 %***

12 % 34 %

34 %

16 % 4 %

Ich fühle mich persönlich verantwortlich, zum Umwelt- und Klimaschutz beizutragen, indem ich mich möglichst umweltfreundlich fortbewege.

42 %

13 % 29 %

34 %

17 % 7 %

Die Bedeutung von Umwelt- und Klimaproblemen wird in der Öffentlichkeit übertrieben dargestellt.

35 %

10 % 25 %

30 %

25 % 10 %

„Stimme voll und ganz zu“ | „Stimme zu“ | „Teils, teils“ | „Stimme nicht zu“ | „Stimme überhaupt nicht zu“

Abbildung 6: Einstellungen zu Klima und Umwelt im Mobilitätskontext – Gen Z

Basis: 2.006 Befragte 16–27 Jahre | Sortiert nach Top 2 | F37. Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen zu den Themen Klima und Umwelt zu? | Signifikanzniveau der Abweichung von Gesamtbevölkerung: * 0,05 | ** 0,01 | *** 0,001

7 | Milieus prägen eher Haltungen als Verhalten

Dass die junge Generation keine homogene Gruppe ist, zeigt sich besonders deutlich im Blick auf die Sinus-Milieus¹, die Menschen nach sozioökonomischer Lage und Werteorientierung differenzieren. Progressive Milieus wie die Postmateriellen, Neo-Ökologischen und Expeditiven zeichnen sich durch ein hohes Maß an Zukunftsorientierung, Veränderungsbereitschaft und Nachhaltigkeitsbewusstsein aus. Traditionellere und sozial belastete Milieus wie das Prekäre oder das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu hingegen orientieren sich stärker an Stabilität, Sicherheit und Vertrautheit. Bemerkenswert ist dabei die Verteilung innerhalb der Gen Z: 37 Prozent gehören zu den progressiven Zukunftsmilieus, deutlich mehr als in der Gesamtbevölkerung (19 Prozent). Gleichzeitig zählen nur 8 Prozent zu den traditionellen Milieus (Traditionelle und Nostalgisch-Bürgerliche), während dieser Anteil in der Gesamtbevölkerung bei rund 18 Prozent liegt. Diese Verschiebung verweist auf eine veränderte Werteorientierung innerhalb der jungen Generation und ein erhöhtes gesellschaftliches Veränderungspotenzial.

Diese Unterschiede spiegeln sich deutlich in den Einstellungen zu Klimaschutz und Mobilitätswende wider: So befürworten 73 Prozent der Postmateriellen das Szenario einer nachhaltigen Verkehrswelt, während in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte 40 Prozent, im Prekären Milieu 30 Prozent diese Zukunftsvision teilen (siehe Abbildung 7). Diese Unterschiede zeigen sich auch in der Einschätzung der Realisierbarkeit zukunftsbezogener Szenarien: Progressive Milieus glauben eher an Wandel und Umsetzbarkeit, während in traditionellen und mittleren Milieus Skepsis überwiegt. Auch die Zustimmung zu Einschränkungen des Autoverkehrs zugunsten von Rad- und Fußverkehr variiert deutlich: 66 Prozent der Postmateriellen und 51 Prozent der Neo-Ökologen unterstützen solche Maßnahmen, während die Zustimmung im Traditionellen Milieu bei 37 Prozent und in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte bei lediglich 29 Prozent liegt.

Doch diese milieuspezifischen Haltungen schlagen sich nicht automatisch im Verhalten nieder. Die Verkehrsmittelnutzung, etwa beim öffentlichen Nahverkehr oder bei Flugreisen, unterscheidet sich kaum signifikant zwischen den Milieus. Selbst in einem klimasensiblen Bereich wie Flugreisen zeigen sich keine relevanten Unterschiede. Milieus prägen Haltungen und beeinflussen Verhalten punktuell, bei differenzierter Betrachtung etwa hinsichtlich der Wahl des Hauptverkehrsmittels oder der Multimodalität. Sie prägen jedoch nicht Verhalten in seiner Gesamtheit. Milieus wirken dabei weniger als direkte Verhaltensdeterminanten, sondern prägen vor allem langfristige Haltungen und Orientierungen, die situativ handlungsleitend werden können.

Diese Diskrepanz lässt sich durch die Dominanz funktionaler Kriterien erklären. Mobilität wird von jungen Menschen, unabhängig vom Milieu, primär als Mittel zur Alltagsbewältigung verstanden. Schnelligkeit, Zuverlässigkeit, Komfort und Sicherheit überlagern ökologische Prinzipien, selbst in den Milieus mit starkem Nachhaltigkeitsbewusstsein. So sehen sich zwar 56 Prozent der Postmateriellen persönlich in der Pflicht, klimafreundlicher zu handeln, doch in allen anderen progressiven Milieus wie dem Expeditiven oder Neo-Ökologischen Milieu sinkt die Zustimmung zur persönlichen Verantwortung auf Durchschnittsniveau.

1 Die Analyse basiert auf dem Modell der Sinus-Milieus, das gesellschaftliche Gruppen nach ihrer sozialen Lage sowie nach ihren Grundorientierungen, Werten und Lebensstilen unterscheidet. Es erweitert klassische soziodemografische Ansätze, indem es die Vielfalt jugendlicher Lebenswelten sichtbar macht und differenzierte Erklärungen für Einstellungen und Verhalten liefert. Das aktuelle Modell unterscheidet zehn Lebenswelten, die jeweils Menschen gruppieren, die sich in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. (Barth et al., 2024)

Befürwortung des „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenarios nach Sinus-Milieus®



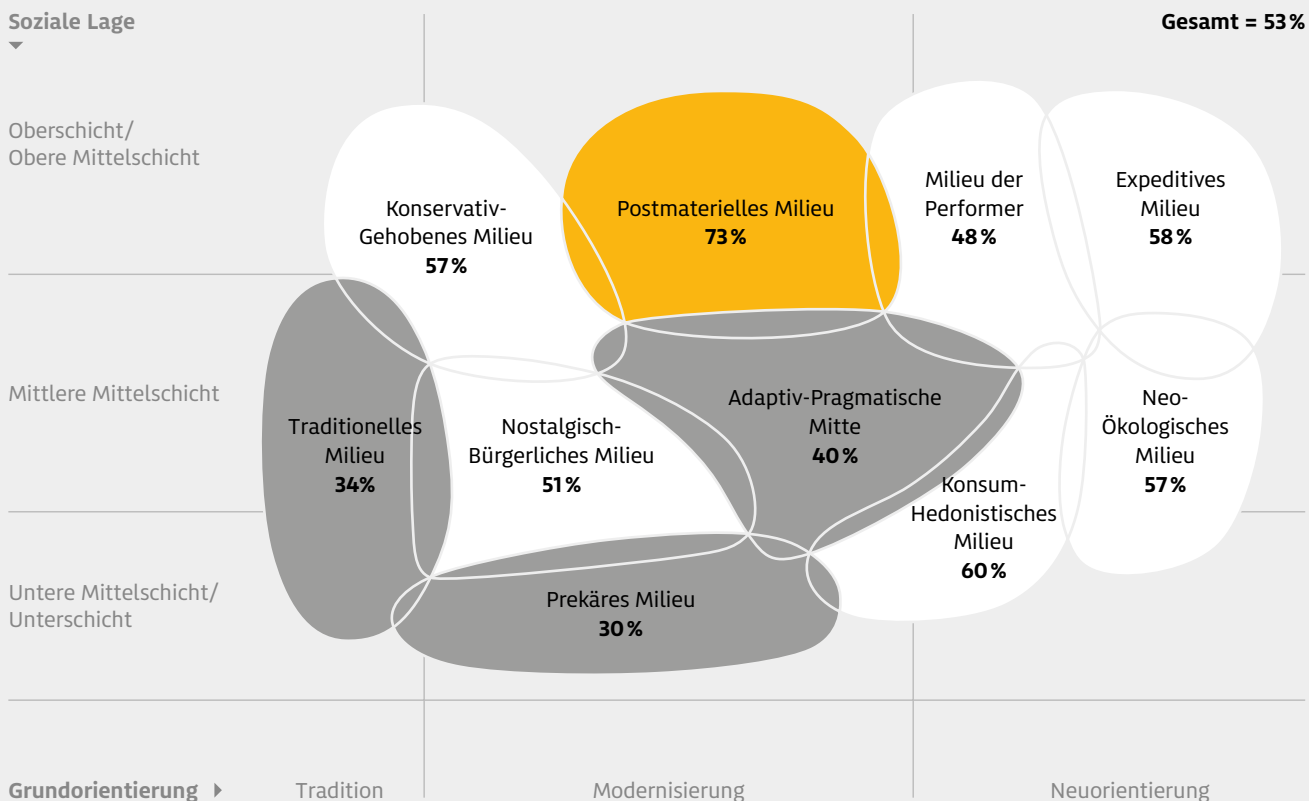
Soziale Lage

Oberschicht/
Obere Mittelschicht

Mittlere Mittelschicht

Untere Mittelschicht/
Unterschicht

Gesamt = 53%



Sinus-Milieu

Beschreibung²

Konservativ-Gehobenes Milieu	Die alte strukturkonservative Elite
Postmaterielles Milieu	Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln
Milieu der Performer	Die effizienzorientierte und fortschrittsoptimistische Leistungselite
Expeditives Milieu	Die ambitionierte kreative Bohème
Neo-Ökologisches Milieu	Die progressiven Realisten
Adaptiv-Pragmatische Mitte	Der moderne Mainstream
Konsum-Hedonistisches Milieu	Die auf Konsum und Entertainment fokussierte (untere) Mitte
Prekäres Milieu	Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht
Nostalgisch-Bürgerliches Milieu	Die harmonieorientierte (untere) Mitte
Traditionelles Milieu	Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation

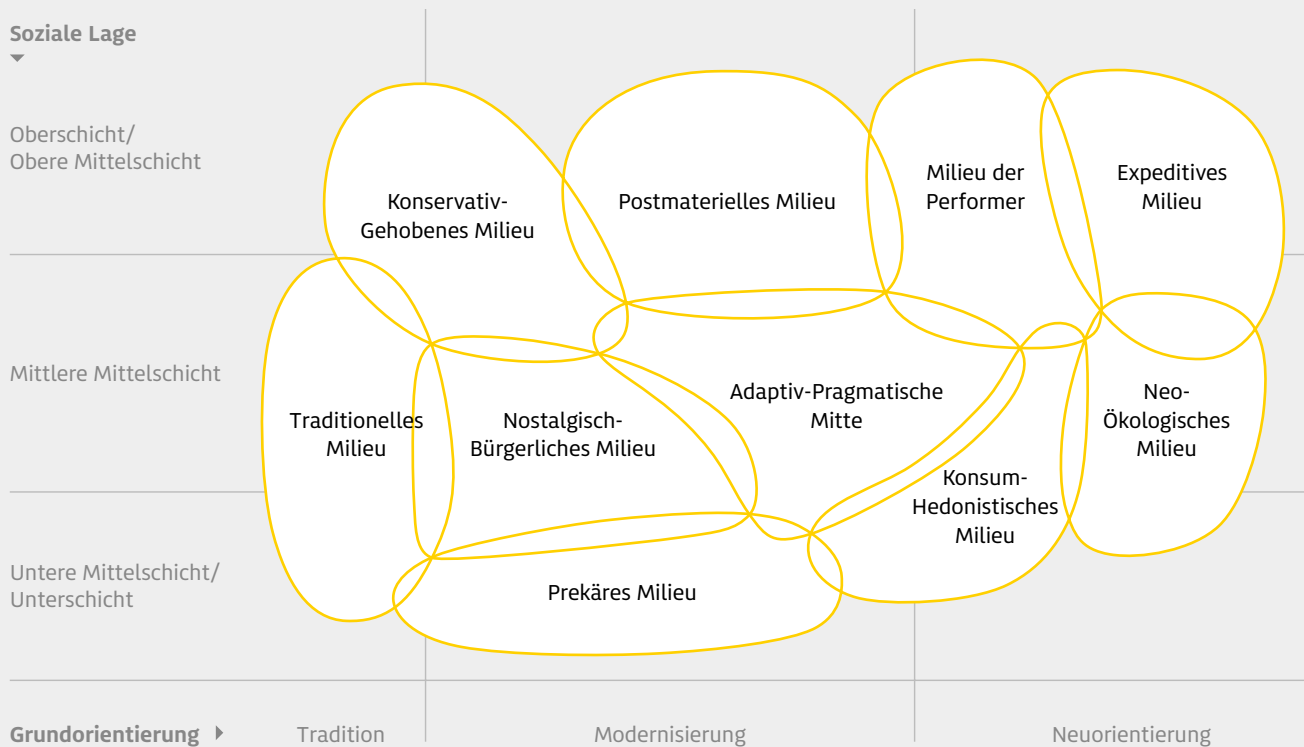
Abbildung 7: Befürwortung des „Nachhaltige Verkehrswelt“-Szenarios nach Sinus-Milieus (16- bis 27-Jährige)

Basis: 2.006 Befragte 16–27 Jahre | F47. Wie gut würde Dir diese mögliche Zukunft gefallen? |
Quelle: SINUS | Grafik: eigene Darstellung

Signifikanzniveau 0,001 0,01 0,05
Überdurchschnittlich ■ ■ ■
Unterdurchschnittlich ■ ■ ■

2 Kurzbeschreibung der Sinus-Milieus siehe Abbildung 8, S. 21 f

Sinus-Milieus® in Deutschland



Konservativ-Gehobenes Milieu

Die strukturkonservative Elite: klassische Verantwortungs- und Erfolgsethik sowie Exklusivitäts- und Statusansprüche; Wunsch nach Ordnung und Balance; Selbstbild als Fels in der Brandung postmoderner Beliebigkeit; Erosion der gesellschaftlichen Führungsrolle

Milieu der Performer

Die effizienzorientierte und fortschritts-optimistische Leistungselite: globalökonomisches und liberales Denken; gesamtgesellschaftliche Perspektive auf der Basis von Eigenverantwortung; Selbstbild als Stil- und Konsum-Pioniere; hohe Technik- und Digital-Affinität

Postmaterielles Milieu

Engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln: Selbstbestimmung und -entfaltung sowie auch Gemeinwohlorientierung; Verfechter von Post-Wachstum, Nachhaltigkeit, diskriminierungsfreien Verhältnissen und Diversität; Selbstbild als gesellschaftliches Korrektiv

Expeditives Milieu

Die ambitionierte kreative Bohème: urban, hip, digital, kosmopolitisch und vernetzt; auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen, Lösungen und Erfolgen; ausgeprägte Selbstdarstellungskompetenz, Selbstbild als postmoderne Elite

Neo-Ökologisches Milieu

Die Treiber der globalen Transformation: Optimismus und Aufbruchsmentalität bei gleichzeitig ausgeprägtem Problembewusstsein für die planetaren Herausforderungen; offen für neue Wertesynthesen: Disruption und Pragmatismus, Erfolg und Nachhaltigkeit, Party und Protest; Selbstbild als progressive Realisten; umwelt- und klimasensibler Lebensstil

Prekäres Milieu

Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht: Dazugehören und Anschlusshalten an den Lebensstandard der breiten Mitte – aber Häufung sozialer Benachteiligungen und Ausgrenzungen; Gefühl des Abgehängtseins, Verbitterung und Ressentiments; Selbstbild als robuste Durchbeißer

Adaptiv-Pragmatische Mitte

Der moderne Mainstream: Anpassungs- und Leistungsbereitschaft, Nützlichkeitsdenken, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit; wachsende Unzufriedenheit und Verunsicherung aufgrund der gesellschaftlichen Entwicklung; Selbstbild als flexible Pragmatiker

Nostalgisch-Bürgerliches Milieu

Die harmonieorientierte (untere) Mitte: Wunsch nach gesicherten Verhältnissen und einem angemessenen Status; Selbstbild als Mitte der Gesellschaft, aber wachsende Überforderung und Abstiegsängste; gefühlter Verlust gelernter Regeln und Gewissheiten; Sehnsucht nach alten Zeiten

Konsum-Hedonistisches Milieu

Die auf Konsum und Entertainment fokussierte (untere) Mitte: Spaßhaben im Hier und Jetzt; Selbstbild als cooler Lifestyle-Mainstream; starkes Geltungsbedürfnis; berufliche Anpassung vs. Freizeit-Eskapismus; zunehmend genervt vom Diktat der Nachhaltigkeit und Political Correctness

Traditionelles Milieu

Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation: verhaftet in der kleinbürgerlichen Welt bzw. traditionellen Arbeiterkultur; anspruchslose Anpassung an die Notwendigkeiten; steigende Akzeptanz der neuen Nachhaltigkeitsnorm; Selbstbild als rechtschaffene kleine Leute

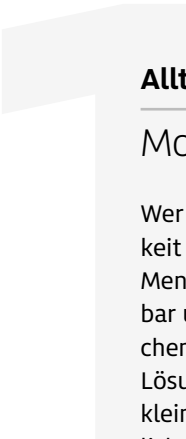
Impulse für alle, die Mobilität mitgestalten

Wenn es Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft ernst ist mit einer nachhaltigen, gerechten und zukunftsfähigen Mobilität, reicht es nicht aus, sich auf individuelle Verhaltensänderung zu verlassen oder abstrakte Zukunftsvisionen zu entwerfen. Gefragt sind strukturell verankerte Lösungen, die im Alltag funktionieren und gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen.

Die Impulse richten sich an alle, die Mobilität gestalten – von politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern über kommunale Verwaltung und Verkehrsplanung bis hin zu zivilgesellschaftlichen Organisationen und Initiativen.

Denn bislang dominieren häufig punktuelle Ansätze, etwa in Form innovativer Pilotprojekte oder kommunikativer Kampagnen, die nicht immer systematisch ineinandergreifen, in die Fläche getragen und für junge Menschen kaum spürbare Verbesserungen im Alltag bewirken.

Die Impulse bündeln zentrale empirische Erkenntnisse und leiten daraus drei thematische Cluster ab: Alltagstauglichkeit, Wahlfreiheit und Nachhaltigkeit. Innerhalb dieser Cluster werden übergeordnete Handlungslinien skizziert und exemplarische Maßnahmen abgeleitet, die Bewährtes aufgreifen, Lücken schließen und Orientierung bieten. Zentrale empirische Befunde werden in exemplarische Maßnahmen übersetzt, die an die Lebensrealitäten junger Menschen anschließen. Einige der Ansätze wurden bereits umgesetzt, etwa als kleinräumige Pilotprojekte, regionale Initiativen oder technische Infrastrukturen. Jedoch stehen die systematische Weiterentwicklung, Verstetigung und Skalierung dieser bestehenden Ansätze oft noch aus.



Alltag ermöglichen:

Mobilität sollte funktionieren, nicht frustrieren

Wer Mobilität zukunftsfähig gestalten will und das verlorene Vertrauen in die Handlungsfähigkeit zurückgewinnen will, sollte sich konsequent an den funktionalen Anforderungen junger Menschen orientieren. Innovative Mobilitätsangebote sollten intuitiv nutzbar, verlässlich verfügbar und kontextsensibel anschlussfähig sein. In vielen Regionen scheint es bislang an einer flächendeckenden und alltagspraktischen Verankerung solcher Angebote zu mangeln. Bestehende Lösungen wie Sharing-Systeme, Rufbusse oder multimodale Schnittstellen bleiben häufig auf kleinräumige Pilotprojekte beschränkt, sind schwer zugänglich oder nicht durchgängig verlässlich. In ländlichen Räumen fehlen oft zentrale Mobilitätspunkte, digitale Orientierungshilfen und regelmäßige Taktung. Auch in urbanen Räumen sind viele Angebote nicht immer sinnvoll kombinierbar oder emotional anschlussfähig.

Um diese Lücken zu adressieren, könnten integrierte dynamische Plattformen helfen, die verschiedene Verkehrsträger bündeln und deren Nutzung vereinfachen, etwa durch Mobility-as-a-Service-Ansätze mit Echtzeitinformationen, Buchung und Bezahlung in einer Anwendung. Zukunftsorientiert ließen sich automatisierte Kleinbusse oder autonome Shuttles dort einsetzen, wo klassische Angebote an ihre Grenzen stoßen.

Zudem wäre es sinnvoll, neue Angebote auch großräumig sichtbar und erfahrbar zu machen. So schaffen etwa mobile Ausstellungen, Pop-up-Stationen oder Plattformen für Best Practices Transparenz, stärken Vertrauen und ermöglichen Beteiligung. Sie zeigen, was funktioniert, und machen politische Maßnahmen im Alltag überprüfbar. Ergänzend könnten lokale Mobility Co-Labs entstehen, in denen gemeinschaftlich organisierte Mobilitätslösungen entwickelt werden, passgenau für die Bedürfnisse vor Ort und mit aktiver Beteiligung junger Menschen. Viele dieser Angebote werden bereits punktuell erprobt. Entscheidend ist nun, sie zu skalieren und strukturell zu verankern.

Ein weiterer partizipativer Ansatz besteht darin, neue Mobilitätsformen in großflächigen Reallaboren mit klarer Verstetigungsperspektive zu erproben, insbesondere dort, wo junge Menschen im Fokus stehen. Solche Testumgebungen unter Alltagsbedingungen könnten genutzt werden, um Angebote gemeinsam mit jungen Menschen zu testen und weiterzuentwickeln. Dabei ließe sich nicht nur die technische Alltagstauglichkeit prüfen, sondern auch die Passung zu jugendlichen Routinen und Erwartungen. So würden Reallabore nicht nur als Innovationsräume, sondern auch als Beteiligungsformate wirken, die junge Menschen aktiv in die Mobilitätsgestaltung einbinden.

Wahlfreiheit schaffen:

Mobilität sollte Optionen bieten, nicht einschränken

Zukunftsfähige Mobilität braucht nicht nur neue Angebote, sondern auch echte Wahlfreiheit, durch integrierte Systeme, digitale Zugänglichkeit und tarifliche Flexibilität. Derzeit scheint es an einer Infrastruktur zu fehlen, die verschiedene Angebote sinnvoll miteinander verknüpft. Technisch und gesellschaftlich-orientierte Förderinstrumente sind nicht immer zielführend aufeinander abgestimmt, digitale Anwendungen oft nicht auf junge Zielgruppen zugeschnitten. Tarifgrenzen oder mangelnde Interoperabilität erschweren eine bedarfsgerechte Nutzung.

Ein mögliches Instrument zur Förderung von Wahlfreiheit ist ein digitaler Zugang zu verschiedenen Verkehrsträgern innerhalb einer Plattform. Zielgruppenspezifische Varianten, etwa für Auszubildende oder junge Menschen mit geringem Einkommen, stärken soziale Teilhabe und vermeiden Überforderung. In Kombination mit flexiblen Tarifmodellen, etwa Tagesbudgets oder nutzungsbasierter Abrechnung, entsteht ein System, das spontane und bedarfsgerechte Mobilitätsentscheidungen ermöglicht. Flächendeckende Umsetzungen stehen noch aus.

Darüber hinaus könnten bestimmte Milieus als Türöffner fungieren. Besonders progressive Milieus eignen sich als Testfelder für neue Mobilitätskonzepte wie Reallabore oder multimodale Plattformen. Gleichzeitig wären strukturelle Verbesserungen notwendig, die für alle Milieus greifen, wie etwa ein verlässlicher ÖPNV oder einfache Buchungssysteme. Wahlfreiheit entsteht dort, wo Mobilität nicht nur verfügbar, sondern auch zugänglich, verständlich und anschlussfähig ist.

Nachhaltigkeit ermöglichen:

Mobilität sollte nachhaltiges Verhalten erleichtern

Wer Mobilität zukunftsfähig gestalten will und nachhaltiges Verhalten fördern möchte, sollte Nachhaltigkeit als alltagspraktische Möglichkeit erfahrbar machen, indem Maßnahmen nachhaltiges Verhalten erleichtern, belohnen und emotional aufladen. Derzeit scheint es an einer strukturellen Aktivierung von Nachhaltigkeit zu fehlen, die über normative Appelle hinausgeht. Viele Maßnahmen bleiben abstrakt oder schwer zugänglich. Gerade für junge Menschen mangelt es häufig an konkreten Anreizen, positiven Erlebnissen und einer Kommunikation, die Nachhaltigkeit als attraktiven Möglichkeitsraum vermittelt.

Ein mögliches Instrument sind digitale Anreizsysteme, die nachhaltige Mobilitätsentscheidungen sichtbar machen und belohnen. Punktesysteme, die etwa für Freizeitangebote, Bildungszugänge oder Rabatte eingelöst werden können, schaffen niederschwellige Motivation. Gamification-Elemente und sozialer Vergleich („Dein CO₂-Fußabdruck ist 30 Prozent kleiner als der Durchschnitt deiner Stadt“) verstärken diesen Effekt. Besonders wirksam könnten Systeme sein, wenn sie im Wettbewerbsmodus eingesetzt und in Kooperation mit Schulen etabliert werden, etwa als Anreiz-App im Bildungsalltag. Erste Anwendungen zeigen, dass solche Ansätze bereits erfolgreich erprobt werden und das Potenzial haben, klimafreundliches Verhalten spielerisch zu fördern.

Neben digitalen Anreizsystemen braucht es eine narrative Kommunikation, die Nachhaltigkeit emotional auflädt, etwa durch jugendaffines Storytelling auf Plattformen wie Instagram, YouTube oder TikTok. Solche Formate können durch gezieltes Nudging habituierte Mobilitätsmuster hinterfragen und nachhaltige Mobilitätsformen in den Fokus rücken, indem sie neue Möglichkeitsräume aufzeigen und positive Zukunftsbilder vermitteln, mit denen sich junge Menschen identifizieren können.

Auch Bildung spielt eine zentrale Rolle: Die Integration nachhaltiger Mobilität in schulische Curricula kann frühzeitig Haltungen prägen und eine Mobilitätskultur fördern, die ökologische, soziale und gesundheitliche Aspekte verbindet.

Was es braucht, damit die junge Generation nicht den Anschluss verliert

Die Analysen verdeutlichen: Die junge Generation ist offen für Wandel, jedoch offenbar nicht in einer Treiberrolle. Ihre Haltung gegenüber Mobilität ist pragmatisch und funktional orientiert. Nachhaltigkeit, Innovation und gesellschaftliche Transformation werden grundsätzlich befürwortet, jedoch unter der Bedingung, dass Mobilitätsangebote alltagstauglich, zugänglich und verlässlich sind.

Zugleich zeigt sich eine wachsende Skepsis gegenüber abstrakten Zukunftsnarrativen. Viele junge Menschen glauben nicht an Mobilitätsveränderungen, insbesondere dann, wenn sie mit strukturellen Hürden, mangelnder Verlässlichkeit und fehlender Teilhabe konfrontiert sind. Die Frustration über ausbleibende Veränderungen, die sich im fehlenden Vertrauen in Infrastruktur und Wandel manifestiert, ist spürbar. Dies ist besorgniserregend und sollte alarmieren. Obwohl die Gen Z zahlenmäßig eine Minderheit darstellt, ist sie besonders stark betroffen. Sie nutzt nachhaltige Mobilitätsformen bereits intensiver als ältere Bevölkerungsgruppen und zeigt sich grundsätzlich offen für neue Konzepte, auch jenseits des motorisierten Individualverkehrs. Doch Offenheit bedeutet nicht automatisch aktiven Gestaltungswillen, insbesondere dann nicht, wenn politische Maßnahmen als realitätsfern oder belehrend wahrgenommen werden.

Was fehlt, ist Vertrauen: in die Umsetzbarkeit politischer Maßnahmen und in die Fähigkeit der Politik, junge Lebensrealitäten wirklich zu verstehen. Junge Menschen sind nicht empfänglich für moralische Appelle, sondern für konkrete Lösungen. Sie wünschen sich eine Mobilitätspolitik, die befähigt statt belehrt, die funktionale Alltagstauglichkeit mit nachhaltiger Wirkung verbindet. Die Impulse des Policy Papers zeigen exemplarisch, wie dies gelingen kann: etwa durch partizipative Innovationsräume oder digitale Anreizsysteme und eine Kommunikation, die auf Verlässlichkeit setzt.



Die junge Generation zeigt sich offen für neue Wege, doch sie braucht Angebote, die ihre Perspektiven ernst nehmen, ihre Teilhabe ermöglichen und verlorenes Vertrauen zurückgewinnen.

Über die Studie

Die vorliegende Studie richtet ihren Fokus auf junge Menschen im Alter von 16 bis 27 Jahren, also auf jene, die inmitten tiefgreifender Umbrüche im Mobilitätssystem aufwachsen: Mobilitätswende, Digitalisierung und der Wandel hin zu nachhaltigen, vernetzten Mobilitätsformen prägen ihre Alltagsrealität. Ziel der Studie ist es, mobilitätsbezogene Einstellungen, Verhaltensweisen und Zukunftsvorstellungen dieser Altersgruppe systematisch zu erfassen und einzuordnen.

Im Zentrum steht die Frage, wie junge Menschen Mobilität aus ihrer jeweiligen Lebenswelt heraus wahrnehmen und bewerten. Ergänzend dazu richtet sich der analytische Blick auf Teilhabevoraussetzungen, Verkehrsmittelwahl, Mobilitätsbarrieren und -erleben, auf mobilitätspsychologische Besonderheiten, Einstellungen zu Digitalisierung und Innovation sowie auf Zukunftsvorstellungen und die Bewertung konkreter Mobilitätsszenarien.

Um der Vielfalt innerhalb der Gen Z gerecht zu werden, wurden neben klassischen soziostrukturellen Merkmalen auch unterschiedliche Lebenswelten berücksichtigt. Das Modell der Sinus-Milieus dient dabei als analytischer Rahmen, um Einstellungen und Verhalten nicht nur über soziale Lagen, sondern auch über Grundorientierungen, Werte und Lebensstile zu erfassen.

Die Studie basiert auf einem multimethodischen Design, das quantitative und qualitative Verfahren systematisch miteinander verknüpft. Eine repräsentative Online-Befragung liefert belastbare Daten auch zu milieuspezifischen Fragen. Ergänzt wird sie durch Fokusgruppen und eine Online-Community, die subjektive Deutungsmuster sichtbar machen. Junge Menschen wurden dabei nicht nur befragt, sondern aktiv in die Entwicklung des quantitativen Erhebungsinstruments eingebunden.

Zur analytischen Einordnung und zur Ermöglichung intergenerationaler Vergleichsperspektiven wurde das Altersspektrum der quantitativen Befragung bewusst auf Personen zwischen 16 und 74 Jahren ausgeweitet. Insgesamt wurden 3.615 Personen befragt. Die Altersgruppe der 16- bis 27-Jährigen wurde dabei überproportional in die Stichprobe aufgenommen (n=2.006), um differenzierte Aussagen über diese Alterskohorte zu ermöglichen und zugleich ihre Perspektiven im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung sowie, gewichtet, zu anderen Generationen empirisch zu verorten. So wird sichtbar, in welchen Bereichen sich die junge Generation signifikant unterscheidet und wo sich Kontinuitäten oder Überschneidungen zeigen. Der Vergleich mit der Gesamtbevölkerung dient dabei auch der gesellschaftstheoretischen Einordnung jugendlicher Sichtweisen.

Zur vertiefenden Information:

Weiterführende Analysen, empirische Detailauswertungen sowie konzeptionelle Vertiefungen der hier dargestellten Ergebnisse finden sich in folgenden zwei ergänzenden Publikationsformaten: Eine Grundlagenstudie bietet deskriptive Analysen und zentrale Befunde in kompakter Form, während eine Vertiefungsstudie deskriptive, bivariate sowie multivariate Analysen und theoretische Einordnungen bereitstellt.

Literatur

Langenohl, S., Gaber, R., Borgstedt, S., Wittowsky, D., Scharf, F. & Groth, S. (2025). Zwischen Frust und Freiheit: Mobilität junger Menschen. Eine Grundlagenstudie der ADAC Stiftung zu Einstellungen und Verhalten in der Mobilität. München: ADAC Stiftung. DOI: [10.69154/20251102](https://doi.org/10.69154/20251102)

Wittowsky, D., Scharf, F., Groth, S., Langenohl, S., Gaber, R. & Borgstedt, S. (2025). Zwischen Frust und Freiheit: Mobilität junger Menschen. Eine Vertiefungsstudie der ADAC Stiftung zu Einstellungen und Verhalten in der Mobilität. München: ADAC Stiftung. DOI: [10.69154/20251103](https://doi.org/10.69154/20251103)

Albert, M. (2025). Jugendliche in Deutschland im Spiegel der Gesellschaft. APuZ, 75 (36–37), 9–15. Verfügbar unter: [APuZ 36–37/2025: Jugend 2025](https://doi.org/10.69154/20251104).

Barth, B., Flaig, B. B., Schäuble, N. & Tautscher, M. (2024). Praxis der Sinus-Milieus. Gegenwart und Zukunft eines modernen Gesellschafts- und Zielgruppenmodells (überarbeitete und ergänzte 2. Ausgabe). Wiesbaden: Springer VS.

Grunert, C. (2012). Generationen in der empirischen Forschung – zwischen Modebegriff und analytischem Instrument. Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 7(3), 291–304.

Hurrelmann, K. & Quenzel, G. (2020). Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung (13. Ausg.). Weinheim: Beltz Juventa.

